CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserto di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

TRIBUTI LOCALI, RISPARMI FINO A 10MILA EURO

Nella foto da sinistra il direttore Confcommercio Giorgio Piastra, il presidente Augusto Patrignani e il vicedirettore Alberto Pesci

IL COMMENTO

Ecco la prova che associarsi conviene

di AUGUSTO PATRIGNANI

Esenzione della Cosap e riduzione della Tari sono interventi richiesti da Confcommercio e attuati dalle amministrazioni comunali del nostro comprensorio a favore delle imprese colpite dall'emergenza pandemica: bar, ristoranti, negozi delle varie gamme, palestre, discoteche, queste ultime ancora ferme al palo. La nostra Confederazione nazionale ha premuto con tenacia affinché il Governo stanziasse fondi per i Comuni da destinare a questo provvedimento di sgravio tributario dovuto, equo e indispensabile. E anche per tanti altri provvedimenti, attuati e non.

Confcommercio cesenate ha provato a quantificare per dare l'idea della portata di questi sgravi su Tari e Cosap e all'interno leggerete che le piccole imprese territoriali arrivano a conseguire risparmi tributari fino all'ordine dei diecimila euro. Certo, non li elargisce Confcommercio, ma Confcommercio ha fatto di tutto e di più per farli ottenere alle imprese, giacché non era scritto da nessuna parte che fossero assegnati, e in questa misura.

Noi e le altre organizzazioni, a livello nazionale e territoriale, ci siamo mossi, ogni giorno, chiedendo che le piccole imprese non fossero lasciate sole in questo tsunami, alleviato ma non ancora cessato, anche se si intravvede l'ultimo miglio, e fossero indennizzate tenendo conto dei danni subiti a causa della pandemia, che non sono uguali per tutti: basti pensare ai dettaglianti alimentari, non toccati, e ai titolari di discoteche, senza lavoro da un anno e mezzo.

Da marzo 2020, quando è sopraggiunta la tempesta non ancora sopita, il nostro accompagnamento è stato senza soste, a 360 gradi. Lo era anche prima, ma si è innescata un'ulteriore energia, quella della vicinanza nell'emergenza, che ci fa sentire un noi, non la somma di tanti io.

Chi si loda s'imbroda, lo so: ma io non lodo, constato, riporto fatti, appuro come e quanto lavora ogni giorno il nostro staff. E allora a tutti gli indecisi se associarsi o meno a una organizzazione di rappresentanza imprenditoriale, a chi sostiene che i corpi intermedi abbiano fatto il loro tempo, e che la loro efficienza al lato pratico sia discutibile, io non faccio appelli: sottopongo dati e numeri. Diecimila euro di risparmio tributario locale non cambiano la vita, ma hanno un peso. Per una volta siamo venali e presentiamo la prova che stare in Confcommercio conviene. Conviene molto, anche finanziariamente, grazie all'assistenza e all'affiancamento di professionisti della rappresentanza e della consulenza, da 75 anni all'opera accanto alle imprese. Confcommercio non fa solo pratiche: fornisce accompagnamento, consulenze e relazioni mettendo al centro l'associato e partendo dal principio della dignità assoluta del fare impresa, che genera benessere, sviluppo e ricadute sociali positive.

Questo rispetto della dignità del lavoro imprenditoriale lo chiediamo in ogni circostanza a chi ci amministra a tutti i livelli, perorando azioni contro l'emergenza pandemica che, salvaguardando la priorità sfera sanitaria, vadano sempre nella direzione di favorire il lavoro in sicurezza. Perché - non dimentichiamolo mai - il secondo vaccino e il vero pass, per salvarci, è il lavoro.

AVVIATI IL 3 LUGLIO, PRIME SETTIMANE A RILENTO. LA STIMA DI CONFCOMMERCIO

Saldi estivi, spesa pro capite di 74 euro

Il 3 luglio si è avviata la stagione dei saldi estivi anche nel Cesenate così come in tutta l'Emilia Romagna Le prime settimane hanno visto un movimento stazionario, senza il decollo auspicato. "Ogni famiglia - rimarca il direttore Confcommercio Giorgio Piastra (nella foto) - secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, spenderà in media 171 euro, 74 euro pro capite per l'acquisto di capi scontati. Dopo l'annus horribilis, l'auspicio è che riparta la corsa allo shopping. C'è tanta voglia di libertà e di ritorno ad una nuova normalità. E, dopo un lungo periodo di restrizioni, i saldi estivi rappresentano un'occasione importante per recuperare il tempo perduto e rinnovare il guardaroba per le vacanze, acquistando anche a prezzi convenienti".

"L'attesa è di consumi - mette in luce il direttore Piastra - in crescita rispetto allo scorso anno e anche di una conferma del trend degli acquisti nei negozi di prossimità, dopo il forzato ricorso al web. In questo senso attendiamo dal Governo una forte presa di posizione per l'introduzione di un'imposta minima globale sui ricavi dei colossi del web nei Paesi in cui operano. È una soluzione fondamentale per riequilibrare i rapporti di forza in un mercato che non può rimanere senza regole. Occorre dare certezze alle imprese per garantire i valori della nostra società, della nostra tradizione, della nostra economia e dei nostri territori, ma soprattutto per rendere più stimolante, sostenibile e reale la relazione sociale tra le persone".

"I saldi estivi sono una festa delle città e dei paesi e un ulteriore passo avanti - aggiunge Piastra - verso il rientro all'auspicata normalità, nella speranza di poter lasciar presto e definitivamente alle spalle l'emergenza sanitaria che ha caratterizzato questi ultimi 18 mesi. Il settore moda, così rappresentativo nella rete distributiva cesenate, ha vissuto dei mesi difficilissimi, sostanzialmente dimenticato dai vari ristori e sostegni, e conseguentemente l'andamento della stagione dei saldi estivi sarà determinante per il futuro di tante imprese".

CONFCOMMERCIO ELOGIA IL BANDO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Business innovativi, un treno da non perdere

di AUGUSTO PATRIGNANI

Nella complessa ma stimolante fase della piena ripartenza che Confcommercio cesenate torna a invocare sia favorita dall'accompagnamento alle piccole imprese colpite duramente dalla pandemia, il bando della Camera di Commercio della Romagna - Forlì-Cesena e Rimini che assegna contributi per lo sviluppo delle competenze più richieste nelle aziende del proprio territorio, è un treno importante. Intende promuovere modelli di business delle imprese innovativi, inclusivi e responsabili per una maggiore competitività, anche a livello internazionale, mediante l'inserimento di nuove figure, anche high skill. Per Confcommercio questa iniziativa costituisce un contributo significativo per contrastare la grave crisi economica e occupazione conseguente all'emergenza Covid-19.

Questo bando camerale interpreta inoltre al meglio lo spirito di questo tempo di ripartenza e coincide nella sua vision con la filosofia di Ri-Genera-Impresa, società di servizi nata cinque anni fa in senso a Confcommercio per fornire assistenza di natura economico-gestionale alla piccola e media impresa. La vision è molto chiara: mettere al centro risorse umane riqualificate per il rilancio produttivo e socio-economico del territorio.

La capacità di creare innovazione scaturisce dall'impegno a formare le figure con professionalità nuove e complementari fra loro. In questa fase così complessa ma anche ricca di opportunità l'imprenditore deve far leva sì sulla resilienza, ma anche su un'azione propulsiva per puntare al rilancio imprenditoriale.

Questa fiducia piena nell'innovazione e nella progettualità - lo sappiamo: chi si ferma è perduto - è uno dei capisaldi che ha spinto RiGenera-Impresa a creare un ambiente ideale per far crescere competenze in un ambito essenziale del cuore dell'impresa, quello rappresentato dalla gestione finanziaria dalla quale dipendono i processi di investimento e su cui si fonda una cultura attiva imprenditoriale che punti sulla managerialità. Avanti dunque nel nostro territorio con modelli di business innovativi, inclusivi e responsabili per una maggiore competitività come recita il bando camerale a cui dobbiamo orientare le nostre piccole imprese per il nuovo inizio che vogliamo costruire insieme, in una logica di sistema territoriale.

PROBLEMI PER PUBBLICI ESERCIZI, ALBERGHI E STABILIMENTI BALNEARI

Continua la ricerca dei lavoratori stagionali perduti

L'estate è entrata nel vivo della stagione, ma le associazioni di categoria aderenti a Confcommercio hanno avuto e continuano ad avere grandi difficoltà nel trovare lavoratori stagionali qualificati, situazione che si riscontra anche nel territorio cesenate, provinciale e romagnolo.

"Purtroppo - dichiara il direttore generale di Fipe, Federazione italiana dei pubblici esercizi, Roberto Calugi - nella ristorazione ci sono 150mila posti di lavoro liberi. I ristoratori non riescono a trovare il personale. Sono diversi i motivi per cui non si accetta il lavoro tra cui spiccano l'incertezza che circonda il settore e la spinta a non perdere i vari sussidi di assistenza statali. Mancano soprattutto camerieri, barman e cuochi qualificati, il cuore pulsante della ristorazione. Un'altra motivazione che spinge le persone a rifiutare un posto di lavoro è legata al reddito di cittadinanza. Sempre più spesso i lavoratori stagionali decidono di non accettare le proposte lavorative per non perdere i soldi del reddito o chiedono di essere pagati in nero sempre per non rinunciare al sussidio statale. Per risolvere i problemi nell'incrocio domanda-offerta di lavoro, serve un intervento strutturale sulle politiche attive".

