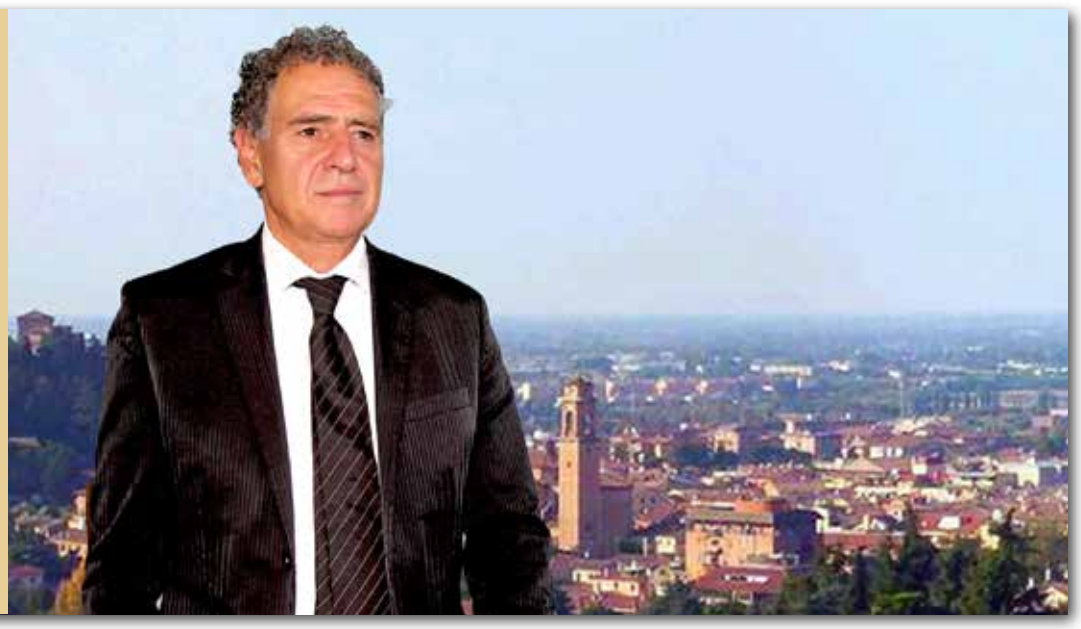
CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserto di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate



In alto una delle immagini più significative della campagna nazionale di Confcommercio per chiedere la riapertura in sicurezza delle attività.

Sotto il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani

IL COMMENTO

Vogliamo uscire dal tunnel lavorando

di AUGUSTO PATRIGNANI

Il futuro non (si) chiude: è il claim, lo slogan della grande iniziativa nazionale di Confcommercio, declinata nei territori, una capillare campagna di sensibilizzazione promossa per mettere, anzi per continuare a tenere al centro del dibattito politico come stiamo facendo da mesi la necessità di far ripartire le attività, in tutta sicurezza, per evitare ulteriori e irreparabili danni al tessuto economico dell'Italia. Sono di parte, lo so, ma voglio dire: che straordinario accompagnamento ha messo in atto fin dal primo giorno del lockdown la nostra Confederazione guidata dal nostro Carlo Sangalli spingendoci a fare altrettanto sui territori, dove ci stiamo prodigando senza soluzione di continuità per affiancare le imprese in questa traversata complessa, concentrandoci sempre non sul problema, ma sulle soluzioni. Confcommercio vuole costruire, non piangere sul latte versato.

Il futuro non (si) chiude è lo stesso concetto che abbiamo espresso in queste settimane quando abbiamo avvolto di striscioni le nostre sedi associative territoriali per dire: "Basta, adesso fateci lavorare". In sicurezza, naturalmente, osservando tutte le disposizioni dei protocolli. Ma lavorando. Stando aperti. Perché da chiusi si muore. La morte economica è un lutto personale e della collettività. Lo stesso concetto della nostra iniziativa della conferenza stampa con cena all'autogrill sulla E45 per chiedere che i pubblici esercizi possano essere riaperti e possano lavorare anche di sera.

