



CONFCOMMERCIO (**) CESENATE

Inserto di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate





I vertici Confcommercio con i presidenti delle categorie turistiche associate

Nell'estate più dura una grande prova di responsabilità

di AUGUSTO PATRIGNANI

Con le prime tre settimane di settembre, appendice dell'estate con alte temperature e meteo favorevole, volge al termine la più difficile stagione turistica del dopoguerra, in convivenza col covid, con i contagi peraltro molto contenuti rispetto alla esplosione di marzo e aprile, grazie alle misure preventive adottate del distanziamento e dei dispositivi di protezione.

I prossimi giorni, per le imprese del settore, saranno doverosamente dedicati ai bilanci entrando nelle pieghe di una stagione apertasi a fine maggio e per il settore degli alberghi, dove non pochi non hanno aperto, in molti casi anche a luglio. A un'associazione di rappresentanza come Confcommercio spetta un intervento di sintesi e sulla base dei dati definitivi che verranno resi noti, non ci esimeremo dal farlo. Intanto, possiamo già dire qualcosa, che riguarda sia il Paese e sia il nostro territorio, terra vocata di turismi integrati dal mare alla collina.

L'assenza pressoché totale di turisti stranieri ha inferto un durissimo colpo alle nostre città d'arte e chi ha avuto la sventura di recarsi a Roma, o a Venezia e Firenze, si è trovato al cospetto di scenari mai visti prima, con turisti ridotti, traffico alleggerito, alberghi e negozi chiusi. Per i gioielli del Belpaese è stata un'estate dura, ma siamo certi che la attrattiva delle nostre città d'arte è così potente che recupereranno tutto il terreno perduto quando saremo definitivamente usciti da questa brutta avventura e torneranno i turisti da tutto il mondo a gremirle. La nostra Romagna, invece, ha tenuto botta ed è andata meglio di quanto si pensasse. I timori erano

tanti, ma nelle spiagge di Cesena-

tico e della nostra riviera c'è stata una buona affluenza di villeggianti. Diverso il discorso per gli alberghi, ma c'è chi ad agosto ha registrato il tutto esaurito e, pur in una situazione di enorme complessità, forse per non pochi le cose sono andate un po' meglio delle previsioni fondatamente tetre di maggio, quando non si riusciva neppure a ipotizzare in che modo aprire. Buona in Riviera, lo diciamo a livello generale, la prova di forza di pubblici esercizi, bar e ristoranti, mentre la filiera della rete distributiva com merciale ha confermato le annose criticità. Enormi difficoltà, invece, per le discoteche e il settore del divertimento notturno. Dal comparto dei camping e delle strutture all'aria aperta arrivano notizie positive, ma aspettiamo i dati per avere un quadro definitivo.

Anche nella nostra Vallata del Savio le presenze sono andate in crescendo, dopo un inizio di estate al rallentatore, e ad agosto le strutture termali hanno registrato un incremento delle presenze e, a Ferragosto, il tutto esaurito. Non spetta a noi fare i conti e di sicuro molte imprese dovranno leccarsi le ferite, ma di certo la Romagna turistica - questo va detto - ha dato una straordinaria risposta: i suoi imprenditori hanno gettato il cuore oltre l'enorme ostacolo e con grande professionalità e dinamismo, con quella fiducia costruttiva innata nella nostra tempra di romagnoli, ha offerto ai turisti un'estate in sicurezza, con le sue abituali e addirittura potenziate attrattive.

Per questo, come presidente di Confcommercio, associazione di rappresentanza del commercio, del turismo e del terziario, mi sento prima di tutto di ringraziare tutti i nostri operatori turistici e l'intera filiera perché nell'anno più buio che ci è stato dato di vivere hanno tenuto alto il nome della nostra terra ospitale: non hanno chiuso, ma facendo fronte alle difficoltà, sono riusciti ad aprire, gestire e portare a termine con bravura e dignità una stagione turistica che si temeva potesse essere una Caporetto, evitando che lo fosse.

CONFIDI PER LE IMPRESE INCORPORATA IN FIN.PROMO.TER

Credito alle imprese, storica fusione in Confcommercio



Una storica operazione di fusione ha visto protagonista anche il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, presidente di Confidi per le Imprese, che è stato incorporato in Fin. Promo.Ter. Si tratta di un passaggio di grande rilievo che segna una svolta per l'accompagnamento al credito delle piccole imprese assistite anche nel territorio cesenate, in un'ottica di innovazione, supporto e ottimizzazione dei servizi relativi al credito.

Si è conclusa il 14 settembre presso la sede di Fin.Promo.Ter. a Roma la stipula dell'atto di fusione per incorporazione di Confidi per le Imprese S.C., Fidi Rieti, e Imprefidi Lazio S.C. in Fin.Promo. Ter. S.c.p.a., Confidi vigilato e "strumento finanziario nazionale" del Sistema Confcommercio.La stipula dell'atto di fusione, si inserisce nel percorso avviato nel 2018 in occasione dell'evento di Sistema tenutosi a Venezia, nel corso del quale, alla presenza del Presidente Sangalli, era stato presentato il progetto più generale che vede Finpromoter ricoprire il ruolo baricentrico di soggetto aggregatore di possibili fusioni con i confidi, vigilati e non, che avessero ritenuto opportuno intraprendere una strategia di rafforzamento. Un'operazione di aggregazione di livello nazionale dunque fortemente voluta dal Sistema Confcommercio all'interno di uno scenario macroeconomico e di un contesto di mercato, quello della garanzia, in forte evoluzione e cambiamento. L'Operazione punta quindi ad innovare la funzione della garanzia mantenendo saldo il rapporto con il territorio e con i suoi imprenditori. Sul territorio dell'Emilia Romagna, Fin.promo.Ter prende il testimone operativo di Confidi per le imprese, che dal 1993 ad oggi ha associato 5000 imprese del commercio, turismo e terziario e ha intrattenuto una relazione quotidiana e costruttiva con banche, enti ed istituzioni di livello locale e regionale. Fin.Promo.Ter continuerà ad operare sul nostro territorio in stretta sinergia con il sistema Confcommercio avvalendosi anche della esperienza e della conoscenza vantata dal personale dipendente di Confidi per le imprese. Si tratta della prima operazione di aggregazione di livello nazionale fortemente voluta dal sistema Confcommercio all'interno di uno scenario, quello della garanzia, in forte evoluzione e cambiamento. Ecco il commento del presidente Confcommercio di Forli-Cesena Augusto Patrignani: "Si tratta di una operazione storica che aggiunge valore al territorio e ai suoi attori in considerazione della importanza che riveste il credito come vero e proprio sindacato di servizi". "In questo momento di particolare difficoltà in cui verso il nostro paese - aggiunge il presidente Patrignani -, le imprese hanno la necessità di un supporto eccezionale che passa anche attraverso la riorganizzazione operativa e l'accorpamento degli organismi di garanzia facendo leva sulla loro straordinaria natura mutualistica e sulla loro capacità di filtrare le esigenze finanziarie delle imprese".

Nella foto la firma del presidente Patrignani che sancisce l'incorporamento di Confidi per le imprese in Fin.Promo.Ter

Con Confcommercio è più facile accedere ai finanziamenti

La Cooperativa di garanzia agevola l'impresa nell'ottenere finanziamenti a tasso agevolato da parte della Banca mediante la concessione di una garanzia sulle linee di credito richieste. La cooperativa infatti:

Garantisce Finanziamenti per liquidità Garantisce Finanziamenti per investimenti e rilancio aziendale

Garantisce il fido di conto corrente

- Ecco il dettaglio delle nostre linee di credito: • finanziamenti per liquidità : acquisto scorte, consolidamento debiti aziendali da breve a medio lungo termine, verso banche e verso fornitori, esigenze di liquidità in genere.
- finanziamenti per investimenti : Acquisto arredi e attrezzature aziendali (compresi automezzi),acquisto e riqualificazione locali aziendali, acquisizione azienda e quote aziendali, Start up aziendali, operazioni di capitaliz-

zazione, investimenti in ricerca ed innovazione, iniziative di marketing e comunicazione.

 Turismo - finanziamenti "Legge 40" (con incentivi per interventi di riqualificazione ed ammodernamento delle imprese turistiche

Finanziamenti chirografari/ipotecari con rate di ammortamento semestrali posticipate, con possibilità di richiedere un prefinanziamento bancario (anche nella forma tecnica scoperto di c/c), con gli

istituti di credito convenzionati che prevedono il prodotto. Ai sensi della legge 40/02 l'impresa richiedente può usufruire di contributi per l'abbattimento degli interessi che saranno concessi in forma attualizzata, secondo il seguente sche-

Pratiche di finanziamento di importo fino a € 200.000,00 -> 2,0 punti di abbattimento per la durata massima di 10 anni.

Pratiche di finanziamento di importo da € 200.000,00 fino a € 500.000,00 -> 1,5 punti di abbattimento per la durata massima di 10 anni. Pratiche di finanziamento di importo da

€500.000,00 fino a €1.000.000,00 -> 1,0 punti di abbattimento per la durata massima di 10 anni. Pratiche di finanziamento di importo superiore a € 1.000.000,00 – fino ad € 1.875.000,00 -> 0,7 punti di abbattimento per la durata massima di

La durata massima su cui viene conteggiato l'abbattimento è di 10 anni. Il finanziamento partirà dopo la comunicazione di fine lavori e dietro presentazione di tutte le fatture di spesa. Il costo della fideiussione prevista è riportata nella seguente tabella. Importo minimo 20.000,00 euro, importo massimo 1.875.000,00 –Durata minima 36 mesi e massima 180 mesi. Il contributo viene riconosciuto sui primi 10 anni di finanziamento

- Garanzia su fido di conto corrente
- Bando er per l'abbattimento costi accesso al credito: Beneficiari: professionisti, o PMI, importo max del finanziamento euro 150.000,00 , con durata massima di 72 mesi, comprensivi di massimo 24 mesi di preammortamento; regime di aiuto "de minimis" e rimborso totale o parziale del TAEG fino ad un max del 5,5%, nel caso di assenza della riassicurazione del Fon-

do PMI rimborso totale o parziale del TAEG fino ad un max del 4,5%, nel caso di riassicurazione del Fondo PMI, contributo massimo euro 15.000,00, mutuo chirografario. Con Garanzia della Cooperativa fino all'80% dell'importo richiesto.