Nel settore alberghiero, secondo Federalberghi (la Federazione delle associazioni italiane alberghi e turismo), mancano soprattutto le figure di medio livello, quelle che hanno una retribuzione media intorno ai milleduecento-milletrecento euro al mese. Una situazione legata soprattutto al reddito di cittadinanza, spiega Federalberghi, che dovrebbe aiutare le classi che si trovano in difficoltà, ma sempre più spesso si sono verificati casi di persone che hanno deciso di rifiutare un posto di lavoro per continuare a prendere l'assegno del reddito.

"Ci vorrebbero degli uffici di collocamento - sostiene Federalberghi - come funziona negli altri Paesi: qualora rifiutasse un posto di lavoro perde il reddito o lo perde parzialmente. Altrimenti, è il caso di una pensione a vita e non va bene".

Anche nel comparto della balneazione risulta più difficile trovare lavoratori stagionali qualificati. "Il vero problema è che oltre al reddito di cittadinanza sono arrivati anche i ristori - spiega il presidente Sib regionale Simone Battistoni -. Ci sono stati, infatti, casi di dipendenti che hanno chiesto di essere licenziati per poter percepire i ristori o i sussidi statali".

LA POSIZIONE DELLA PRESIDENTE NAZIONALE PRAMPOLINI

Fida, sì al vaccino obbligatorio per i dettaglianti alimentari

Il dibattito sull'estensione dell'utilizzo del Green Pass e sull'obbligo di vaccinazione per alcune categorie di lavoratori continua a tenere banco. Sulla questione è intervenuta la presidente di Fida Confcommercio (federazione dei dettaglianti alimentari e della Distribuzione organizzata), Donatella Prampolini. "Non mi scandalizzo - ha detto Prampolini commentando la proposta suggerita da Guido Rasi, ex direttore dell'Ema e consulente del commissario all'emergenza Coronavirus, Francesco Paolo Figliuolo, in merito all'obbligo di vaccino per chi svolge lavori a contatto con il pubblico - anzi sono favorevole all'obbligo del vaccino per il personale che lavora nei supermercati e nei negozi alimentari di prossimità. Chi è a contatto quotidianamente con le persone credo abbia come preciso dovere vaccinarsi, e se non ci arriva da solo è giusto che arrivi una direttiva dall'alto. Sarebbe davvero opportuno l'obbligo del vaccino, al momento però i datori di lavoro non possono nemmeno sapere chi si è vaccinato né tantomeno obbligarlo, ma nelle attività essenziali come le nostre sarebbe da sciocchi non sfruttare l'opportunità delle vaccinazioni".

Quanto all'ipotesi dell'adozione del Green pass nei supermercati ma anche nei negozi alimentari, Prampolini si è detta contraria. "Sarebbe impraticabile perché avendo attività essenziali non possiamo impedire a chi non è vaccinato o che non ha fatto un tampone nell'immediato, di entrare a fare la spesa per beni alimentari. Inoltre, diventerebbe impossibile controllare perché nei nostri punti vendita passano centinaia se non migliaia di persone al giorno".

ESENZIONE COSAP E RIDUZIONE TARI, LA PRESSIONE FA CENTRO: TRIBUTI IN NETTO CALO

Imprese, grazie a Confcommercio risparmi fino a 10mila euro

In una situazione ancora complessa per la piena ripartenza di pubblici esercizi e negozi al dettaglio, nel perdurare della convivenza con la pandemia, ci sono segnali positivi per le finanze di chi fa impresa grazie ad alleggerimenti tributari che sono frutto anche della rappresentanza vincente delle organizzazioni di rappresentanza.

"Nel comune di Cesenatico - rimarcano il presidente Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andrini e il responsabile Roberto Fantini (nella foto a destra) – siamo riusciti ad ottenere sgravi sulla Tari sino al 45% che si aggiungono al risparmio del 25% ottenuto lo scorso anno, oltre all'azzeramento della tassa di concessione del suolo pubblico. Il segnale dell'amministrazione comunale è importante, grazie all'utilizzo dei fondi ministeriali ottenuti grazie anche all'impegno di Confcommercio nazionale, ma ha dato frutto il pressante impegno delle associazioni di categoria. Per le imprese interessate si tratta di migliaia di euro risparmiati, che in questa situazione così penalizzante, possono dare non poco sollievo".

"Si possono fare esempi concreti per comprendere la portata dell'intervento – entra nel merito il responsabile Roberto Fantini -. Partiamo dalla Cosap, il canone di occupazione suolo pubblico per il quale il Comune ha stabilito l'esenzione. Per un bar stagionale con pedana di circa 40 mq, tipo-logia frequente a Cesenatico, il risparmio vale dai 2.000 ai 3.000 euro; per un ristorante stagionale con occupazione di 60 mq, il risparmio in termini di tassa non corrisposta fluttua tra 3.500 e 5.000 euro. Ancora più consistenti i vantaggi per un'attività con occupazione annuale, un gazebo permanente o un chiosco di piadina, per i quali il risparmio si aggira sui 10mila euro". "Per quanto concerne la Tari – aggiunge il responsabile Fantini - nel 2020 è stata ottenuta la riduzione del 25% per tutte le attività, mentre quest'anno è stata conquistata un'ulteriore riduzione per tutte le attività con punte del 90% per discoteche, cinema e teatri, i settori più colpiti dall'emergenza pan-demica, mentre un rilevante taglio del 45% riguarda campeggi, alberghi, negozi non alimentari, barbieri, parrucchiere ed estetiste, bar e ristoranti. Per un negozio di abbigliamento o calzature di 50-70 mq che nel 2019 pagava circa 300 euro, il costo della Tari è sceso ai 230 euro nel 2020 e 140 nel 2021. Un bar di 100 mq pagava di Tari circa 1.300 euro nel 2019, circa mille euro nel 2020 e 600 quest'anno. Un ristorante di 250 mq pagava di tari 4.500 euro nel 2019, 3.500 nel 2020 e circa 2.000 nel 2021. Un albergo di 3.000 mq pagava oltre 16.000 euro nel 2019, ridotti a 12.000 nel 2020, quasi dimezzati a sei-settemila nel 2021. Si tratta di dati che danno anche plasticamente l'idea del peso non solo politico, ma anche economico, nel senso di danaro fatto risparmiare alle imprese, di una buona rappresentanza d'impresa".

"Questi ottimi risultati sono stati ottenuti grazie a un mix di concause: fondi messi a disposizione dal Governo e destinati ai Comuni specificatamente per abbattere i costi di Tosap e Tari – commentano il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (nella foto) e il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini –, grazie ai Comuni che hanno aggiunto risorse proprie per aiutare ulteriormente le imprese, ma grazie soprattutto al lavoro costante che in tutti questi lun-ghi mesi dall'arrivo della pandemia è stato svolto da Confcommercio sia in sede nazionale, per riuscire a modificare i decreti e a far reperire risorse adeguate, sia in ambito comunale attraverso i continui confronti con le amministrazioni finalizzati ad ottenere il risultato voluto. Sgravare gli esborsi tributari delle imprese sfibrate dalla emergenza scaturita dalla pandemia. Ecco: questo sui risparmi su Tari e Cosap è un esempio molto chiaro e concreto di ciò che fanno le associazioni di categoria , e questa vicenda aiuta a comprendere, se qualcuno fosse ancora scettico, l'importanza della buona rappresentanza sindacale. Senza associazioni serie ed efficienti non si otterrebbero mai al mondo risultati e vantaggi simili".

DECRETO DEL GOVERNO, DAL 6 AGOSTO OBBLIGATORIO

Green pass per ristoranti, spettacoli ed eventi sportivi

Dal 6 agosto sarà obbligatorio l'uso del Green Pass per accedere a locali come bar e ristoranti al chiuso, teatri e cinema. La certificazione servirà per accedere a servizi per la ristorazione svolti da qualsiasi esercizio per consumo al tavolo al chiuso; spettacoli aperti al pubblico, eventi e competizioni sportivi; musei, luoghi della cultura e mostre; piscine, centri natatori, palestre, sport di squadra, centri benessere, anche all'interno di strutture ricettive, limitatamente alle attività solo al chiuso; sagre e fiere, convegni e congressi; centri termali, parchi tematici e di divertimento; attività di sale gioco, sale scommesse, sale bingo e casinò, concorsi pubblici". Non ripartiranno le discoteche ma arriveranno 20 milioni per le attività chiuse causa Covid, fondi che andranno in particolare proprio alle discoteche.

Il decreto prevede anche sanzioni per i gestori dei locali che non facessero rispettare le regole. I titolari o i gestori dei servizi e delle attività autorizzati previa esibizione del green pass sono tenuti a verificare che l'accesso a questi servizi e attività avvenga nel rispetto delle prescrizioni. In caso di violazione può essere elevata una sanzione pecuniaria da 400 a 1000 euro sia a carico dell'esercente sia dell'utente. Qualora la violazione fosse ripetuta per tre volte in tre giorni diversi, l'esercizio potrebbe essere chiuso da 1 a 10 giorni. Prorogato inoltre lo stato d'emergenza fino al 31 dicembre 2021.