Ci sono nostre categorie che non stanno lavorando da troppo tempo: sono fermi e hanno lavorato a singhiozzo ristoratori, baristi, palestre e ora sono chiusi i negozi al dettaglio; gli imprenditori del cinema, dello spettacolo e della cultura in un anno hanno lavorato pochi mesi, e non parliamo dei titolari di discoteche.

Le imprese, noi diciamo, hanno il diritto di lavorare rispettando i protocolli. Marzo ormai è alle spalle, la situazione sanitaria permane complessa ma la campagna di vaccinazione, così ci è stato assicurato, sta entrando nel vivo e la bella stagione è vicina. Il premier Draghi, uno che parla poco e mai caso, ha dichiarato di prevedere l'immunizzazione per luglio, alimentando la nostra speranza e la nostra fiducia. La luce in fondo al tunnel si intravvede. Si tratta di resistere ancora qualche mese e chi sovrintende alla più grande campagna di vaccinazione nella storia del nostro Paese deve centrare l'obiettivo. Vietato sbagliare. Confcommercio, tuttavia, chiede che le attività possano resistere non con le mani in mano, ma lavorando in sicurezza, così come si sono attrezzate a fare investendo risorse economiche, e magari indebitandosi per farlo visto i bilanci in rosso di questo anno horribilis. Turismo, commercio al dettaglio, ristorazione, pubblici esercizi, settore del divertimento, comparto culturale e ricreativo, abbigliamento, trasporti, professioni hanno bisogno di risposte. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio, nel 2020 sono andati persi 160 miliardi di euro di Pil e quasi 130 miliardi di consumi. Dal mercato, inoltre, sono sparite circa 300mila imprese del commercio non alimentare e dei servizi, di cui circa 240mila esclusivamente a causa della pandemia, e 200mila attività professionali.

Nmeri terribili: abbiamo già dato troppo, dobbiamo invertire questa rotta letale. Lavorando. In sicurezza, ma lavorando.

GRANDE CAMPAGNA DI CONFCOMMERCIO PER CHIEDERE LA RAPIDA USCITA DALL'EMERGENZA

Il Futuro non (si) chiude: insieme verso la rinascita

di AUGUSTO PATRIGNANI

Il Futuro non (si) chiude, oltre ad essere un grido d'allarme per la situazione drammatica che le imprese stanno vivendo in questo delicato momento storico, diventa lo slogan di un'importante iniziativa di Confcommercio avviata in questi giorni in tutto il territorio nazionale e anche in quello cesenate. Si tratta di una grande campagna social nazionale caratterizzata da un forte impatto visivo ed emotivo, che coinvolge l'intero sistema attraverso le associazioni territoriali e le federazioni.

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di raccontare la crisi, il sentiment ma anche la voglia di ripartire degli imprenditori, nonché la disperazione, ormai generalizzata, che investe l'intero settore del terziario di mercato. Ma soprattutto, sostenere la necessità e l'urgenza - condivise da tutte le imprese associate - di consentire, nel rispetto delle regole e dei protocolli di sicurezza, la riapertura delle attività per scongiurare le drammatiche chiusure di imprese e la perdita di posti di lavoro.

Nello slogan Il Futuro non (si) chiude ogni parola assume una valenza significativa. Il Futuro è un termine che torna spesso nelle domande di una società rimodellata su nuove esigenze e dinamiche socio-economiche e che coinvolge dal singolo alla collettività, dal commercio all'urbanistica postpandemica, ripensando in chiave funzionale i collegamenti con le comunità locali. Aspetto, quest'ultimo, fondamentale per impedire la desertificazione commerciale e consolidare la realtà delle economie urbane.