 Finanziamenti ai sensi della legge 108/96 - "antiusura" -

Contributi per favorire l'accesso al credito delle imprese delle province di

Forlì-Cesena e Rimini.

Sui finanziamenti garantiti dalla Cooperativa di garanzia sono inoltre disponibili i fondi della Camera di Commercio della Romagna - Forlì, Cesena e Rimini, per dare una risposta rapida e concreta ai gravi danni che l'emergenza sanitaria in corso per la diffusione nel nostro Paese del covid-19 sta causando all'economia, come stabilito nel "Disciplinare per favorire l'accesso al credito delle imprese delle province di Forlì-Cesena e Rimini tramite Organismi di garanzia collettiva". E' infatti possibile ottenere tramite i finanziamenti garantiti dalla Cooperativa di garanzia un contributo pari al 5% dell'ammontare del finanziamento coperto da garanzia, fino ad un massimo di euro 7.000,00 Per informazioni e per richiedere un appuntamento:Sede di Cesena : via Giordano Bruno 118 tel. 0547 639807/ 639815 (nella foto Alberto Pesci)

I PRODOTTI



FINANZIAMENTI PER LIQUIDITÀ

chirografari ed ipotecari:

Ripristino linee di credito a breve - scorte - consolidamento debiti aziendali da breve a medio lungo termine - verso banche e verso fornitori - esigenze di liquidità in genere.

Inoltre: possibilità di rilascio garanzia su fidi di conto corrente. IMPORTO minimo € 5.000,00 - massimo € 550,000,00 se chirografario

€ 1.500.000 se ipotecario:

DURATA: 2-7 anni se chirografario; fino a 15 anni se ipotecario;

TASSO DI RIFERIMENTO EURIBOR per operazioni a tasso variabile; IRS di periodo per operazioni a tasso fisso.

GARANZIA: 30% - 70% se chirografarie; 10% - 30% se ipotecarie.

FINANZIAMENTI PER INVESTIMENTI

Acquisto arredi e attrezzature aziendali (compresi automezzi) acquisto e riqualificazione locali aziendali - acquisizione azienda e quote aziendali - Start up aziendali - operazioni di capitalizzazione - investimenti in ricerca ed innovazione iniziative di marketing e comunicazione.

IMPORTO minimo € 5.000,00 - massimo € 550.000,00 se chirografario, € 1.550.000,00 se ipotecario;

DURATA: 2-7 anni se chirografario; fino a 15 anni se ipotecario;

TASSO DI RIFERIMENTO EURIBOR per operazioni a tasso variabile; IRS di periodo per operazioni a tasso fisso.

GARANZIA: 30% - 80% se chirografarie; 10% - 30% se ipotecarie.

AGENTI DI COMMERCIO PRODOTTO SPECIFICO: ACQUISTO AUTOMEZZO, con condizioni agevolate per l'ottenimento della garanzia e riduzione del costo.

CONTRIBUTI IN C/INTERESSI:

Legge 41/97

Settore= commercio e servizi

Abbattimento = fino a 2 punti percentuali

Finalità= ristrutturazione impianti / acquisto attrezzature / arredi / acquisizione locali adibiti all'attività

Legge 40/2002

Abbattimento = fino a 2,5 punti percentuali Finalità= interventi di ristrutturazione e

Progetti fino a un massimo di Euro 1.875.000,00. Durata dei finanziamenti: da 3 a 15 anni, con contributo sui primi 10

Lo scaglione di concessione degli abbattimenti è il seguente:

Pratiche di finanziamento di importo fino a € 260.000,00	2,5 punti di abbattimento per la durata massima di 10 anni.
Pratiche di finanziamento di importo da € 260.000,00 e fino a € 500.000,00	2 punti di abbattimento per la durata massima di 10 anni.
Pratiche di finanziamento di importo da €500.000,00 fino a €1.000.000,00	1,5 punti di abbattimento per la durata massima di 10 anni.
Pratiche di finanziamento di importo superiore a €1.000.000,00 fino a €1.875.000,00	1 punto di abbattimento per la durata massima di 10 anni.

PRODOTTO START UP PER INVESTIMENTO



Importo massimo € 50.000,00

Garanzia fino al 70%

Durata massima 5 anni

PRODOTTO START UP



Importo massimo € 25.000,00

Garanzia fino al 70%

Durata massima 5 anni

Il pacchetto prende attivit di BUSINESS PLAN MONITORAGGIO

- Ristorazione
- Pubblici esercizi
- Tabaccherie
- Piccolo artigiano
- Estetiste Acconciatori
- Ottici

IL NOSTRO BILANCIO DELLA STAGIONE TURISTICA

La riviera ha tenuto botta, ma fatturato in netto calo

di ROBERO FANTINI



Al momento di andare in stampa, dopo il penultimo week-end di settembre, a stagione turistica verso il capitolo finale, è ancora presto per un bilancio che

deve andare nelle pieghe di un comparto in cui operano varie categorie che non necessariamente hanno registrato riscontri simili e neppure dentro le stesse categorie (ad esempio ci sono hotel che non hanno aperto, a fronte dei più che lo hanno fatto), ma si può senz'altro affermare che la Riviera romagnola ha tenuto botta e che i nostri imprenditori turistici hanno dimostrato ancora una volta la loro professionalità.

Rispetto alle previsioni catastrofiche di inizio estate, le cose sono andate meglio e c'è chi tra stabilimenti balneari, ristoranti e magari anche b&b e hotel può annoverarla come stagione positiva, pur nel contesto di quella che è stata la più difficile del dopoguerra per la convivenza col covid. Ma di certo, un dato è parimenti indubitabile: i fatturati si sono assottigliati, anche in termini pesanti e per le attività commerciali, che completano la filiera, la situazione, già complessa, si è ulteriormente aggravata. Con i vertici delle varie categorie affiliate Confcommercio analizzerà nel dettaglio l'andamento di questa stagione così anomala ed epocale. Intanto anticipiamo un bilancio più generale, che andrà settorializzato nei vari comparti.



Che fosse un' estate difficile per le imprese del turismo romagnolo ed in particolare per le strutture ricettive, non c'erano dubbi ed i dati ufficiali Istat elaborati dalla Regione Emilia Romagna, certificano come nei primi sette mesi dell'anno, in termini di arrivi e presenze turistiche, l'avvio dell'estate del Covid è stata pesantemente segnata dai numeri negativi, dalla paura di andare in vacanza, dai voli cancellati (soprattutto in ottica di arrivi stranieri) e dalla ridotta capacità di spesa delle famiglie italiane.

Ci eravamo lasciati con i dati regionali di giugno che segnavano un disastroso calo sia di arrivi (-67,5%) che di pernottamenti (-71,9%), con l'effetto lockdown ancora pesante e tanti alberghi ancora chiusi. Di fatto possiamo considerare il mese di luglio come il primo della stagione estiva 2020 (fortemente contraddistinta dal pendolarismo del fine settimana) e fortunatamente la flessione si è dimostrata molto più contenuta: -39,4% nei pernottamenti e -30,6% negli arrivi . Per la provincia di Forlì-Cesena i numeri sono leggermente ancora meno negativi: -37,7% (-28,8% di italiani e – 71,7% di stranieri) nei pernottamenti e -22,4%

(-10,5% di italiani e – 67,3% di stranieri) negli arrivi.

Ci siamo aggrappati al mercato interno naturalmente: "io resto in Italia" è diventato il mantra che ha accompagnato questa stagione turistica e le famiglie dell'Emilia Romagna si sono dimostrate ancora più fedeli. Nel mese di luglio infatti, è addirittura aumentato il numero degli emilianoromagnoli che hanno trascorso in "casa" la propria vacanza, restando entro i confini regionali. I turisti di prossimità hanno adottato per lo più di vacanze brevi e frequenti, lo dimostra l'aumento del 5,4% negli arrivi rispetto a luglio 2019, contro una diminuzione del 14% nei pernottamenti.

Dei 4.300 alberghi dislocati in Regione, 3.500 sono presenti sulla Costa, dai lidi ferraresi a Cattolica, a luglio almeno il 10% delle strutture ricettive risultava chiusa, qualcuna ha aperto solo ad agosto ma comunque si contano circa 300 alberghi che non hanno riaperto affatto. Numeri certamente più contenuti rispetto alle più nefaste previsioni. Ma comunque resta il fatto che abbiamo perso circa tre milioni di turisti a causa del covid nei primi sette mesi del 2020. Per guardare

anche il lato positivo, dobbiamo dire che la costa romagnola ha retto meglio di tante altre mete turistiche e soprattutto se messa a confronto con le città d'arte. Preoccupante anche se preventivato, il devastante calo di turisti stranieri, ma sicuramente siamo grati di essere stati premiati dai tanti italiani che ci hanno scelto per le proprie vacanze. Il vero problema, al di là di arrivi e presenze e riprendendo il pensiero del presidente di Federalberghi Emilia-Romagna Giorgetti, sono i fatturati. Il bonus vacanze, pur arrivando in ritardo, ha favorito interesse e prenotazioni, anche se la capacità di spesa dei turisti arrivati in Romagna, era veramente limitata, anche a causa della pandemia. La riduzione dei fatturati è notevole e indubbiamente servirà un robusto sostegno alle imprese del turismo. Ora attendiamo il dato di agosto che per certi versi potrebbe rivelarsi sorprendente, con un calo estremamente contenuto (le prime anticipazioni vedono una percentuale che oscilla tra il -6 ed il -7%), senza dubbio molto positivo e che ci ha permesso di limitare i danni.