Sono stati anche stabiliti i nuovi criteri per la "colorazione" delle Regioni. Resta 50 per 100mila abitanti l'incidenza per passare dalla zona bianca alla zona gialla ma da oggi saranno determinanti anche gli indicatori ospedalieri cioè l'occupazione delle terapie intensive e delle aree mediche i cui parametri sono stato modificati oggi nel corso della riunione della cabina di regia. Quelli per entrare nella zona di rischio gialla a 10 e 15% per le intensive e le aree mediche; 20-30% per en-trare in zona arancione e 30-40% per le zone rosse (percentuale che resta invariata rispetto ai precedenti parametri).

Il Presidente del Consiglio Draghi ha illustrato il decreto Covid approvato dal Governo. "La variante Delta del virus - ha detto - è minacciosa, altri Paesi europei sono più avanti di noi nei contagi ma abbiamo imparato che senza reagire subito, quello che vediamo succedere in Francia o Spagna dobbiamo prevedere si ripeta in Italia, in assenza di provvedimenti". Secondo il premier, "un uso esteso del green pass non è un atto di arbitrio ma una condizione per le aperture. L'invito a non vaccinarsi è un invito a morire".

CONFCOMMERCIO E FIPE CRITICI SUL GREEN PASS PER ACCEDERE AI PUBBLICI ESERCIZI

"Ma baristi e ristoratori non sono sceriffi"

di SARA MONTALTI

Sì alla vaccinazione di massa per sconfiggere definitivamente il covid, sì alle riaperture in sicurezza, no alla discriminazione delle imprese. Fipe Confcommercio cesenate interviene sull'introduzione del green pass anche per l'accesso dentro i pubblici esercizi al chiuso nel cuore dell'estate, nel pieno della stagione turistica e in una una fase finalmente di ripresa del settore, sia pur difficoltosa, del settore dopo oltre un anno di enormi disagi e difficoltà.

"La premessa è che si deve sempre mirare a consentire il lavoro in sicurezza, senza passi indietro. Inoltre quello che non vogliamo - rimarcano i presidenti di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e i presidenti Fipe Angelo Malossi (baristi) e Vincenzo Lucchi (ristoratori), (nelle foto) - è che gli imprenditori del settore dei pubblici esercizi debbano trasformarsi in sceriffi e accertatori sul green pass. I gestori dei bar e dei ristoranti non sono pubblici ufficiali e come tali non possono assumersi responsabilità che spettano ad altri. È impensabile che, con l'attività frenetica che caratterizza questi locali, titolari e dipendenti possano mettersi a chiedere alle persone di esibire il loro green pass e ancor meno a fare i controlli incrociati con i rispettivi documenti di identità. Così facendo c'è il rischio di rendere inefficace la norma. Bisogna semplificare, prevedendo un'autocertificazione che sollevi i titolari dei locali da ogni responsabilità. Chi dichiarerà il falso lo farà a suo rischio e pericolo. Oppure avremmo preferito che il green pass funzionasse come la patente, che controllassero le forze dell'ordine: se ti trovano senza patente sanzionano e colpiscono il trasgressore, non il pubblico esercizio".

"Il 40% degli esercizi - proseguono Patrignani, Malossi e Lucchi - non ha aree esterne e 18 milioni di persone non sono ancora vaccinate. Sono molti i clienti che certe attività rischiano di perdere, così si riduce la domanda e si rischia di perdere una potenziale fetta di clientela. Le misure sul green pass creano un impatto economico e organizzativo colpendo la ristorazione e i settori che sono usciti in ginocchio dalla pandemia".

"Se proprio era necessario introdurre un vincolo doveva essere introdotto in senso generale - concludono Patrignani, Malossi e Lucchi - . C'è un problema di vaccinazioni in questo Paese? Perfetto, l'obbligo andava esteso a tutti i luoghi di lavoro, ai pubblici servizi, anche ai trasporti pubblici e al Parlamento per dare l'esempio. Questa nuova limitazione, pur mitigata nelle indicazioni, purtroppo finisce per far rientrare dalla finestra le restrizioni uscite dalla porta con il passaggio in zona bianca'.

CONFCOMMERCIO APPREZZA LE APERTURE POSITIVE NEL PUG DI CESENATICO

Alberghi, più margini per le ristrutturazioni e stop a nuovi supermercati alimentari

di ROBERTO FANTINI

Continua il percorso intrapreso dall'amministrazione comunale di Cesenatico che porterà all'approvazione e all'adozione del Pug (piano urbanistico generale). Dopo la fase delle osservazioni da parte di associazioni e privati (imprese e cittadini), sono circa 230 quelle pervenute ed esaminate. Il passo successivo prevede di sottoporre il piano al Comitato urbanistico di Area Vasta, una sorta di conferenza di servizi, il quale entro 120 giorni si esprimerà per la definitiva approvazione.

L'impianto della nuova legge regionale e di conseguenza anche del nuovo strumento urbanistico comunale si basa su alcuni capisaldi imprescindibili, tra i principali sicuramente lo stop al consumo di nuovo suolo e sviluppo delle politiche in grado di incentivare la rigenerazione urbana. Una rivisitazione delle norme e degli assetti consolidati nel tempo, l'aspetto forse più difficile (e lo si nota anche analizzando le osservazioni pervenute) è proprio il cambio di prospettiva rispetto ai principi del piano regolatore. Non si ragiona più sul singolo lotto, sul cambio di destinazione di un'area, su cosa posso fare in quel terreno; dall'espansione costruttiva al recupero ed alla rigenerazione dell'esistente.

Confcommercio aveva già espresso nei mesi scorsi le proprie perplessità riguardo le scelte contenute nella proposta del pug, evidenziando in particolare la necessità di riqualificare le nostre strutture turistiche, realizzando spazi per nuovi servizi, ambienti più ampi e confortevoli ed allo stesso tempo, affinché l'investimento abbia un equilibrio economico, aumentare la ricettività. Ovvero: chi ristruttura un albergo di 40 camere se una volta terminati i lavori me ne ritrovo 30? In generale Confcommercio aveva lanciato un grido d'allarme, paventando scelte poco coraggiose e conservatrici da parte degli amministratori, una città che si vuole definire turistica, deve premiare gli investimenti degli imprenditori e privilegiare assolutamente scelte che la facciano crescere.

Confcommercio di Cesenatico, con il suo presidente Giancarlo Andrini, ha partecipato ad un incontro delle associazioni con il sindaco ed i dirigenti comunali, ricevendo rassicurazioni riguardo le preoccupazioni espresse. In particolare riguardo le strutture ricettive sono stati comunicati particolari tecnici che possono cambiare anche radicalmente le dinamiche: ad esempio il fatto che l'interrato non faccia più cubatura o soprattutto che in caso di demolizione e ricostruzione si possa arrivare fino ai 26 metri di altezza (non si parla più di uno o due piani come previsto in precedenza). Un altro aspetto accolto con soddisfazione da Confcommercio è sicuramente quella che prevede uno stop all'insediamento di ulteriori supermercati (medie e grandi strutture di vendita) alimentari nella città, se non in un paio di edifici già esistenti lungo la statale adriatica. Naturalmente queste interessanti novità necessitano di approfondimenti tecnici con i nostri esperti, per poi esprimere un giudizio più compiuto e pertinente sul merito

In ogni caso il percorso del Pug è ancora lungo e probabilmente si arriverà alla primavera del 2022 prima che sia sia applicato ed è facile prevedere che sarà un fertile terreno di scontro per la campagna elettorale di ottobre, con in candidati sindaco che presenteranno le loro posizioni in merito e la possibilità dunque di nuovi sviluppi in corso d'opera.

IL CONSORZIO PROMUOVE DA 34 ANNI IL NOSTRO SPLENDIDO APPENNINO

Natura e Natura in vetrina mondiale col dominio emotions.valley.it

Una lunga storia di radicamento nel territorio e di promozione del territorio, quella del consorzio Natura e Natura" sorto nell'alveo di Confcommercio con la mission di fare conoscere e soprattutto fare vivere attirando turisti e visitatori l'Appennino Tosco-Romagnolo, un territorio straordinario ricco di storia, natura e tradizioni.

"In questi 34 anni di attività continua e proficua - afferma il presidente Giuseppe Crociani (nella foto), che è anche presidente di Confcommercio Valle Savio - abbiamo aiutato le nostre imprese a crescere, distribuendo oltre 700mila euro attraverso bandi e contributi. Oggi, più che in passato, all'uscita del tunnel della pandemia, è necessario rilanciare l'economia e il turismo nelle nostre valli, abbandonando campanilismi e preconcetti. Per farlo dobbiamo essere efficaci e coordinare tutte le azioni di comunicazione, per essere riconosciuti e avere possibilità importanti, di allargare, anche a livello anche internazionale, il nostro brand!".

"Oggi - prosegue Crociani - anche grazie al rilancio dell'aeroporto di Forlì ed alla nascita di In Romagna, la prima grande Dmc dell'entroterra romagnolo, tutto questo è possibile. Come fare conoscere al mondo questo angolo di paradiso? Abbiamo allora fatto un'operazione straordinaria riuscendo a acquisire il dominio emotionsvalley.it, già conosciuto in 80 paesi del mondo (196 sono le nazioni riconosciute) e da questa base siamo partiti per il nostro".

"Ci piace - prosegue Crociani - sottolineare l'importanza del sostantivo valley, che dà nome a una storia più grande di noi. In Emilia Romagna, terra di eccellenze, sono nate la Food valley, la Motor valley e la Wellness valley, tutti brand che raccolgono le esperienze principali realtà emiliano-romagnole, dalla Ferrari alla Technogym, dal Parmigiano reggiano allo chef Bottura. Un valore aggiunto straordinario, per noi un grande vantaggio per proseguire l'opera di promozione di questo territorio. Il nostro sogno è vedere questo angolo di Romagna riconosciuto nel mondo e il nostro impegno è di dare spazio propulsivo a Natura e Natura per coinvolgere tante più partner nel progetto".

IL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO DI VERGHERETO REMO CASINI

"Tanti turisti nel week-end Balze è la perla"

"I week end sono affollati, come prima della pandemia, ma durante la settimana il flusso è minore, però possiamo dirci soddisfatti: siamo nel trend degli altri anni. Ad agosto avremo una crescita nell'arrivo dei turisti".

Lo rimarca Remo Casini (nella foto), presidente di Confcommercio di Verghereto, che opera come imprenditore nei settori dei pubblici esercizi e delle ricettività. "Balze resta la nostra perla; quanto al turismo estivo - afferma -, i clienti fidelizzati e legati da tanti anni alla nostra montagna tornano, ma trattandosi di turisti di una certa età purtroppo è inevitabile in certi casi una selezione e riduzione per così dire per cause naturali. Tanti sono anche visitatori di passaggio, come i cicloturisti innamorati della bellezza del nostro Appennino, che si fermano magari a pranzo. Rispetto all'estate scorsa, che fece seguito all lockdown, anche gli intrattenimenti si sono incrementati:, ad agosto avremo la festa della birra, ci sono concerti, commedie dialettali promossi anche da gruppi di giovani che danno un ottimo apporto alla promozione degli eventi del paese. Naturalmente l'offerta turistica di Verghereto e dei suoi centri attrattori è più forte nell'ottica di un turismo di sistema con le nostra Valle del Savio e anche con quelle confinanti, e ciò vale anche per l'offerta degli intrattenimenti relativi allo spettacolo e al tempo libero, oltre a quella dei percorsi escursionistici ed enogastronomici, il nostro pezzo forte".

GIORGIA BOSCHETTI HA APERTO 'ERBALUCE' DI FRONTE AL TEATRO DI CESENATICO

"La nostra osteria: carne doc e familiarità"

Si arricchisce l'offerta enogastronomica di Cesenatico. Uno degli storici ristoranti cittadini di fronte al teatro ha riaperto da tre mesi, con un nuovo look e una nuova filosofia e il gioiello di una corte esterna. I titolari protagonisti della rinascita sono Giorgia Boschetti e Francesco Collina, soci Confcommercio, che hanno modellato Erbaluce, connotandola come osteria tempio della buona carne. Li coadiuva lo chef Gianmarco Casadei. Giorgia è cresciuta al bagno Pasquina, ama Cesenatico, e ha deciso di contribuire a renderlo ancora più attrattivo. Dare vita a un'osteria, questo il suo progetto a lungo accarezzato, dopo aver teorizzato le sue esperienze bolognesi, da cui ha appreso l'arte storica della accoglienza delle osterie felisinee. "L'eccellente cucina, l'accoglienza e la tipicità delle osterie bolognesi - afferma - non hanno niente da invidiare ai ristoranti più patinatu, anzi favoriscono un approccio più familiare e intimo, che ben si attaglia al momento carico di emozioni del pasto in compagnia. Certo, la nostra è un'osteria di un certo livello per prodotti enogastronomici, ma l'approccio che favoriamo è quello". Erbaluce è la denominazione di un antico vitigno piemontese Docg che da cui scaturisce un vino bianco prelibato e inconfondibile per finezza dei profumi, sapidità e il potenziale di invecchiamento". Erbaluce infatti è anche enoteca, si possono degustare vini o portarli a casa con uno sconto del 10%. La bottiglia non finita durante la cena viene richiusa consegnata al cliente.

Il menù proposto è incentrato sulla carne di filiera corta corta e senza l'utilizzo di antibiotici, con la particolarità dell'utilizzo anche delle parti meno nobili dell'animale come il quinto quarto. "Si potrebbe pensare che andiamo controtendenza nel centro marinaro dove detta legge il pesce, in realtà - prosegue Giorgia Boschetti - sono tanti anche in estate coloro che prediligono la carne di alta qualità, nelle sue variegate forme". L'osteria Erbaluce è aperta a pranzo e a cena dal lunedì alla domenica (chiuso il lunedì) dalle 12.30 alle 15.00 sera. Per prenotazioni 0547 404565 oppure si può visitare il sito, la pagina facebook e instagram.

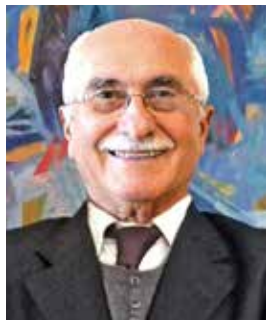
"Questi primi tre mesi - traccia un consuntivo la titolare - sono stati ottimi. Abbiamo ricevuto positivi riscontri, il passaparola funziona, la clientela si fidelizza e si incrementa, per cui possiamo dire di essere soddisfatti dell'inizio, pur ancora in convivenza con la pandemia, che ha dato enormi problemi alla nostra categoria".

Nella foto l'inaugurazione di Erbaluce con il sindaco Matteo Gozzoli

UNA CARENZA ANNOSA AGGRAVATASI CON GLI OMBRELLONI DISTANZIATI PER LA PANDEMIA

Valverde e Villamarina, serve più spiaggia

di GIANCARLO ANDRINI



Valverde e Villamarina rappresentano per Cesenatico i quartieri con la più alta densità turistica, sia per la presenza di strutture alberghiere che di appartamenti e case di vacanza. Valverde e Villamarina da sempre soffrono una ridotta superficie e di profondità dell'arenile (Cesenatico centro ad esempio ha molta più spiaggia) e sono spesso interessate da fenomeni di erosione. Sia nel 2020 che nel 2021, a causa della pandemia e dei protocolli previsti per le apertura delle attività economiche, gli stabilimenti balneari hanno aumentato le distanze tra gli ombrelloni e quindi i mq di spazio disponibile per l'occupante, di fatto diminuendone il numero a disposizione. Per

zone litoranee come Valverde e Villamarina, passare da una distanza di 10,50 mt a 12,50 mt, significa perdere complessivamente anche 300-400 ombrelloni, andando ad aggravare una situazione già critica e storicizzata. Sul problema della distanza tra ombrelloni e sul rispetto dei protocolli, non ci si è mossi per tempo per valutarne gli effetti, né come eventualmente sopperire. Allo stesso modo qualcosa non ha funzionato nell'aggiornamento del sistema dei voucher per la prenotazione dei posti in spiaggia. Tuttavia la questione non può essere sollevata in questi termini, a stagione turistica in corso, anche per una questione di opportunità e di immagine di Cesenatico.

Quel che serve, secondo Confcommercio, è che le associazioni di categoria interessate si mettano attorno ad un tavolo a discuterne costruttivamente, individuando le possibili soluzioni ad un problema che ciclicamente si ripresenta da diverso tempo, e quest'anno sicuramente in maniera maggiore. Ma ribadisco: non ora e soprattutto non mettendo dentro nel calderone di tutto, ombrelloni, prezzi, qualità di stabilimenti balneari e delle strutture ricettive alberghiere, aggregazioni e cartelli.

Sappiamo che comunque è un'equazione difficile da risolvere e per Confcommercio la spiaggia non è sufficiente, considerando poi l'apertura in quella zona di nuove imponenti strutture alberghiere e altre ne sono previste nei prossimi anni, per cui oltre ai tradizionali anche se purtroppo poco incisivi interventi di ripascimento che si ripetono negli anni, è quanto mai urgente un'azione ben più importante e duratura. In questo senso confidiamo molto nel progettone previsto per il 2022. Il nostro sogno, che comunque in altri paesi del mondo è diventata realtà, sarebbe quello di allungare la spiaggia fino alla linea delle scogliere: allora si che risolveremmo il problema una volta per tutte.

CONFCOMMERCIO SULLA NECESSITÀ DI ALTRI PARCHEGGI A VILLAMARINA

Sos ai politici: favorire nuove aree per la sosta

La carenza di parcheggi è storicamente una lacuna della zona di Villamarina a cui è divenuto indispensabile, secondo Confcommercio, dare una risposta tempestiva e possibilmente defintiva.