Ora, sperando che l'emergenza sanitaria vada ad esaurirsi nel più breve tempo possibile, sarà indispensabile rimettersi al lavoro con ancora più impegno e risorse: strumenti urbanistici agili e premianti per la riqualificazione delle strutture turistiche, grandi opere pubbliche su infrastrutture e collegamenti da e per la Romagna, finanziamenti e credito agevolato alle imprese sia per gli investimenti che per transitare questo periodo difficile, efficace e importante attività di promozione turistica verso Italia ed estero.

SECONDO CONFCOMMERCIO PUÒ ESSERE RIPROPOSTA ANCHE DOPO IL COVID

Notte Rosa a misura di famiglia, la nuova formula convince ed è interessante anche per il futuro



di GIANCARLO ANDRINI

Sta per andare agli archivi l'estate più dura dal tempo delle mucillagini e forse di tutto il Dopoguerra, ma eppure quest'anno, pur in presenza del covid, la costa romagnola si è tinta ancora

una volta di rosa, ma senza maxiconcerti,e grandi eventi di piazza, a causa della pandemia e delle restrizioni vigenti. Per evitare assembramenti la Notte rosa ha cambiato format e anche data: non più solo un weekend, ma un'intera settimana, dal 3 al 9 agosto, con piccoli eventi tra spiagge, piazze, colline, e spettacoli a ca-

pienza limitata. Sono stati dunque diluiti gli eventi nel tempo e nello spazio e la manifestazione non è stata più concentrata sulla costa, ma ha coinvolto anche i borghi dell'entroterra: un'edizione per così dire molto soft, rispetto a quelle precedenti, ma la Regione Emilia Romagna non ha voluto rinunciare all'evento per dare un segnale in una stagione così difficile: che si può fare vacanza in piena sicurezza. Il giudizio di Confcommercio su questa edizione della Notte Rosa più a misura familiare è positivo, anche perché si attaglia a quella che è sempre stata la cifra, per così dire, della nostra offerta turistica rivolta all'intero nucleo familiare e in cui la componente del divertimento, pur fondamentale, non degenera in forme che possono generare disturbo alla quiete e alla serenità della villeggiatura.

L'ambito temporale più allungato per spalmare gli eventi e il loro svolgimento in sicurezza erano indispensabili nell'estate del covid, ma si tratta di una formula che potrebbe essere riproposta

con i dovuti correttivi e aggiornamenti anche quando si sarà tornati alla auspicata normalità. Di certo va segnalato l'impegno dei nostri imprenditori turistici, dei pubblici esercizi e dei negozi nel fare gioco di squadra, per far sì che tutto si svolgesse nel pieno rispetto delle regole di sicurezza. La Romagna ha dimostrato

di essere sempre unita di fronte qualsiasi difficoltà e anche con la Notte Rosa è stata capace di venire incontro in sicurezza alle esigenze dei turisti".



IL COMMENTO

Film su Cesena alla Mostra di Venezia orgoglio cittadino

di AUGUSTO PATRIGNANI

Con grande gioia e orgoglio di essere cesenate ho assistito, nel contesto della Mostra Internazionale del Cinema di Venezia, la più prestigiosa vetrina nazionale del grande schermo e una delle più quotate al mondo, alla proiezione del film "Est. Dittatura Last Minute" in cui c'è molto di Cesena e in quell'occasione ho avuto il piacere di conoscere il grande regista americano Oliver Stone, che ha assistito alla

prima mondiale del film prodotto da Genoma Films di Bologna insieme ai cesenati Maurizio Paganelli e Andrea Riceputi, esprimendosi in termini più che lusinghieri sulla pellicola.

"Est - Dittatura last minute", con la regia di Antonio Pisu, vede tra i giovani protagonisti anche Lodo Guenzi, leader del gruppo musicale Stato sociale.

Ambientato nel 1989 alla

vigilia della caduta del muro, è tratto da una storia vera e girato tra il Cesenate e la Romania. La storia nasce da un'idea di Maurizio Paganelli, titolare del cinema Aladdin e di altre sala cinematografiche romagnole, associato a Confcommercio, e Andrea Riceputi (autori anche di un romanzo autobiografico sulla loro avventura pubblicato dalla società editrice "Il Ponte Vecchio)" che nel 1989 - allora erano giovani ventiquattrenni di belle speranze - intrapresero con un amico anch'egli di Cesena il viaggio raccontato nel film. Un viaggio di piacere che si trasformerà in una avventura di formazione che forgerà il carattere dei ragazzi portandoli alla maturità, giacché si imbattero-

no in un fuggiasco da Bucarest che chiese loro di recapitare un plico alla sua famiglia nella capitale rumena, mentre stava implodendo il regime autoritario di Ceausescu. Il film arriverà nella sale in ottobre ed è stato girato anche a Cesena, oltreché in Romania, a cui sono state dedicate le prime e le ultime scene, con il set che venne allestito, con centinaia di comparse, ai primi di ottobre.

Una bellissima pellicola, che sta riscuotendo grandi favori della critica, e che porta l'immagine di Cesena nel mondo. Per questo Confcommercio, fin dall'inizio quando i produttori cercavano sostegni, insieme ad altre imprese del territorio ha contribuito per quello che era nella sue possibilità al sostegno ad un film che oltre al valore artistico, ha anche quello culturale e turistico di promuovere la

nostra amata bellissima Cesena. Abbiamo anche organizzato trasmissioni nelle tv locali per divulgare il film coinvolgendo le imprese che lo hanno sostenuto. La missione ora è compiuta e credo che Cesena debba essere orgogliosa che la propria città sia protagonista in un film di valore capace di essere selezionato per l'ambitissima Mostra del cinema di Venezia. I complimenti di un mostro sacro del cinema come Oliver

Stone gratificano regista, attori, produttori, il nostro bravissimo Maurizio Paganelli, ma anche chi come noi ha dato una mano a cercare sostegni economici per produrre una pellicola accolta con grande favore dalla critica. Arrivederci nella sale cittadine.

Nelle foto il gruppo di attori, regista e produttori del film "Est. Dittatura last minute" con il cesenate Maurizio Paganelli, titolare del cinema Aladdin di Cesena, primo a sinistra e il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani mentre si immortala in un selfie con il regista americano Oliver



IL COMMENTO

Logica dei bonus perdente Meglio i soldi a fondo perduto

GIANCARLO ANDRINI



Bonus per le vacanze, ma anche per comprare una bicicletta o un monopattino. E poi ancora un bonus per pagare la baby sitter o l'iscrizione dei figli ai centri estivi, uno per la colf e la badante, uno per le casalinghe, un altro per i ristoratori. Ancora, un bonus per i lavoratori autonomi. E la lista prosegue. Ma che effetto ha avuto la spinta impressa dal Governo

sul Paese con il protocollo del bonus Covid in termini di soldi spesi per risollevare l'economia? Solo sommando i soldi stanziati per questi bonus si arriva a circa 8 miliardi. Al netto di errori e procedure affossate dalla burocrazia, l'impatto positivo sui consumi per ora non c'è stato. Secondo Confcommercio quest'anno la pandemia brucerà 116 miliardi di consumi, circa 1.900 euro a testa. Ma perché questi bonus, che si traducono in soldi, non generano un effetto leva anche al di là dei singoli acquisti? La logica dei bonus è perdente, da inseguimento. I consumi non decollano perché più bonus dai e più le persone percepiscono che ne avranno bisogno. Certo, fissare in numeri l'impatto dei bonus Covid sui consumi è ancora prematuro (quello per le vacanze, ad esempio, si può utilizzare fino al 31 dicembre), ma ci sono già alcuni segnali inequivocabili. Prendiamo ad esempio proprio il bonus vacanze: al 2 settembre è stato scaricato da 1,4 milioni di persone, ma solo in 507mila l'hanno utilizzato. Un altro esempio: il reddito medio dei lavoratori dipendenti non ha subito contrazioni durante il lockdown dato che in tanti hanno continuato a lavorare in smart working e quindi a ricevere lo stipendio pieno. Eppure i dati di Confcommercio sono lì a dire che si arriverà alla fine del 2020 con un conto salatissimo in termini di contrazione dei consumi. Con i bonus non crei stimoli, non crei fiducia sul fatto

che una situazione di pre-depressione o depressione può cambiare in una di rasserenamento. E quindi non crei uno stimolo ai consumi da parte delle famiglie". Ma quale è la grande paura che frena gli italiani? Se c'è incertezza, i soldi che hai immesso nel sistema si traducono in una prospettiva di tasse prima o poi perché quei soldi vanno restituiti". Perché i bonus poggiano sul debito e il debito, prima o poi, va restituito. Ma c'è una considerazione ancora più generale che Bella spiega per affermare che i bonus sono "illogici e sbagliati". Il caso preso come esempio è il bonus vacanze. Il bonus è stato poco utilizzato dalle famiglie probabilmente perché è complicato, alcuni albergatori non l'hanno accettato perché si trattava di anticipare dei costi, ma la logica è sbagliata. Perché se devo aiutare un albergatore che ha chiuso la sua attività per un provvedimento di legge utile e necessario devo dare i soldi alla famiglia di un lavoratore dipendente che magari non ha perso un euro, il quale a sua volta dovrebbe sostenere la domanda rivolta all'albergatore? È un giro tortuoso e illogico che implica uno spreco di risorse, mentre per sostenere chi ha perso reddito e quindi per stimolare i consumi le risorse vanno concentrate verso chi ha avuto perdite. Anche il bonus per l'acquisto di biciclette e monopattini rientra in questa logica.