"Fino ad oggi - rimarcano il responsabile Confcommercio di Cesenatico Roberto Fantini e Massimiliano Berlati, consigliere di Confcommercio Cesenatico, presidente dell'associazione Villamarina Eventi e tra i soci promotori della Villamarina Parking (nelle foto) - si è sopperito ricavando spazi all'interno delle aree di colonie dismesse, spesso con grande fatica per la mancanza di interlocutori da parte di Province, comuni e enti proprietari delle strutture. Il problema si è acuito nel corso di questa stagione, da una parte perché sono sorte nuove importanti strutture alberghiere che seppure dotate di parcheggi privati non sempre riescono a rispondere pienamente alla necessità della utenza turistica, dall'altra a causa dei lavori che hanno interessato l'ex colonia Prealpi, rendendola quindi non più disponibile allo scopo, e l'ex scuola di via Alberti". " La priorità - tiene a precisare Berlati - per

quanto riguarda Villamarina è assicurare servizi di sosta per la clientela degli alberghi, la principale tipologia di turisti della nostra località. Ci sono centri turistici vicini a noi come Riccione e Cattolica che hanno individuato parcheggi con servizio di navetta a favore dei clienti degli alberghi, e si tratta di un esempio da tenere in considerazione".

"Confcommercio - proseguono Fantini e Berlati - già da qualche anno si è fatta promotrice di una società costituita da imprenditori alberghieri per la realizzazione e la gestione di parcheggi. Il passo successivo sarà quello di avviare un confronto con l'amministrazione comunale: a ottobre Cesenatico avrà le elezioni amministrative si svilupperà il dibattito per individuare ed acquisire aree dove realizzare parcheggi per i nostri clienti. Quello che chiediamo è soprattutto un concreto sostegno politico, sia per contattare e interloquire proficuamente con gli enti, spesso organismi pubblici, che detengono le aree delle colonie, che per snellire la procedura di realizzazione dell'opera".

LA NUOVA FORMULA DELLA NOTTE ROSA

Pink Week con 160 eventi romagnoli Concerti per Secondo e Raoul Casadei

Dal 26 luglio al primo agosto torna la Notte Rosa in versione Pink Week (settimana rosa, con il comprensorio cesenate coinvolto, dal mare alla collina, un evento che Confcommercio valuta positivamente per aumentare l'attrattività turistica, con le precauzioni richieste dalla perdurante convivenza con la pandemia.

La novità è che si tratterà di una settimana al posto di un weekend e la costa e l'entroterra diventeranno palcoscenici naturali sui quali si distribuiscono 160 eventi, con grandi nomi della musica e della cultura e tanti eventi per tutta la famiglia, nel totale rispetto delle norme di sicurezza, con prenotazione obbligatoria e accessi contingentati. La Notte Rosa, dal 2006 uno degli eventi clou dell'estate, si è dunque adeguata ai tempi e modi del Coronavirus, ma non rinuncia a regalare finalmente un sorriso, come recita il claim della 16a edizione.

La Notte Rosa di Cesenatico in questo 2021 si allunga e diventa un unico grande appuntamento insieme alla Festa di Garibaldi: sabato 31 luglio torna il tradizionale Palio della Cuccagna e domenica 1^ agosto sarà la volta dello spettacolo pirotecnico in occasione della Festa di Garibaldi. Il grattacielo rimarrà illuminato di rosa dal 29 al 31 luglio. A Gatteo all'Arena Rubicone lunedì è stato ricordato Secondo Casadei nel 50° della sua scomparsa con "Lo Strauss della Romagna", un suggestivo percorso alla riscoperta delle sonorità più autentiche della produzione artistica dell'autore di "Romagna mia". Il 31 luglio invece sarà l'Arena Arcobaleno di San Mauro Pascoli a ricordare il grande Raoul Casadei.

TUTTI I MARTEDÌ SERA, CONFCOMMERCIO E 'CARDUCCI LIVE' PROMOTORI

'Curiosando', espositori di antichità in piazza Costa

Curiosando è iil nuovo evento serale in Piazza Costa a Cesenatico, organizzata dall'Associazione Carducci Live e da Confcommercio. Si tratta di una rassegna selezionata di articoli vintage, oggetti di modernariato e da collezione, ricercati pezzi di antiquariato e brocantage. L'aspetto operativo e la selezione degli espositori è stata affidata alla società Brandozzi & C. di Ascoli Piceno, esperta nel settore e già organizzatore con successo di eventi simili in Abruzzo, Marche, Umbria, Emilia Romagna e Veneto. Con il patrocinio del Comune di Cesenatico, l'Associazione Carducci Live inserisce un altro tassello nel calendario degli eventi in Piazza Costa. Così tutti i martedì sera nei banchi allestiti nella piazza principale del lungomare, sarà un carosello del vintage e delle cose del tempo perduto, oggetti di arredo e da collezione che continuano a suscitare la curiosità ed essere oggetto di ricerca e di tendenza. Piccoli mobili, arredi, accessori e abbigliamento, suppellettili, ceramiche, libri rari e dischi, bijoux d'epoca e cammei, giocattoli antichi e monili delle nonne fino al collezionismo americano del '900. Una presenza all'insegna del bello e dell'originale, che diventa attrattiva e meta delle passeggiate serali insieme alle vetrine ed ai locali dI viale Carducci, sempre all'insegna della sicurezza e degli adempimenti anti-covid.

"Curiosando presenta una carrellata di prodotti originali e di nicchia - spiega la presidente di Carducci Live Monica Rossi -. Da rimarcare, fatto non secondario, che tutti gli espositori sono titolari di partita Iva e in possesso di regolare licenza. Gli obiettivi prefissati sono da una parte l'intenzione di arricchire sempre di più il calendario di iniziative messe in campo per attrarre e intrattenere i turisti di Cesenatico recuperando il vuoto registrato nella stagione 2020 a causa della pandemia, dall'altra la volontà di impedire anche attraverso l'organizzazione di eventi, i problemi di ordine pubblico che nelle scorse settimane si sono ripetute anche nel salotto buono della città".

Nella foto dell'inaugurazione il sindaco Matteo Gozzoli, il vicesindaco Mauro Gasperini, il presidente di Carducci Live Monica Rossi, Il presidente di Confcommercio Giancarlo Andrini, Il Responsabile Confcommercio Roberto Fantini e l'organizzatrice Maria Brandozzi.

INDAGINE CONFCOMMERCIO, SERVONO INTERVENTI SPECIALI DI SOSTEGNO A NEGOZI E PUBBLICI ESERCIZI

Rubicone, chiuse per il covid una ventina di attività

Confcommercio ha condotto un'indagine nel territorio del Rubicone per inventariare le imprese commerciali e i pubblici esercizi del territorio che, a causa del Covid-19, o comunque anche per le conseguenze della pandemia che ha inferto il colpo letale, sono state costrette a chiudere i battenti. Dalla nostra ricognizione emerge che a Savignano hanno chiuso un bar, tre barbieri e parrucchiere, un negozio di abbigliamento, una pizzeria al taglio e una piadineria di pasta fresca. A San Mauro Pascoli ha chiuso un negozio di alimentari; a Gambettola serrande abbassate in un bar, parrucchiera, negozio di piante e fiori, alimentare e abbigliamento; a Longiano ha chiuso una edicola-cartolibreria e a Sogliano una lavanderia. Risultano invece indenni Gatteo, Sant'Angelo, Roncofreddo e Borghi, ma il quadro generale, nell'ottica territoriale del Rubicone, resta allarmante .

In tutto a uscire dal mercato negli otto comuni del Rubicone sono state finora 15 tra imprese commerciali e pubblici esercizi. Si tratta di una situazione pesante, che deve fare riflettere sull'urgenza di una molteplicità di interventi da adottare. In questo senso sono state assunte iniziative tributarie sull'esenzione della Tari e dell'occupazione di suolo pubblico da parte delle amministarzioni comunali anche grazie alla pressione di

Confcommercio, ma i sostegni sul mancato fatturato non sono stati elargiti a livello fiscale dove i ristori sono risultati nel complesso inadeguati, se non irrisori. Si pone dunque un problema cruciale di salvaguardia della tenuta delle piccole imprese che, perdurando la convivenza con la pandemia, deve essere al centro dell'agenda poltiica di tutti i livelli amministartivi con scelte coerenti nei prossimi bilanci comunali, che diano un contributo per accompagnare le piccole imprese, i negozi al dettaglio, i bar e iristoranti fuori dalle secche dell'emergenza pandemica. In questo senso possono giocare un ruolo importante anche progetti comunali di rigenereazioen urbana delle aree dei centri storici terziarizzate per favorire l'insediamento di nuove attività, cavallo di battaglia di Confommercio. A Savignano Confcommercio ha chiesto al Comune un piano di rilancio per il centro storico dove si contano circa cinquanta negozi chiusi e sfitti rendendosi disponibile a collaborare e a formare un tavolo tecnico di lavoro, e anche negli altri comuni siamo disponibili a proseguire il confronto costruttivo.