Ma se la logica dei bonus è sbagliata per i consumi, cosa si poteva fare nel pieno di un'emergenza come quella imposta dal coronavirus? Avremmo dovuto adottare una strategia di trasferimento a fondo perduto proporzionale alle perdite. Se perdo 100mila euro di fatturato per il lockdown e lo Stato mi restituisce 80-90mila euro non ho bisogno del rinvio delle tasse, della moratoria sugli affitti, del bonus vacanze e delle migliaia di pagine dei bonus. Semplicemente con quei soldi, dati all'inizio, avrei potuto pagare tutto, affitto e tasse. Un esempio, in tal senso, è il taglio dell'Irap. Dobbiamo sostenere le imprese e anche i lavoratori in proporzione alle perdite, non ai guadagni. Il taglio dell'Irap è per chi quel taglio lo può pagare perché hai i soldi, ma noi dobbiamo sostenere chi non può pagarlo. Con i bonus le persone sono spinte nella logica della richiesta, non a guardare al futuro della propria vita reddituale. Così non abbiamo gli occhi puntati sul nostro futuro, ma al prossimo Dpcm sperando che esso contengano qualcosa anche per noi.

ELETTI DOMENICA SCORSA

I nuovi consigli di quartiere valorizzino il commercio























Domenica scorsa si sono svolte le elezioni nei 12 quartieri cesenati con i nuovi consigli di cui fanno parte complessivamente 144 consiglieri. Le decine di liste civiche e legate ai partiti e le centinaia di candidati alle elezioni per i nuovi consigli di quartiere hanno costituito un importante momento di democrazia per la nostra città e un'opportunità per rilanciare ruolo e incisività dei dodici quartieri cittadini, anche per quel che concerne l'impegno per assicurare più peso del commercio al dettaglio e del terziario.

I quartieri sono ambiti fondamentali per la partecipazione, la messa in comune delle problematiche da risolvere e l'avvio di sensibilizzazioni e proposte nei confronti dell'amministrazione comunale. Confcommercio Cesena ha giudicato positivamente l'approvazione del nuovo regolamento comunale dei quartieri avvenuto nel consiglio comunale di Cesena. Al di là delle norme tecniche introdotte riguardanti anche l'allargamento del diritto di voto, i dodici presidenti di consiglio di quartiere di Confcommercio, che da 15 anni operano con regolari consigli a fianco dei consigli di quartiere municipali, valutano positivamente il ripristino della eleggibilità e gli interventi previsti del nuovo dispositivo come i patti di collaborazione e i piani di rigenerazione urbana. I nostri presidenti di quartiere auspicano che i nuovi consigli di quartieri perorino anche la causa del commercio al dettaglio, sostenendo e promuovendo azioni in favore della necessità di non sguarnire la città dal centro alla periferia, dei servizi di prossimità che durante il lookdown abbiamo riscoperto nella loro essenzialità irrinunciabile. Serve quindi che vengano sostenute con politiche e interventi mirati le attività del commercio al dettaglio, attraverso piani di arredo urbano anche nelle frazioni, sistemi di mobilità che rendano i negozi più fruibili e attrattivi, con aree di sosta adeguate, segnaletiche efficaci e funzionali.

Se la grande sfida dei rinnovati quartieri è accrescere la partecipazione e la socializzazione, il comparto commerciale, spina dorsale dei quartieri e luogo privilegiato di scambi e relazioni e di coesione sociale, costituisce una risorsa straordinaria da valorizzare attraverso politiche mirate e forme di premialità, in particolare nelle aree più periferiche dove ancora di più i negozi e i pubblici esercizi fungono da presidio sociale.

i presidenti Confcommercio dei quartieri (nella foto)

FIPE: "SICUREZZA TUTELATA"

Covid, ristoranti promossi da nove clienti su dieci

di VINCENZO LUCCHI

I ristoranti sono luoghi sicuri, a confermarlo i loro stessi clienti. È quanto emerge da una recente indagine condotta da Format Research secondo cui per ben il 92% degli intervistati l'osservanza delle norme

di sicurezza sanitaria da parte dei ristoratori è stata "molto o abbastanza" soddisfacente.

Esercenti virtuosi, dunque, in materia di norme anti-Covid. La tutela della sicurezza, dice la Fipe, è inoltre ai primissimi posti tra le motivazioni che inducono i consumatori a scegliere un posto piuttosto che un altro. L'aspetto più importante da valutare per il 47,4% dei consumatori è l'attenzione alle norme igieniche, a seguire ci sono il distanziamento dei tavoli (per il 35,2%),

la dotazione di tavoli all'aperto (per il 34%), e l'attenzione al numero di persone all'interno del locale (per il 20%).

Ulteriore conferma arriva dall'analisi delle principali motivazioni che inducono a non mangiare fuori. A

farla da padrone la paura del contagio per il 66,5% e la scarsa godibilità dell'esperienza dovuta alle rigide regole (per il 41,5%). Una larga parte degli intervistati, il 35%, non mangia più fuori a causa dello smart working.

Bar e ristoranti sono luoghi sicuri sia per i clienti che per i lavoratori. Anche gli ultimi dati diffusi dall'Inail sui contagi da Covid-19 nei luoghi di lavoro, letti nel modo giusto, ne danno conferma. Al netto di un leggero e fisiologico aumento dell'incidenza dei casi nel settore del turismo dovuto ad effetti stagionali le attività di ristorazione restano tra i luoghi più sicuri. Come Fipe inoltre sosteniamo con convinzione la campagna a favore dell'utilizzo dell'app Immuni, che riteniamo

possa essere uno strumento efficace per contrastare la diffusione del contagio. A questo proposito invitiamo tutti i nostri associati a esporre nei propri locali il QR code dell'app per consentire ai loro clienti di scaricarla".



Ristoratori, un'altra battaglia vinta: stop ai cinque pos sui buoni pasto

L'epoca dei cinque pos diversi accanto al registratore di cassa di bar e ristoranti sembra essere finita. Finalmente anche i pubblici esercizi potranno leggere i come quello dei buoni pasto. – sottolineano i presidenti buoni pasto elettronici su un unico dispositivo, a prescindere da quale sia la società emettitrice. La buona notizia anche per i ristoratori cesenati, la categoria commerciale più in crescita nel Cesenate negli ultimi

anni, arriva dal Senato. "Le Commissioni Affari costituzionali e Lavoro di Palazzo Madama hanno approvato due emendamenti al Dl Semplificazioni presentati che fanno propria una battaglia storica di Fipe-Confcommercio - rimarcano i presidenti Fipe ristoratori Confcommercio cesenate Vincenzo Lucchi e Fipe baristi

Confcommercio cesenate Angelo Malossi (nelle foto) . Un risparmio non da poco per titolari e gestori dei locali che si muovono all'interno del circuito dei buoni pasto, che fino ad oggi si sono visti costretti a sostenere il 25% di spese ogni 1.500 euro di fatturato, solo per installazione, commissioni e contratti di affitto dei vari lettori elettronici. "Quella del pos unico è una battaglia di semplificazione e modernizzazione che porterà importanti risparmi all'interno di un sistema costoso Lucchi e Malossi – In questo momento di gravissima difficoltà per gli operatori del settore ogni euro risparmiato diventa vitale. Le realtà piccole e piccolissime che hanno minore possibilità negoziale grazie a que-



sto intervento normativo non saranno più costrette a tenere accanto al registratore di cassa un dispositivo per ogni società emettitrice. È un risultato importante che ci auguriamo venga confermato anche nelle aule del Parlamento e auspichiamo nei prossimi mesi un ulteriore intervento del legislatore per ridurre drasticamente

le commissioni che oggi toccano il 20%. Ogni giorno, negli esercizi convenzionati grandi e piccoli, in Italia si spendono in media 13 milioni di euro sotto forma di buoni pasto. Un servizio sostituivo di mensa essenziale sia per i lavoratori, per i quali rappresenta una componente netta del salario, sia per gli imprenditori, trattandosi di un contributo esentasse".

Bisogna fare riaprire in tempi brevi le fiere e le sagre locali

Bisogna fare riaprire in tempi brevi le fiere e le sagre locali, altrimenti dovremo sommare agli effetti del virus anche il crollo economico di una larga parte del commercio su aree pubbliche".

Lo rimarca Alverio Andreoli (nella foto), presidente della Fiva ambulanti Confcommercio cesenate e regionale, l'organizzazione che raccoglie gli ambulanti della Confcommercio. "La Fiva _ afferma - ha scritto una lettera-appello inviata al presidente dell'Anci, associazione nazionale dei Comuni, che vogliamo condividere anche con i 15 sindaci del nostro territorio cesenate. Non si capisce il perché, rimarchiamo, moltissime realtà e pure in presenza di tutti gli accorgimenti necessari al rispetto delle linee guida le fiere e le sagre siano del tutto precluse con l'applicazione di poteri di ordi-



nanza in modo acritico. Sono tantissimi gli eventi in oggetto, normalmente calendarizzati e vietati all'ultimo momento. Al di là del patrimonio di tradizioni, anche culturali, sotteso agli eventi in oggetto, va chiaramente detto che le imprese, specialmente quelle di commercio su aree pubbliche, interessate a questi eventi sono allo stremo per la forzata inattività. Le sagre e le fiere promosse in un contesto di socialità intelligente e calibrata sono un'occasione di crescita della coesione sociale e culturale del territorio".

"Le imprese ambulanti protagoniste a fiere e sagre - aggiunge Andreoli - sono molto spesso specializzate in tale materia e perciò più di altre esposte agli effetti negativi derivanti dal mancato esercizio dell'attività senza peraltro aver avuto ristori specifici se non quelli garantiti dai vari provvedimenti per il lockdown per il settore in generale. Temiamo fortemente che gli effetti del coronavirus incidano ancora più pesantemente sul settore, per non parlare della drastica riduzione dei bilanci aziendali, ben oltre il 50% sotto i livelli 2019. All'Anci Fiva ha chiesto una presa di posizione nei confronti dei Comuni per una svolta che favorisca la ripartenza di fiere e sagre locali".

IN CALO LA VENDITA DI MATERIALE SCOLASTICO

Cartolerie a rilento

L'incertezza che si è registrata sull'avvio delle lezioni ha fatto sentire i suoi effetti sui consumi direttamente legati al comparto scuola. "La vendita di materiale scolastico è andata a rilento, l'incertezza che ha aleggiato sull'apertura delle scuole e sui modi dello svolgimento delle lezioni non ha portato le famiglie alla corsa all'accaparramento dei kit scolastici. Rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso registriamo un meno 40% di fatturato. Da un monitoraggio fatto tra i nostri associati spiega Federcartolai Confcommercio territoriale – emerge che la situazione su territorio è a macchia di leopardo. Nella nostra Regione Emilia Romagna le perdite sono più contenute rispetto ad altre, dal 40 al 50%, per il materiale scolastico.

Per i libri scolastici, invece, c'è stato un buon recupero, anche considerato che molte cartolibrerie si sono convertite a vendere libri usati, causa Covid e minore disponibilità economica. Se non si arriva a diversificare l'offerta nei servizi al cliente, considerando anche la concorrenza della grande distribuzione, non vi sono alternative alla chiusura. Come Federazione prevediamo che avremo entro fine anno un 5%

in meno di attività aperte". Sul fronte librerie sembra andare un po' meglio, come rimarca Ali (Associazione librai) Confcommercio. " "Se da un lato le famiglie sono solerti nell'ordinare sembra di riscontrare una maggiore lentezza nel ritiro dei testi pronti, sicuramente per il perdurare del periodo delle ferie, ma anche forse in parte per i dubbi che alcuni hanno sollevato sul corretto avvio dell'anno scolastico". Sulle consuete polemiche del 'caro libri' Ali Confcommercio rimarca che il prezzo lo definisce l'editore e che anche i librai sono vittime delle politiche commerciali degli editori: invito quindi le associazioni dei consumatori a riflettere sul messaggio negativo che puntualmente ogni anno contribuiscono a far veicolare sul libro e quindi sulla lettura. Se la lettura negli ultimi anni è calata lo dobbiamo in parte anche a queste polemiche. Ali invita le associazioni dei consumatori a sostenere la nostra proposta di detrazione delle spese per i libri di testo dalle tasse al pari delle spese mediche".

AGENTI DI COMMERCIO AL VOTO DAL 24 SETTEMBRE AL 7 OTTOBRE

Enasarco per il futuro, la forza di una grande colazione

"Enasarco del futuro" è la grande coalizione che compare nelle due categorie chiamate a votare il nuovo governo di Enasarco-Imprese e Agenti alle elezioni per la costituzione dell'Assemblea dei delegati si terranno dal 24 settembre al 7 ottobre 2020, e che concorrono in egual misura ai versamenti per la pensione degli agenti di commercio e dei consulenti finanziari.

Grazie a Fnaarc Confcommercio, il più importante sindacato degli Agenti di Commercio, a Confcommercio e le altre più importanti confederazioni nazionali delle imprese, Enasarco del futuro esprime tutta la forza necessaria a garantire il presente e il futuro degli agenti di commercio e dei consulenti finanziari.

Parlare di sfide del futuro non è una banale formula retorica. Viviamo in un mondo in cui la tecnologia e la globalizzazione generano non solo opportunità ma anche fenomeni di mercato molto pericolosi per chi, come gli agenti di commercio e i consulenti finanziari, quel mercato lo ha creato

ENASARCO ELEZIONI 2020

Enasarco del futuro

www.enasarcodelfuturo.it

e lo tiene in piedi ogni giorno. Basti pensare al commercio Elettronico e alle piattaforme per il trading on line, fenomeni globali che vanno regolamentati con grande attenzione e vanno presidiati soprattutto da chi, come Enasarco, deve garantire il futuro dei suoi iscritti.

Dal canto suo l'emergenza sanitaria del Coronavirus ha stravolto le vite e le prospettive di centinaia di migliaia di famiglie, paralizzando per mesi il lavoro di agenti di commercio e consulenti finanziari. Occorre far fronte anche a questa emergenza che rappresenta una sfida anche per la nostra categoria, a favore della quale Fanaarc chiede interventi e sostegni di ben altra natura rispetto a quelli finora prodotti. Il mondo con le sue situazioni complesse cambia e anche Enasarco deve cambiare ed evolversi, in fretta.

L'impegno di "Enasarco del futuro" deve essere quello di garantire agli agenti di commercio e ai consulenti finanziari la sicurezza della loro pensione, un welfare rinnovato, più moderno e più ricco di nuovi

servizi di assistenza sanitaria, nuove agevolazioni per il loro lavoro e programmi avanzati di formazione e riqualificazione professionale. Un impegno che coinvolge i giovani, che punta a una Enasarco più moderna e accessibile e che guarda alla crescita dell'economia italiana, da cui dipende il nostro futuro e quello delle nostre famiglie.

Augusto Patrignani, presidente Fnaarc cesenate

PER LE SPESE SOSTENUTE DALLE IMPRESE

Sanificazioni, credito d'imposta irrisorio

di GIORGIO PIASTRA



È stato fissato l'ammontare del credito di imposta per le spese di sanificazione e acquisto dei dispositivi di protezione anti coronavirus introdotto dal Decreto ri-

lancio. Confcommercio protesta: si tratta di un finanziamento irrisorio, serve una copertura piu anipia

non vedono coperti in modo adeguato i costi che hanno dovuto affrontare per far fronte contenimento dei rischi dovuti al contagio. ed

È indispensabile urgente che il Governo

provveda ad un rifinanziamento del credito d'imposta introdotto dal Decreto Rilancio per fronteggiare l'emergenza da Covid-19 e

riconosciuto alle imprese per affrontare le spese di sanificazione e di acquisto dei dispositivi di protezione

trate dell'11 settembre scorso viene infatti storo della perdita di fatturato (che però resa nota la percentuale che permette di va esteso anche alla città non artistiche), calcolare l'importo spettante ad ogni richie- è uno degli aspetti positivi del decreto dente: la misura del credito effettivamente agosto del Governo che Confcommercio utilizzabile è pari al 15,6423 per cento del cesenate ha messo ai raggi X in un semicredito richiesto. Questa percentuale è il ri- nario sulla pagina facebook di Confcomsultato del rapporto tra gli importi richiesti mercio cesenate con gli esperti in materia dai contribuenti entro il 7 settembre 2020, fiscale Andrea Casadei e del pari a 1.278.578.14 euro, ed il limite massi- lavoro Amanda Lautizi che mo di spesa fissato dalla legge in 200 milioni hanno presentato le princi-

getti, compresi istituti di credito e altri in- tribuzione per nuove assunzioni, che non termediari finanziari. L'opzione può essere potrà essere riservata solo a chi cessa esercitata fino al 31 dicembre 2021.



Canoni commerciali e negozi, sostenere il pagamento

Il contributo a fondo perduto per le at-Nel provvedimento dell'Agenzia delle En- tività economiche dei centri storici a ri-

pali novità del nuovo decre-

credito spingere l'occupazione, anche stagionale. ad altri sog- Il testo va però migliorato per la decondel tutto il ricorso agli ammortizzatori sociali. Anche la permanenza del divieto di licenziamento, seppur parzialmente mitigato, rimane un'anomalia nel nostro ordinamento. Il regime speciale per i contratti a termine dovrebbe tradursi in una piena agibilità per consentire la più ampia flessibilità nella ripartenza delle attività". "Interessanti - aggiunge Patrignani - appaiono anche il fondo per la filiera della

ristorazione ed il contributo a fondo perduto per le attività economiche e commerciali nei centri storici delle città d'arte, che andrebbe però esteso a tutte le aree a vocazione turistica: vanno comunque verificate tempestività di attivazione, snellezza operativa e capacità di impatto anche in ragione delle risorse stanziate.

Serve comunque una risposta più forte all'impatto della crisi in settori economici particolarmente colpiti: nel turismo e nei trasporti, nei servizi e nelle professioni, nel sistema cultura ed in tanti comparti del commercio. Le richieste di Confcommercio sono di erogare contributi a fondo perduto a ristoro dei cali di fatturato e indennità, ampliamento delle moratorie fiscali e creditizie e sostegno al pagamento dei canoni commerciali".





RINNOVATO A SAN MAURO PASCOLI CON IL MACCHINARIO DELLA TORREFAZIONE ESPOSTO

Il bar Nuovo fa vedere come si produce il caffè

Dopo tre mesi di lavori, con nuovo look a San Mauro Pascoli in via Togliatti, ha riaperto il bar Nuovo, gestito dal 1970 dalla famiglia Domeniconi, storico associato a Confcommercio.

In tempi difficili di convivenza col covid, nel mezzo di una complessa fase di ripartenza, i titolari Silvio Domeniconi e Augusta Bisacchi, affiancati dal figlio Alessandro con la moglie Michela e la figlia Patrizia, hanno rilanciato il loro esercizio pubblico di trecento metri quadri, uno dei più rappresentativi del paese. "Tra le novità - spiega il titolare Silvio Domeniconi - abbiamo installato una macchina per la torrefazione del caffè con cui vogliamo valorizzare la materia prima con una miscela esclusiva e permettere ai clienti, un un'ottica di trasparenza e fiduciarietà, di poter vedere dal vivo i processi di tostatura, dal caffè

verde alla tazzina. Abbiamo inoltre voluto dare al bar una immagine più adeguata ai tempi, eliminando i giochi del biliardo e delle carte e abbiamo aggiunto la cucina per valorizzare colazioni e aperitivi, Il locale è anche tabaccheria e rivendita di quotidiani ed è famoso anche per essere il bar degli sportivi".