I presidenti Confcommercio dei comuni del Rubicone

EVENTI IN CENTRO STORICO E NELLE FRAZIONI

Mercato Saraceno, 18 spettacoli estivi Spicca la Notte Saracena

A Mercato Saraceno è stata allestita una ricca offerta culturale estiva, che tocca per intero il vasto territorio del comune collinare. La rassegna organizzata dal Comune con il coinvolgimento di comitati e Pro Loco prevede 18 appuntamenti che dal 9 luglio al 12 settembre animano piazze, cortili, aie tra cinema, musica, convivialità, circo e l'immancabile Notte Saracena. Si tratta di appuntamenti per i quali verranno adottati tutti i protocolli per il contrasto del Ccovid 19. La regina della serate non poteva che essere la Notte Saracena che richiama turisti ed escursionisti da tutta la Romagna.

Il 30 luglio ci sarà l'anteprima a Bora con gli artisti del circo Paniko. Un omaggio a Dante avverrà con il nuovo recital di Roberto Mercadini "Dante. Più nobile è il volgare " a Villa Grazi a San Damiano l'8 agosto. Anche Borgo Sonoro fa tappa a Mercato con ben due appuntamenti il 24 Luglio a San Romano e il 5 agosto nel prato della suggestiva Pieve di Montesorbo. L' 8 settembre si chiudono gli eventi estivi in centro storico, con la festa del patrono e l'11 e 12 con la fiera mercato dei prodotti tipici.

"Un'estate ricca di opportunità, compatibilmente con la situazione ancora caratterizzata dalla pandemia in circolazione. Gli eventi - rimarca il presidente di Confcommercio mercatese Bruno Bracciaroli (nella foto) - si svolgono in centro storico e in tutte le frazioni con un grande sforzo organizzativo e dopo l'ultimo anno segnato da chiusure e distanziamento sociale è stato fondamentale dare un segnale di grande unità di comunità, anche grazie all'apporto di Pro Loco e dei comitati che hanno collaborato alla costruzione del cartellone estivo. Confcommercio con le sue attività commerciali e i pubblici esercizi dà il suo contributo alla attrattività e alla ospitalità del nostro comune e dell'intera vallata".

AVVIATA LA 61° EDIZIONE. CONFCOMMERCIO: "ATTRAZIONE DELLA VALLATA"

Plautus Festival fiore all'occhiello di Sarsina

di ROMANO ROSSI

Ha avuto avvio il 9 luglio la 61 edizione del Plautus Festival all'arena di Calbano di Sarsina nel secondo anno di emergenza sanitaria. L'allestimento degli spettacoli è stato possibile anche grazie ai contributi erogati dalla Regione Emilia-Romagna, dalla Destinazione Turistica e dalla associazione 'I Mecenati'.

Per assicurare la tutela della sua sicurezza, gli organizzatori hanno dovuto ridurre anche quest'anno la capienza dell'Arena a poco più di 500 posti. Confcommercio sarsinate è lieta che questo evento identitario della cultura sarsinate prosegua anche quest'anno e si stringe attorno agli artisti e gli operatori dello spettacolo dal vivo, indubbiamente tra le categorie che stanno portando il peso maggiore della pandemia. Grazie a loro è stato possibile presentare un cartellone della 61° Edizione del Plautus che, seppur condizionato dalla situazione, ha saputo mantenere alta la qualità degli spettacoli offerti, in cui la fanno da padrone i grandi classici, Sofocle, Aristofane, Plauto, Seneca e Shakespeare. Ultimo appuntamento della rassegna giovedì 19 agosto in prima nazionale sarà Pluto di Aristofane, con Vito.

Per Confcommercio la rassegna plautina è un evento di grande attrattviità non solo per Sarsina, ma per l'intera Valle del Savio dove il turismo ha più forza se costruito in una logica di sistema.

CONFCOMMERCIO DI SAVIGNANO PREME SULL'AMMINISTRAZIONE COMUNALE

Piazza Gori, raddoppiare la sosta

di ROBERTO RENZI

La strada per rivitalizzare piazza Gori a Savignano, uno spazio nevralgico del centro storico, è ancora costellata di difficoltà. Inaugurata otto anni fa, è un dato di fatto che la nuova piazza Gori non ha risposto alle attese anche a causa di scelte relative alla sosta non efficaci.

Gli stalli per i parcheggi sono stati infatti ridotti da 32 a 16, una decisione che Confcommercio contrastò risolutamente, dopo i nove mesi di durata del cantiere che penalizzò non poco le attività che si affacciano sulla piazza e nelle strade attigue. In piazza Gori la sosta è consentita per un'ora con disco orario dalle 8 alle 12 e dalle 14 alle 20. Concordemente residenti e titolari di attività hanno chiesto che vengano modificati gli stalli auto da orizzontali e perpendicolari, a spina di pesce, in modo tale da riportare in maniera semplice e veloci a 32 i posti auto per la sosta e nel contempo non lasciare spazio a chi parcheggia irregolarmente al centro della piazza.

Confcommercio sta continuando a premere sull'amministrazione comunale affinché adotti questa soluzione. L'assessore ai lavori pubblici, Gaia Morara, ha assicurato che dopo gli interventi per la messa in sicurezza di Corso Vendemini e via Cesare Battisti, sarà affrontato il problema, che Confcommercio ribadisce urgente, di piazza Gori.

BANDO REGIONALE, ASSISTENZA DI CONFCOMMERCIO

Imprese montane, fondi per innovarsi

di ALBERTO PESCI

Nell'assestamento di bilancio regionale sono inserite molte misure per agevolare interventi strutturali (ambiente, arterie di comunicazione) ed interventi su singole imprese sia per liquidità che per investimenti, con particolare riguardo al settore del turismo con piani di riqualificazione edilizia finalizzati ad agevolare ed incentivare gli interventi degli imprenditori per aumentare la qualità dell'offerta. Si tratta di risorse aggiuntive per oltre mezzo miliardo di euro.

Degno di nota anche lo stanziamento che la Regione Emilia Romagna ha effettuato, pari a o 2,5 milioni di euro, a favore delle imprese con sede in Appennino per incentivare gli investimenti delle attività che operano sul territorio e per aumentarne l'occupazione. "Confcommercio cesenate - afferma il presidente Confcommercio Augusto Patrignani - da sempre sostiene la necessità di interventi speciali a favore delle imprese montane, svantaggiate a livello infrastrutturale rispetto a quelle di pianura. L'intervento della Regione fornisce risorse per alleviare il gap e modernizzare le imprese, ma servono interventi di dotazioni infrastrutturali per il sostegno pieno a chi fa impresa in montagna, ancora siamo indietro".

Il bando si rivolge a tutte le tipologie di impresa ad eccezione di quelle agricole, ma comprendendo quelle della trasformazione agroalimentare, entro il limite di 15 addetti. Sono previsti contributi a fondo perduto nella misura del 70% della spesa ammissibile, legati a tre tipi di intervento: riqualificazione, ristrutturazione e/o ampliamento di edifici e strutture, e relative pertinenze, nelle quali il beneficiario svolge, alla data della domanda, l'attività, come la sede legale o l'unità locale dell'impresa; acquisto, riqualificazione, ristrutturazione e/o ampliamento di edifici e strutture; investimenti in macchinari, attrezzature e relativi impianti candidati da un'impresa che alla data della domanda svolge, o si impegna a svolgere, l'attività d'impresa. Il contributo per ciascuna impresa non potrà superare l'importo massimo di 150mila euro, mentre la spesa minima non dovrà essere inferiore a 25mila euro.

Il termine per la presentazione delle domande scade il 16 settembre, l'ufficio credito di Confcommercio cesenate è fin da ora disponibile per ogni consulenza.

LA POSIZIONE DI CONFCOMMERCIO SUL PREVISTO INSEDIAMENTO

No al centro commerciale di Santa Maria Nuova

È stato portato in consiglio comunale il Piano operativo comunale, strumento che consentirebbe di muovere i primi passi per la realizzazione di un grande complesso commerciale a Santa Maria Nuova di Bertinoro: sei medie strutture per una superficie totale di 25mila metri.

"Il parere di Confcommercio cesenate in merito - afferma il presidente Augusto Patrignani (nella foto) - è negativo, poiché si tratta di un insediamento che sarebbe destinato a incidere negativamente sull'attuale equilibrio della rete commerciale dei territori, tanto più che nei comuni limitrofi operano già vari centri commerciali. Il commercio al dettaglio è il grande malato nel nostro territorio cesenate, provinciale e romagnolo e occorre intervenire al suo capezzale con una terapia d'urto curando con una pluralità di approcci un comparto economico in evidente difficoltà ma che resta consustanziale alla tenuta sociale delle nostre città, dove le persone non possono fare a meno dei negozi al dettaglio, pena la perdita della componente sociale e comunitaria delle nostre comunità urbane".