Nella foto l'inaugurazione con la sindaca Luciana Garbuglia.

CONFCOMMERCIO CHIEDE INTERVENTI TEMPESTIVI

E45, ritardi sulla viabilità alternativa

Il nodo infrastrutturale è il tassello fondamentale per lo sviluppo della Valle del Savio e per il decollo del sistema delle piccole imprese, che stanno scontando la difficile situazione del lavoro in convivenza col virus. I presidenti di Confcommercio Bagno di Romagna Giuseppe Crociani (nella foto), Sarsina, Romano Rossi, Verghereto, Remo Casini e di Mercato Saraceno, Bruno Bracciaroli, sollecitano le autorità competenti governative e regionali a intervenire sulle criticità della E45 e della viabilità alternativa ancora ferma al palo. "Ancora nessun cantiere è stato avvia-



to per il recupero dell'ex Tiberina - affermano - e

occorre intervenire subito anche perché le avverse condizioni meteorologiche invernali possono provocare blocchi nella E45 dove vanno realizzate le necessarie manutenzioni e si deve intervenire sullo svincolo di San Piero in Bagno, chiuso al traffico da dicembre 2019. In più si registrano difficoltà per la strada dei Mandrioli chiusa dal 18 agosto sino ai primi di dicembre per lo svolgimento dei lavori di manutenzione".

EVENTI ESTIVI, BILANCIO POSITIVO

Mercato Saraceno brilla di notte

Estate a scartamento ridotto per gli eventi a Mercato Saraceno, ma grazie alle Piccole notti saracene, con spettacoli circensi, musica e film si è riusciti ugualmente a offrire un intrattenimento di qualità ai cittadini e ai turisti, con una cartellone di oltre due settimane, che ha portato allegria e spettacoli anche nelle fazioni sparse nel comune di Mercato Saraceno. "Abbiamo così limitato i danni - rimarca il presidente



Confcommercio Bruno Bracciaroli (nella foto) e Mercato Saraceno, sia pure in misura minore rispetto agli

di ristoranti e bar che hanno reso piacevole l'arrivo dei turisti e dei visitatori".

"Anche la festa del Patrono - aggiunge Bracciaroli -, accompagnata dagli spettacoli in piazza con i fuochi d'artificio, è stata un altro importante momento di aggregazione nel rispetto delle norme di sicurezza".

SESSANTESIMA EDIZIONE

Plautus Festival ok: 2.200 presenze Sarsina non si sm



stinata ad essere rinviata all'anno prossi-

mo. Sei spettacoli, sei volte tutto esaurito

sessantesima edizione del Plautus Festival, nonostante emergenza sanitaria abbia ridotto le recite, ha registrato presenze e incassi positivi per una stagione che sembrava dee 2.200 presenze. "Il richiamo dell'arena di Calbano - mette in luce il presidente Romano Rossi (nella foto) - è fondamentale per attrarre turisti e visitatori nel territorio sarsinate e anche quest'estate è stato un volano vincente che ha confermato la centralità del turismo artistico e culturale per il nostro Comune, nella cui filiera lunga ruotano anche le attività commerciali e della rete distributiva oltre ai pubblici esercizi, tradizionale punto di forza di Sarsina".

CONFCOMMERCIO PLAUDE ALL'INTERVENTO DEL COMUNE DI SAVIGNANO

Trecentomila euro per le imprese con gli incassi dimezzati

L'aiuto alle imprese in questa complessa fase di ripartenza in convivenza con la pandemia deve proseguire metodicamen-

te in autunno e in inverno, con adeguati provvedimenti a tutti i livelli.

Lo chiede il presidente di Confcommercio Savignano Roberto Renzi (nella foto), soddisfatto per il "Fondo sostegno" messo a disposizione dall'amministrazione comunale in accordo con le organizzazioni di categoria, che mette a disposizione 300mila

euro a fondo perduto per gli imprenditori locali ancora in prima linea a causa dell'egiunge Renzi - avranno tempo fino al 30 settembre per presentare la domanda di

mergenza sanitaria". "Gli interessati - ag-

contributo. Può farlo chi ha subito una perdita di fatturato nel periodo dal primo marzo al 31 maggio almeno del 50% rispetto allo stesso periodo del 2019. Si tratta di un intervento significativo che non può essere però un traguardo, ma una base su cui attuare altri interventi per affiancare le piccole imprese

commerciali e degli altri comparti che sono in difficoltà."

Piazze Borghesi e Giovanni XXIII, parte l'intervento di restyling

Da sempre Confcommercio rimarca l'importanza strategica dell'arredo urbano e dell'abbellimento dei luoghi di ritrovo in centro e in periferia e quindi accoglie favorevolmente l'intervento di riqualificazione delle piazze Borghesi e Giovanni XXIII a Savignano, che stanno per avere inizio nel centro storico, al costo di 850mila euro, con l'inserimento di panchine, alberi e arredi. Il mercato ambulante rimarrà in centro e verrà messo in sicurezza. "Il nostro auspicio - afferma il presidente Roberto Renzi - è che sia approntata anche la viabilità che caldeggiamo da anni per rendere più accessibili e fruibili i negozi in centro

IN AUTUNNO PRONTA LA NUOVA PIAZZA VESI

Nuova vita per il centro di Gatteo

La nuova piazza Vesi cuore di Gatteo sarà pronta in autunno con il completamento dei lavori di riqualificazione che Confcommercio ha a lungo caldeggiato: verranno tolti la fontana e i gradini, creata una nuova area verde per renderla più utilizzabile.

Ad essere rilanciate saranno anche via Pascoli e i parcheggi limi-

trofi, con il rifacimento dei marciapiedi e verrà resa più bella la città".

dell'aiuola spartitraffico.

"Si tratta di un intervento - afferma il presidente di Confcommercio Gatteo Aldo Magnani (nella foto) - che potrà avvantaggiare anche il rilancio del commercio in centro storico grazie alla sua maggiore attrattività, oltre al fatto che

L'ESTATE IN CHIAROSCURO DEL COVID

La Valsavio non ha deluso i turisti

Le bellezze naturali e paesaggistiche dell'Alta Valle del Savio, dalle cascate dell'Alferello al Monte Fumaiolo e ai sentieri del Parco

Nazionale sono stati quest'estate mete di molti cultori del trekking e turisti che hanno scelto la quiete dell'alta collina cesenate dove il distanziamento è naturale.

Nel mese di agosto, in particolare, si sono registrati flussi soddisfacenti di turisti nelle strutture termali di Bagno di Romagna e, pur nella complessità di una stagione

mai così dura nel dopoguerra per la convialtri anni, è stata in grado venza col covid, Confcommercio rimarca di apportare un calendario che gli operatori turistici e della filiera comdi eventi accompagnato di merciale hanno fatto di tutto per proporre la sera dalla qualificata offerta stagione turistica e condurla a termine nel

migliore dei modi possibili, in sicurezza. Il comparto dei pubblici esercizi, punto di forza della nostra offerta, ha risentito dell'annata particolare e si è confermato grande

> attrattiva del territorio. Sofferenza anche per gli hotel che, tuttavia, specie nel mese di agosto hanno registrato buone prenotazioni, anche se pesano gli altri periodi con più scarsa affluenza di clientela. In definitiva, possiamo dire che l'Alta Valle del Savio ha resistito, confermandosi area turistica d'eccellen-

za, e i nostri imprenditori turistici meritano i complimenti e la gratitudine per aver tenuto alto il nome della nostra splendida vallata. Nella foto il presidente di Confcommercio di Verghereto Remo Casini.



CONFCOMMERCIO IN VISTA DELL'AVVIO DEI LAVORI DI RIQUALIFICAZIONE

Lavori al lago di Quarto, avanti insieme pubblico e privati

zio dei lavori per il recupero ad uso turistico del lago di Quarto è un passaggio importante verso l'obiettivo di qualificare ulteriormente l'offerta turistica della Valsavio. Lo rimarcano il presidente Confcommercio Augusto Patrignani e il presidente di Confcommercio Sarsina Romano

"Da anni Confcommercio - affermano - è impegnata in prima linea per la riqualificazione del lago di Quarto a fini ambientali e ricettivi nell'ottica della valorizzazione di quella che abbiamo chiamato la valle dei laghi. In realtà la valle del Savio è ben di più: alta Valle dei percorsi turistici ambientali, sportivi, cicloturistici, valle delle attrattive termali, culturali, enogastronomiche, uno spaccato di Romagna, quella al confine con la bella Toscana, che ha tutte le peculiarità per calamitare turisti, visitatori, appassionati del buon vivere.

È per questo che la presentazione dell'inizio dei lavori per il rilancio splendida belnaturale lezza mai sfruttata in tutte le sue potenzialità a cui siamo stati lieti partecipare un'occasione importante per Confcommercio. Siamo orgogliosi del bel lavoro preparatorio

svolto a cui abbiamo dato il nostro contributo".

"Positiva - proseguono Patrignani e Rossi - la progettualità messa in campo da pubblico e privati, così come la capacità di intercettare i fondi europei per avviare un intervento impegnativo e il fatto, finalmente, che è stata sbloccata l'impasse. Confcommercio ringrazia tutti gli attori in campo, dall'amministrazione comunale di Sarsina, al Gal L'Altra Romagna, alle associazioni locali del

volontariato ambientale ma anche a quelle di rappresentanza economica come la nostra che in questi anni hanno lavorato sodo per creare i presupposti per ridare fruibilità, piena accessibilità e attrattività allo splendido Lago di Ouarto. Ora si tratta di renderlo turisticamente fruibile, e naturalmente di valorizzarlo anche dal punto di vista idrico, e di far nascere attorno ad esso strutture ricettive, pubblici esercizi è un sistema attrezzato dell'ospitalità che potenzino l'offerta turistica dell'intera Alta Valle del

anni, su questa partita più ampia, quella del rilancio dell'intera vallata, si sono convogliati impegni e attenzioni da parte di tutte le amministrazioni locali e dei partner territoriali più attenti e sensibili.