"Unitamente alla riduzione dei tributi, delle tasse e della giungla burocratica, e alle politiche incentivanti di cui il settore necessita - aggiunge Patrignani - per Confcommercio o è basilare il ritorno ad applicare una programmazione della distribuzione commerciale che eviti di aprire le porte alla grande distribuzione in un territorio in cui essa stessa è già fortemente penetrata mettendo a repentaglio la tenuta stessa dei piccoli negozi al dettaglio. Già ci siamo pronunciati contro l'insediamento di Esselunga a Forlì, nel recente passato. Il nostro ragionamento è molto semplice: la capacità attrattiva di insediamenti di questa portata, anche di quello di cui si sta ragionando a Bertinoro, si estende ben al di là del territori comunali e la valenza diventa di area romagnola. Anche i negozi al dettaglio cesenati, già stremati da una situazione di grave sofferenza, verrebbero dunque a patire un ulteriore insostenibile penalizzazione. La questione diventa quindi politica e la politica deve intervenire per mantenere sostenibile l'assetto distributivo, con scelte caute e oculate. Tanto più che ha aperto il centro commerciale di San Marino, che incide negativamente sulla rete distributiva romagnola".

Intesa tra Confcommercio e Arma dei Carabinieri

Un altro passo importante nello sviluppo della cultura della legalità e della sicurezza che Confcommercio ha sempre perseguito organizzando eventi come quello a cadenza annuale "Legalità ci piace".

Il Comandante Generale dell'Arma dei Carabinieri, Generale Teo Luzi e il Presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, hanno sottoscritto un protocollo di intesa (nella foto) per la reciproca collaborazione nello sviluppo della cultura della legalità e della sicurezza. L'intesa prevede studi, ricerche, convegni e iniziative di formazione, finalizzati alla prevenzione delle infiltrazioni della criminalità organizzata nell'economia legale, la sensibilizzazione sui fenomeni vessatori del settore economico, la valorizzazione della tutela ambientale con particolare riferimento agli illeciti nel ciclo dei rifiuti, la salvaguardia della salute del consumatore connessa alla vendita di prodotti e dispositivi medici.

"Mai come in questo momento - ha detto il presidente di Confcommercio - le persone e le imprese hanno bisogno che si uniscano le forze per dare loro sostegno e fronteggiare la criminalità. Nel 2020, le imprese dei nostri settori, in particolare del commercio, alloggio e ristorazione, hanno subito un crollo del volume di affari senza precedenti. Oltre un terzo di queste imprese si è trovato stretto in un combinato disposto pericolosissimo, cioè mancanza di liquidità e difficoltà sostanziale di accesso al credito. Come emerge dai dati del nostro Ufficio Studi, dal 2019 ad oggi la quota degli imprenditori che ritiene aggravato il fenomeno dell'usura è aumentata di 19 punti percentuali. Per Confcommercio è davvero un onore collaborare con una istituzione prestigiosa come l'Arma dei Carabinieri, che si ispira al motto 'Nei secoli fedele'".

Anche a livello territoriale Confcommercio cesenate mantiene da anni rapporti di proficua collaborazione con l'Arma dei Carabinieri e con tutte le forze dell'ordine locali, meritorie per impegno e abnegazione, di cui continuiamo ad auspicare il rimpinguamento degli organici per far fronte alle esigenze della difesa della sicurezza.

I BAMBINI DEL SACRO CUORE IMPARANO A CUCINARE

Al centro estivo degli scolari sbarcano gli chef di Icook

Prendi una cucina professionale nel cuore di Cesena, aggiungi un gruppo di bambini delle elementari, una Chef e delle materie prime di qualità ed ecco come passare una giornata fuori dagli schemi!

È questo che il centro estivo "Funny Summer Camp", organizzato dalla scuola Sacro Cuore di Cesena, ha scelto per i tanti bimbi iscritti. Ad accoglierli, le mani esperte degli chef di ICook Taste&Share, la scuola di cucina che dal 2017 organizza al suo interno corsi per adulti e bambini.

Al centro estivo del Sacro Cuore di Cesena l'apprendimento d'aula ha lasciato il posto ad attività ludiche, sportive, artistiche, favorendo il gioco all'aria aperta e attività creative, spruzzato di una ventata di inglese grazie ad educatrici madrelingua.

La creatività dei bambini è stata messa alla prova anche tra i banchi della scuola di cucina ICook, (nella foto) dove gli stessi bambini hanno letteralmente messo le mani in pasta, essendo dotati di postazioni singole attrezzate per riprodurre le attività proposte dalla chef. L'allegra brigata ha così preparato la merenda di metà mattina e il pranzo, portando a termine, in poche ore, 4 ricette: due torte, un primo ed un secondo. ICook Taste&Share e la Scuola Sacro Cuore hanno organizzato e condiviso questo progetto, dando vita ad una collaborazione volta ad educare e stimolare i bambini con strumenti non tradizionali.

La cucina è un luogo dove si possono mettere in gioco azioni educative in grado di stimolare lo sviluppo psico-fisico del bambino, la sua autonomia, la sua crescita e il suo bagaglio culturale.

Saper usare le mani vuol dire creare fisicamente qualcosa; la cucina permette di sviluppare la motricità fine; stimola nei bambini la fantasia, lo sviluppo motorio, la socializzazione, la cooperazione e lo sviluppo cognitivo.

Attraverso la realizzazione delle ricette, si introduce nei bambini il principio di stagionalità degli alimenti, del riciclo e del riutilizzo dei materiali. Si insegnano a rispettare delle regole necessarie per la buona riuscita del risultato; si sperimentano, infine, l'attesa e il concetto di tempo.

Il Laboratorio di cucina ICook e la scuola Sacro Cuore sono già al lavoro per condividere nuovi progetti, rivolti non solo ai bambini delle elementari, ma anche ai ragazzi delle medie, per i quali l'alimentazione è argomento di studio, ed al personale decente, realizzando con loro teamcooking per creare sinergie di gruppo.

PARTECIPATO SEMINARIO DI ISCOM E 50&PIÙ FENACOM

Anziani a scuola di invecchiamento attivo

La terza età come valore e risorsa da salvaguardare, con un atteggiamento attivo e proattivo nei confronti delle difficoltà da affrontare, non solo legate alla salute fisica, ma anche a quella psicologica, è stata la problematica al centro di un seminario (nella foto) promosso da Iscom Formazione per le imprese Scarl e da 50&Più Fenacom terrritoriale, storico sistema associativo in seno a Confcommercio che si impegna per lo sviluppo culturale, la rappresentanza sindacale, la valorizzazione degli over 50.

"L'obiettivo principale di Fenacom - rimarca il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - è la difesa dei valori e dei diritti dei senior, per affermarne l'importanza del ruolo nella società e per migliorarne la qualità di vita'. Il seminario intitolato 'Terza età, l'anziano nel 2021: Il benessere psicofisico" si è tenuto nella sala convegni di ICook con l'intervento molto apprezzato della psicologa e psicoterapeuta Alessandra Fortin.

"Si è trattato - spiegano Pietro Babini e Giorgio Piastra (nella foto), presidente e direttore di Iscom Formazione, il centro formativo di Confcommercio territoriale - di un utilissimo approfondimento per indagare le situazioni di disagio che possono colpire gli anziani, anche a causa dell'emergenza pandemica con tutti i suoi riflessi psicologici, e proporre rimedi o suggerimenti orientati al miglioramento del proprio stile di vita, dal punto di vista psicofisico. La relatrice ha mirato a fornire alle persone anziane strumenti ad acquisire consapevolezza delle trasformazioni legate all'invecchiamento e a sperimentare nuovi modi di prendersi cura della propria salute, attraverso la diffusione di informazioni sugli stili di vita e le buone abitudini per mantenere e migliorare le condizioni di benessere psico-fisico, favorendone un invecchiamento attivo".

ACCORDO TRA FINPROMOTER CONFCOMMERCIO E BANCA AIDEXA

Venti milioni di finanziamenti alle piccole imprese regionali

di ALBERTO PESCI

Un importante accordo per 20 milioni di finanziamenti alle pmi che operano su tutto il territorio regionale. Lo annunciano il Presidente e il Direttore Generale di Finpromoter, confidi vigilato emanazione di Confcommercio Nazionale, Paolo Ferrè e Pierpaolo Ciuoffo (nella foto a destra). Finpromoter opera anche nel territorio cesenate a vantaggio delle imprese associate a Confcommercio cesenate.

Il credito alle imprese si è ridotto di oltre 200 miliardi di euro dal 2011 al 2018. A soffrire di più sono state le pmi con una riduzione del 30% del credito concesso. Il trend di riduzione si è confermato nel 2019, nel corso del 2020, secondo Prometeia, il credito alle imprese ha registrato una crescita del +8.1% a novembre, con un aumento dei volumi di quasi 70 miliardi nei 9 mesi dell'anno.La dinamica ha riflesso l'incremento del fabbisogno di liquidità delle imprese e la capacità degli intermediari di soddisfare tale domanda grazie al beneficio derivante dalla garanzia di Fondo Centrale di Garanzia e Sace.

Nel 2020 il fintech (finanza tecnologica) ha registrato tassi di crescita ancora superiori. I finanziamenti alle pmi sono aumentati nel 2020 del 450% arrivando a 1,65 miliardi di euro dimostrando l'opportunità offerta da questo nuovo segmento.

La tendenza all'incremento dei finanziamenti si è confermata nel 2021 grazie all'allungamento delle misure messe in atto per contrastare gli effetti della pandemia. Il timore espresso dalla Confcommercio e dagli operatori di settore è che - con il ritorno alla normalità, la fine delle moratorie e l'introduzione di nuove e più stringenti regole imposte alle banche – si possa verificare un effetto risacca" nel mercato dei finanziamenti. A farne le spese sarebbero quasi sicuramente i piccoli operatori economici.

FinPromoTer, operatore nazionale emanazione di Confcommercio, e Banca AideXa, banca fintech fondata da Roberto Nicastro, hanno firmato un accordo (nella foto) per sostenere l'accesso al credito di questi fondamentali imprenditori. AideXa punta sulla tecnologia e sulle opportunità introdotte dalla PSD2 (normativa europea che sta rivoluzionando il settore stimolando la crescita dell'Open Banking) per offrire agli imprenditori rapidità e semplicità. In caso di esito positivo i finanziamenti, fino a 100 mila euro, vengono concessi in 48 ore. Per favorire l'accesso al credito di una platea più ampia di imprese, FinPromoTer, utilizzando i fondi messi a disposizione dal Mise, ha progettato una garanzia compatibile con la tecnologia e l'esperienza di consumo offerti da AideXa.

L'accordo che prevede l'erogazione di 20 milioni di euro di finanziamenti entro la fine del 2021. La priorità verrà data alle imprese operanti nel settore della ristorazione e dell'accoglienza turistica, tassello fondamentale dell'economia romagnola e cesenate, uno dei settori in questo momento più bisognosi di liquidità per finanziare la ripartenza. Si tratta di una opportunità di accedere a linee di finanziamento integrative e alternative alle altre linee di finanziamento con garanzia che Finpromoter ha in essere il sistema bancario.

Le imprese che hanno ottenuto il finanziamento fino ad oggi hanno particolarmente apprezzato la rapidità di risposta e la semplicità della procedura di richiesta. Ulteriori operazioni sono in corso di definizione per sostenere il tessuto economico delle pmi fondamentale per la ripresa dell'economia.

ATTIVATO DALLA REGIONE, CONSULENZE DI CONFCOMMERCIO

Fondo mirato per sostenere le imprese femminili

di ANDREA CASADEI

Nuove imprese rosa nascono, innovano, si sviluppano, grazie al supporto economico della Regione. È l'obiettivo del neonato "Fondo regionale per l'imprenditoria femminile e women new deal", attivato dalla Giunta regionale con una dotazione finanziaria di partenza di un milione di euro nel 2021 e operativo dopo l'estate, per favorire l'avvio, la crescita e il consolidamento di attività imprenditoriali a conduzione femminile, con la maggioranza dei soci donne e professioniste.

Si tratta di uno strumento finanziario innovativo rivolto espressamente al mondo delle imprese e delle professioni al femminile, con l'obiettivo di sostenere con contributi a fondo perduto fino a un massimo di 30mila euro le micro e piccole imprese, anche in forma associata, e le singole partite Iva che operano sul territorio regionale da non più di cinque anni.Un modo per dare una spinta alla creazione di nuove opportunità imprenditoriali e lavorative all'interno di un mondo, quello femminile, che ha pagato uno dei prezzi più alti ai contraccolpi economico-sociali della pandemia.

Tra i requisiti per essere classificate come imprese femminili, e quindi usufruire dei sostegni a fondo perduto, le società cooperative e di persone dovranno avere come soci almeno il 60% di donne; invece nel caso delle società di capitali dovranno essere intestate alle donne imprenditrici almeno i due terzi delle quote di partecipazione;

I progetti finanziabili comprendono gli investimenti necessari all'avvio, allo sviluppo e al consolidamento dell'impresa e alla messa sul mercato di prodotti e/o servizi. In particolare, tra le spese ammissibili figurano quelle per ristrutturazioni edilizie, acquisto di macchinari, attrezzature, impianti, hardware e software, arredi, brevetti, iniziative promozionali e partecipazione a fiere ed eventi, consulenze specialistiche e spese per formazione. L'aiuto regionale a fondo perduto non potrà comunque superare il 40% dei costi ammessi, con un contributo massimo di 30.000 euro ad impresa, Inoltre, i progetti dovranno prevedere un costo totale ammissibile non inferiore a 8.000 euro. A disposizione di ogni provincia, per la prima attivazione del fondo, è riservato un plafond minimo di 50.000 euro. L'ufficio credito di Confcommercio cesenate fornisce tutte le consulenze necessarie per la presentazione delle domande.

CONFCOMMERCIO CHIEDE L'ESENZIONE SUI PAGAMENTI FINO A 50 EURO

Cash back sospeso, vanno abbattuti i costi delle commissioni

Il cash back è stato sospeso per sei mesi, fermo restando il pagamento delle somme accumulate con i pagamenti delle carte di debito e credito e con il 'superpremio' da 1.500 euro ai maggiori utilizzatori. Sull'iniziativa Confcommercio ha da sempre espresso forti perplessità, in quanto, come è noto, le lotterie fanno una fiammata iniziale come le catene di Sant'Antonio e poi si esauriscono.

Nel decreto legge approvato dal Cdm è previsto l'incremento dal 30% al 100% del credito d'imposta sulle commissioni sui pagamenti elettronici addebitate agli esercenti che acquistano, noleggiano o utilizzano strumenti che consentono forme di pagamento elettronico entro il 30 giugno 2022. Inoltre, è stato istituito un nuovo credito d'imposta per l'acquisto, il noleggio o l'utilizzo di strumenti che consentono pagamenti elettronici per il collegamento con i registratori telematici. Il credito è pari a una percentuale della spesa sostenuta (nel limite di spesa massimo di 230 euro per beneficiario. L'occasione per Confcommercio è utile per riflettere sulle criticità e per puntare sull'abbattimento di costi e commissioni sugli strumenti di moneta elettronica. Si deve partire dalle considerazioni della Banca centrale europea sulla necessità di un approccio neutrale nei confronti dei vari mezzi di pagamento disponibili fino alle considerazioni circa i possibili effetti sperequativi tra i redditi e l'effettivo impulso ai consumi. L'impulso alla diffusione della moneta elettronica andrebbe anzitutto perseguito abbattendo costi e commissioni a carico di consumatori ed esercenti, in particolare per la fascia dei micropagamenti.

Il messaggio sull'azzeramento delle commissioni è positivo, ma la misura è non risolutiva perché occorre avere uno sconto diretto, senza passare dalcredito di imposta. Meglio sarebbe l'esenzione delle commissioni sui micro pagamenti, con una soglia fissata a 50 euro: si tutelerebbero le imprese familiari che spesso non hanno un potere negoziale con le banche e devono accettare condizioni penalizzanti.

RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO PER IL RITORNO ALLA NORMALITÀ

Rateizzare a lungo termine il debito fiscale da Covid-19

A giugno, nei servizi, in molti casi l'attività del terziario ha continuato ad attestarsi su livelli molto distanti da quelli di prima della pandemia e in rallentamento rispetto ai due mesi precedenti. "Il pericolo - mette in luce il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - è che l'emergere delle varianti del virus e il riacutizzarsi dei contagi tolgano vigore alla ripresa, impedendo ad alcuni settori, come la filiera turistica, il ritorno ai livelli pre-Covid almeno per altri 12-18 mesi. E quei settori che stanno ripartendo lentamente, come la cultura e il turismo, che torneranno ai livelli pre-Covid solo nel 2023, con ripercussioni negative su consumi e livelli occupazionali".

"l ritorno alla normalità- rimarca il presidente di Confcommercio cesenate - non potrà prescindere da una rateizzazione di lungo termine del debito fiscale da Covid-19. E va affrontato il problema della riclassificazione dei prestiti bancari, su cui ha agito la moratoria, nella categoria deteriorati. Quanto agli ammortizzatori sociali, c'è un tema di sostenibilità della contribuzione da parte delle imprese, in particolare, quelle del terziario di mercato che si sono confrontate nel 2020 con una caduta dei consumi che ha riportato la spesa media delle famiglie ai livelli del 2000. Inoltre bisogna fare un salto di qualità sulle politiche attive per il lavoro: servono competenze adeguate alla grande trasformazione digitale e ecologica".

SIGLATA CONVENZIONE

Confcommercio e Altuofianco, nuovi servizi alle imprese

Si allarga lo spettro delle consulenze e dell'affiancamento alle imprese da parte di Confcommercio insieme ai suoi partner accreditati. La nostra associazione ha siglato una convenzione con 'Altuofianco', azienda specializzata nel fornire tutti i servizi a supporto del business delle imprese, "società di consulenza e innovazione che opera per rendere il mercato un luogo aperto, sicuro ed interconnesso. Altuofianco è composta da un team di specialisti in grado di affiancare le imprese nelle proprie aree di competenza. Per gli associati Confcommercio i servizi convenzionati sono i seguenti: telefonia fissa e mobile, connettività, cybersecurity, data center, backup in cloud e noleggio operativo. Inoltre Al tuo fianco propone per le imprese "Relax and mind", due giorni di team building conditi da attività esperienziali per fare crescere il legame con i propri collaboratori. Per info e contatti rivolgersi a Paolo Scano, Sales specialisti manager e responsabile Convenzioni associazioni (380-1462363)

Nelle foto Paolo Scano di Altuofianco.