Senza falsa modestia crediamo che Confcommercio abbia dimostrato di essere uno di questi partner e vogliamo continuare a dare il nostro contributo a fianco delle imprese che rappresentiamo e di tutti coloro che stanno profondendo sforzi importanti. Amiamo la nostra bella montagna così come tutto il nostro territorio nelle sue sfaccettate attrattive e con i suoi turismi integrati.

Investire sulla montagna a significa contrastarne il suo spopolamento residenziale e imprenditoriale, puntare sulla bellezza naturale dei luoghi e sull'estro e la creatività dinamica delle imprese turistiche e di tutta la filiera. L'inizio dei lavori per il rilancio funzionale del lago di Quarto non è un traguardo, ma il primo passo di un percorso in cui dobbiamo essere tutti uniti e concordi nel volere immettere nel circuito delle nostre bellezze d'Alto Savio anche il lago di Quarto recuperato e pronto all'utilizzo pieno dal punto di vista turistico. In questi anni abbiamo lavorato per questo e continueremo a farlo per la nostra terra, per chi ci vive e lavora e per i tanti che potranno godere di questa spettacolare bellezza naturale che finalmente diventerà godibile e pienamente fruibile con ricadute economiche sicuramente importanti sul territorio. Il turismo è il nostro petrolio e il lago di Quarto uno straordinario giacimento".

Nella foto l'incontro di presentazione dei lavori al lago di Quarto

L'INAUGURAZIONE DEL NUOVO LOCALE DELLE SORELLE BRIGHI VICINO AL PORTOCANALE DI CESENATICO

Pubblici esercizi, il Tintamar accresce l'offerta di viale Carducci

Nell'estate difficile della convivenza col covid, in cui la riviera romagnola ha tenuto alto il nome e il prestigio del nostro turismo pur tra mille difficoltà, ha portato ottimismo e fiducia l'apertura di nuovi locali e pubblici esercizi. Fra questi il Tintamar in viale Carducci gestito dalle sorelle Erika, Ilaria e Francesca Brighi. All'inaugurazione hanno partecipato anche il sindaco Matteo Gozzoli, il presidente e il direttore di Confcommercio Cesenatico, Giancarlo Andrini e Roberto Fantini, Mauro Brighi, il padre delle tre proprietarie e noto albergatore cesenaticense, il direttore Confcommercio Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci.

Gozzoli ha elogiato il dinamismo dei nuovi Nella foto il taglio del nastro di Tintamar.

imprenditori, la loro progettualità e accorta intraprendenza e incoraggiato chi fa impresa in una fase così complessa e la validità del progetto Tintamar nonchè l'intraprendenza dei giovani che si cimentano in nuove imprese sul lungomare, spesso figli di imprenditori di Cesenatico.

"Il settore dei pubblici esercizi - ha rimarcato il presidente Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andrini - è un grande punto di forza di Cesenatico e in viale Carducci, come nel portocanale e in altre parti del centro turistico, è un fortissimo elemento di attrattività".

CONSEGNATA TARGA A STORICA ASSOCIATA A CONFCOMMERCIO

Sessant'anni della profumeria Barbara pioniera della cosmesi



Ha festeggiato sessant'anni di attività la profumeria Barbara, aperta da Barberina Benassi, che oggi ha 86 anni, a Cesenatico, in via Leonardo Da Vinci, nel giugno del 1960.

In occasione della importante ricorrenza alla fondatrice dell'impresa è stata consegnata un targa dal sindaco di Cesenatico Matteo Gozzoli e dai Confcommercio, rappresentati dal presidente Giancarlo Andrini, dal responsabile Roberto Fantini, dal direttore di Confcommercio cesenate Giorgio Piastra e dal vicedirettore Alberto Pesci.

L'attività da via Da Vinci si trasferì in viale Carducci. Il primo cliente che si presentò al momento dell'apertura fu Nello Macrelli, che sarebbe diventato il marito di Barberina ed il padre dei suoi figli: Lucia che oggi conduce l'attività, e Marcello. Nello è mancato un anno fa.

"Quando la mamma aprì spiega Lucia Benassi - eravamo ancora nel periodo pionieristico del settore cosmetico, mentre stavano nascendo e affermandosi alcune tra le più note marche e case del settore. Da allora molta strada è stata percorsa. Nel 2000 la mamma ha ricevuto il titolo di "Maestro del Lavoro" per i suoi quaranta anni di attività.

Professionalità e competenza sono le qualità che hanno sempre contraddistinto la nostra attività ed insieme ad un continuo aggiornamento hanno consentito all'impresa di crescere e conseguire successi aziendali. Nel 2001 abbiamo inaugurato il punto vendita a Valver"Nell'estate del covid-19 - aggiunge Lucia Benassi - abbiamo deciso di riaprire regolarmente anche il punto vendita di Valverde, nonostante il flusso ottobre 2020 sia stato molto minore e alcuni alberghi abbiano tenuto chiuso. Per il nostro settore è stata una stagione a rilento, perché non pochi turisti nostri clienti non fanno fatto le vacanze, ma abbiamo ugualmente assicurato il servizio con l'auspicio di poter uscire presto dalla fase dell'emergenza. Durante il lockdown avremmo potuto tenere aperto, ma il fermo totale del passaggio ci ha indotto alla chiusura: speriamo che una fase come quella non si verifichi più". Nella foto il presidente

Andrini consegna la targa a Barberina Benassi



CONFCOMMERCIO SODDISFATTA

Chioschi e mercati ambulanti, niente Cosap a Cesenatico

La Giunta di Cesenatico ha approvato una delibera molto importante decidendo di estendere l'esenzione del pagamento della Cosap alle concessioni permanenti, cioè chioschi fissi, mercati ambulanti e spettacoli viaggianti. Un Decreto Legge aveva esentato quelle per la somministrazione di alimenti e bevande, ma è

stato fatto uno sforzo per venire incontro a chi era rimasto fuori. Dunque dal 1° marzo al 31 dicembre 2020 nessuna attività commerciale di Cesenatico pagherà la Cosap. Confcommercio e Fiva Confcommercio sono soddisfatte del provvedimento.

IL 15 OTTOBRE TAPPA A CESENATICO

Giro d'Italia e Mondiale, Romagna in vetrina

Epopea romagnola al Giro d'Italia, giunto alla 103[^] edizione. La Corsa Rosa partirà dalla Sicilia il 3 ottobre, e si concluderà il 25 ottobre a Milano. La carovana rosa arriverà in Romagna sul traguardo del lungomare di Rimini e ricorderà il regista

Federico Fellini nel centenario della nascita. Il 15 partenza senatico, davanti alla statua dedicata a Pantani. Il ottobre

partenza da Cervia. La tappa cesenaticense, dal mare alla montagna, ricalcherà il percorso della Gran Fondo Nove Colli. "Per la nostra riviera e per tutta la Romagna si tratta di un grande evento sportivo, culturale e promozionale - rimarcano i presidenti di Confcommercio cesenate Augusto Partrignani e di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini -: il giro d'Italia coincide con la storia stessa del nostro Paese ed è una competizione che travalica gli appassionati di ciclismo coinvolgendo tutti gli italiani e le

sue splendide località del nostro Paese. La Romagna uscirà nobilitata da questo evento e in particolare Cesenatico con tutto il percorso della Nove Colli.

Le forze imprenditoriali sono pronte a

fare la loro parte per preparare il territorio per esseall'altezza re grande del evento.

Romagna La sarà grande protagonista del Campionato

mondiale di ciclismo che si svolgerà a Imola, dal 23 al 27 settembre.dove ciclisti in gara si contenderanno i quattro titoli iridati maschili e femminili, del Campionato del Mondo su strada. Il Covid-19 ha fermato la programmazione iniziale della prova iridata prevista in Svizzera, ed è stata trovata un'altra collocazione per il Mondiale di quest'anno: nella contesa tra l'Alta Savoia e Imola, l'Italia ha avuto la meglio, con un altro Mondiale tricolore dopo sette anni da Firenze 2013, nel cuore della Romagna.

ICook, ripartenza in sicurezza Corsi per tutti i gusti



Sono ripartiti in sicurezza i corsi ICook, presentati il 16 settembre. ICook taste&share è uno spazio polifunzionale gestito da Cook Academy e Iscom Formazione composto da scuola di cucina e sala convegni che all'occorrenza si trasforma per accogliere cene ed eventi aziendali. Inserita in un contesto ideale, adiacente al Centro Commerciale Montefiore a Cesena, sfrutta la vicinanza all'uscita autostradale di Cesena Nord e il collegamento diretto alla secante che taglia Cesena

verso sud. Usufruisce anche del comodo parcheggio del Centro e di tutti i servizi e le sinergie che si possono creare grazie a questa privilegiata posizione.

ICook informa i corsisti

che per contribuire alla diminuzione del consumo di materiali usa e getta non verranno più distribuiti contenitori per alimenti in plastica o alluminio. Pertanto si invitano tutti i partecipanti alle attività di cucina a munirsi di contenitori propri per portare a casa quanto avanzato dalle

preparazioni. Lunedì 21 settembre è partito un corso su pasta fresca in due lezioni per sperimentare l'intramontabile arte delle arzdore che con tagliere e matterello imbandiscono le tavole romagnole da generazioni. Mercoledì 23 ha preso il via il corso su Hawaiian Poke Bowl, alternativa al sushi, proveniente dalle Hawaii e divenuta una tendenza mondiale, sorta sulle onde dei surfisti: pesce crudo, salmone e tonno, tagliato a cubetti, marinato con salsa di soia, olio di sesamo e condito con quello che suggerisce la fantasia. Altri corsi in partenza sono "Biscotti che passione" (30 settembre), Cucina di base (6 ottobre), "Pesci poveri piatti ricchi" (7 ottobre), Junior Masterchef Brunch per bambini e teen-ager per avvicinarli al mondo della cucina e trascorrere momenti piacevoli insieme ai propri figli; Caffetteria e latte Art per professionisti (5 ottobre), Menù senza carne (15 ottobre); pladina e crescioni (17 ottobre), Il riso e suoi utilizzi (19 ottobre).

Nella foto il presidente Confcommercio Patrignani con i promotori di Icook

NUOVA ANNATA ISCOM

Formazione antidoto alla crisi e alla precarietà

La nuova annata formativa di Iscom Formazione si è avviata a settembre con la prima infornata di percorsi formativi. E' stato avviato il corso per lavoratori Art. 37 Rischio Basso e quello per rischio medio; il 29 settembre parte un corso di Inglese di base, il 5 ottobre un corso di aggiornamento per lavoratori articolo 37, il 5 novembre un corso benessere psicofisico 1° livello La

Via Semplice; il 10 novembre un corso di formazione sul tema Tutela del Benessere Animale" e il 30 novembre un corso tecnico per la progettazione e Gestione di Data Base a supporto del Marketing e della Comunicazione. "Anche al tempo della convivenza col covid e della precarietà - mettono in luce il presidente Pietro Babini e il direttore Giorgio Piastra (nella foto)

la formazione riveste un ruolo centrale per aggredire la crisi in maniera propulsiva, investendo sull'impresa e sulla persona per ampliare conoscenze e dotazioni di strumenti. Iscom Formazione per le imprese, da decenni è leader nel territorio per la progettazione e realizzazione di servizi e interventi formativi per le imprese e per le persone per lo sviluppo del know how e il potenziamento delle performance lavorative. Si rivolge a imprese per la progettazione e la realizzazione di interventi formativi autofinanziati o finanziati attraverso il fondo sociale europeo, i fondi interprofessionali oppure, per i lavoratori, mediante enti

bilaterali, persone occupate e o disoccupate che vogliono acquisire o specializzare le competenze attraverso efficaci interventi formativi finanziati o a mercato. Nel 2019 le nostre attività promosso gestione di 330 corsi che hanno visto il coinvolgimento di 2650 persone su tutto il territorio. Inoltre Iscom rispon-

de a ogni esigenza progettuale in merito i nuovi bandi per richiedere finanziamenti per la formazione dei lavoratori".

Per maggiori informazioni è possibile contattare gli uffici di Iscom o accedere al sito www.iscomcesena.it



A NOVEMBRE PARTE UN CORSO DI FORMAZIONE TECNICA SUPERIORE DI 800 ORE

Con Iscom si diventa esperti digitali

di CRISTINA BORGHESI



La formazione di Iscom vola alto e propone un corso per venti diplomati (giovani e adulti, disoccupati o occupati, residenti o domiciliati in Emila Romagna in possesso del diploma di secondaria superiore) che desiderano formarsi come esperti Digital, da Arduino al Marketing on line. Si tratta di un corso gratuito Iftsc, che partirà a novembre e si concluderà a luglio 2021, per la pro-

gettazione e gestione di database a supporto del marketing e della comunicazione, al termine del quale si potrà ottenere la qualifica di esperto in digital e big data, più precisamente di tecnico esperto in grado di progettare e gestire data base; esperto in data analysis per il marketing, capace di reperire, condividere, analizzare dati e trasformarli in informazioni utili per la comprensione dei trend attuali e la definizione delle strategie future.

Le lezioni saranno svolte in presenza in aula nella sede cesenate di Iscom Formazione come previsto dalle linee guida regionali per la formazione. Per eventuali esigenze didattiche o per disposizioni regionali per il contrasto del Covid-19 le lezioni potranno essere erogate in modalità webinar (lezioni on line in videoconferenza in modalità sincrona). Verranno svolte 800 ore totali, di cui 468 di aula, 320 di stage in azienda e 12 di Project Work in Webinar.

I corsi Ifts (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore) sono realizzati dagli enti di formazione accreditati in partenariato con un'istituzione scolastica, un'università e una o più imprese. Approvati dalla Regione Emilia-Romagna e cofinanziati dal Fondo Sociale Europeo, fanno parte dei Poli tecnici che raccolgono e valorizzano le vocazioni dei diversi territori dell'Emilia-Romagna

UNA GRANDE STORIA D'IMPRESA AGROALIMENTARE NATA A CESENA NEL 1945

La 'Biondi Giulio' compie 75 anni proiettata al futuro

La Biondi Giulio è più di un'impresa agroalimentare giunta alla terza generazione, già di per sé un grande traguardo: è una parte della storia di Cesena e la celebrazione del 75° di storia imprenditoriale che si celebra venerdì 25 alle 18 nello stabilimento di Pievesestina è un evento che entra negli annali dell'intera città. Parteciperanno rappresentanti delle istituzioni amministrative comunali e regionali, e il presidente Confcommercio Augusto Patrignani.

"La Biondi Giulio - afferma Patrignani - è una grande impresa nostra associata da sempre, che ha dato e dà lustro alla nostra città Confcommercio e la Biondi Giulio sono nati insieme a Cesena, subito dopo la fine della guerra e dagli albori della ricostruzione hanno percorso affiancati un lungo percorso puntando su professionalità, centralità del cliente, serietà e abnegazione, dinamismo e carica umana romagnola, che non si arrende di fronte alle difficoltà. Quella della Biondi Giulio è una splendida storia d'impresa familiare che funge da modello per tanti".

Quindici milioni di fatturato nel 2019, 12mila tonnellate di prodotti venduti, 500 clienti in Emilia Romagna, Marche, Toscana, Umbria e Lazio, 45 dipendenti, un'azienda agricola di 27 ettari: le cifre parlano da sole. Ma ancora più importante dei numeri eccellenti è la simbiosi unica di vicenda familiare e imprenditoriale, tratto peculiare e inconfondibile della Biondi Giulio, da cui è scaturito il successo aziendale".

"La storia della famiglia Biondi, dal Dopoguerra ad oggi - racconta Gianluca Biondi entrato in impresa nel 2016 per dirigerla insieme agli zii Rosanna e Gabriele e alla mamma Loretta - è un tutt'uno con quella della impresa che porta il nome del suo fondatore. Nel 1945 il nonno Giulio, detto Lucio, aprì la sua prima attività di rivenditore di frutta secca, nel suo negozio di corso Cavour, nei pressi della Barriera, in uno dei passaggi cittadini più caratteristici e trafficati, Il primo magazzino fu in via Natale dell'Amore nel 1960. Qui, ancora oggi, è presente il negozio. (in via Natale dell'Amore fu fondato il primo magazzino, poi avvenne il trasferimento in via Madonna dello schioppo, più vicina al mercato ortofrutticolo dell'epoca. A fianco di nonno Giulio sono sempre stati sempre la moglie Elsa e la sorella Olga hanno che hanno costruito mattone dopo mattone e ettaro dopo ettaro quello che in 75 anni è ogni giorno cresciuto e potenziato. Rosanna, Mauro e Gabriele. i figli di Giulio, sono nati e cresciuti in azienda e fin dai primi anni di vita hanno preso parte allo sviluppo di un progetto che negli anni è stato in grado di garantire sviluppo e prosperità a decine di famiglie"

"In tutti questi anni siamo cresciuti in maniera inarrestabile - prosegue - grazie a Investimenti oculati e sviluppo costante che hanno consentito all'azienda di crescere fino a diventare uno dei principali attori nel panorama locale del settore del commercio ortofrutticolo e un marchio di fabbrica consolidato per tutti gli addetti ai lavori. Allo storico negozio di corso Cavour si è affiancato prima il magazzino, quindi l'ingresso nei primi anni Cinquanta nel mercato ortofrutticolo cittadino, successivamente la fondazione dell'azienda agricola che si estende oggi per 27 ettari tra Lizzano e Rio Marano — Assieme alla 'Biondi Giulio' sono cresciute numerose realtà del territorio, dalla rivendita alla ristorazione, ed altrettante hanno potuto avvalersi della sua competenza ed affidabilità in tutta Italia"

"A fine anni '90 l'azienda ha raccolto la sfida lanciata dall'amministrazione comunale di prendere parte come attore principale al progetto del nuovo mercato ortofrutticolo. Sono stati anni entusiasmanti e di grande sviluppo. Nel 2006, la prematura scomparsa di mio padre Mauro ha segnato una triste capitolo nella storia della famiglia, lasciandola nell'incertezza per il futuro. Non perdendosi d'animo la famiglia e tutti i collaboratori hanno comunque trovato la forza di proseguire il percorso anche grazie alla mamma Loretta, subentrata in società, che non si è mai persa d'animo per tenere la testa alta davanti a prove difficili come questa. Nel 2016 sono entrato anche io in azienda di cui ho preso in mano le redini seguendo le orme del padre a fianco degli zii Rosanna e Gabriele e della mamma. Da subito abbiamo dato vita a un inevitabile processo di riorganizzazione aziendale, si è insediata una nuova direzione che fa capo a Matteo Evangelisti e sono nati nuovi progetti per il futuro. L'anno del Covid è coinciso con

lo scadere del settantacinquesimo anno dalla

fondazione ed ha imposto nuove sfide e nuovi

progetti per il rilancio di un'esperienza di lavoro in cui le storie di decine di famiglie si sono in-

trecciate e guardano con decisione ad un futuro

fatto di sfide e nuove opportunità. Abbiamo una

certa età come impresa, ma la nostra forza è di essere sempre giovani dentro, pronti ogni giorno a metterci in gioco".

Nella foto Gianluca Biondi, quarto nella prima fila da destra, con i suoi collaboratori