Il (si) individua il peso della responsabilità nella gestione dell'emergenza Covid-19 che poteva essere gestita sicuramente con meno incertezza e più programmazione, senza ricorrere necessariamente sempre al più chiusure come se fosse l'unica via percorribile. Ad accompagnare visivamente lo slogan Il Futuro non (si) chiude sono gli scatti fotografici d'autore di Valerio Bispuri, dal forte impatto emotivo che mostrano, nel modo più realistico possibile, gli effetti della pandemia nel mondo del terziario, offrendo una veritiera e autentica "fotografia della realtà.

Le risorse del Ricovery Fund opportunità per il rilancio

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, attraverso l'utilizzo delle risorse del Recovery Fund, è l'occasione per una possibile ripartenza. Bisogna, però, arrivare al più presto ad un progetto compiuto e condiviso. E due, secondo Confcommercio, sono i punti chiave per una rapida programmazione e attuazione degli investimenti: una strategia per le riforme e la messa a punto di un meccanismo di governance, cruciale anche per il recupero dei divari territoriali, che consenta un'effettiva svolta nella capacità di programmazione e realizzazione degli investimenti pubblici. In particolare è necessario investire con determinazione, in termini di politiche, progetti e risorse, proprio sull'economia del terziario di mercato, perché rafforzarne la resilienza significa rafforzare la resilienza del sistema Paese.

Gli effetti sui settori economici

Per il 2020, l'Ufficio Studi di Confcommercio stima una riduzione di oltre 300mila imprese del commercio non alimentare e dei servizi (saldo tra aperture e chiusure), di cui circa 240mila esclusivamente a causa della pandemia, a cui si deve aggiungere anche la perdita di circa 200mila attività professionali sparite dal mercato. Complessivamente, nel 2020 sono andati persi 160 miliardi di euro di Pil, quasi 130 miliardi di consumi (-11,8% rispetto al 2019) e il 10% di ore lavorate.

Solo nel comparto della ristorazione le perdite di fatturato nel 2020 hanno raggiunto i 38 miliardi, con la chiusura di circa 23mila imprese; il turismo ha registrato una perdita di valore della produzione di 100 miliardi, solo il comparto ricettivo ha perso oltre 13 miliardi di fatturato; nel commercio al dettaglio, il settore abbigliamento e calzature ha perso 20 miliardi di consumi con la chiusura definitiva di 20mila negozi; nel commercio su aree pubbliche si registrano cali fino a circa 10 miliardi e 30mila imprese a rischio chiusura; nel settore degli spettacoli le perdite hanno superato 1 miliardo, in termini di mancati incassi, tra cinema e spettacoli dal vivo (musica, teatro, lirica, danza); nel settore del gioco pubblico da inizio pandemia si sono persi circa 5 miliardi di euro di gettito per lo Stato e circa 4 miliardi di ricavi per il comparto nel quale sono a rischio 70mila imprese.

Nella foto i presidenti Confcommercio Sangalli e Patrignani

Le richieste di Confcommercio per ripartire

Le priorità per uscire il prima possibile dal tunnel del Covid-19 e salvare le imprese che rischiano di chiudere sono due: contrasto alla pandemia; difesa del tessuto produttivo per farlo giungere "vivo" e reattivo fino al momento della ripartenza.

Sul primo punto bisogna accelerare il più possibile i tempi della campagna di vaccinazione evitando, però, l'adozione di strategie di contrasto dell'epidemia incentrate su lockdown e limitazioni di circolazione che sono economicamente e socialmente insostenibili. Quello che serve è una strategia articolata che consenta un salto di qualità per far convivere salute e lavoro e mettere, quindi, il sistema in condizione di ripartire subito e in sicurezza. Come, peraltro, stanno dimostrando le attività rimaste aperte osservando tutte le regole e i protocolli di sicurezza. Per Confcommercio è fondamentale poter riaprire e lavorare rispettando, naturalmente, tutte le regole e i protocolli di sicurezza a tutela della salute di tutti, imprenditori, collaboratori e consumatori.

La seconda priorità riguarda essenzialmente il nodo dei ristori e indennizzi e degli ammortizzatori sociali. Come già evidenziato, i settori economici rappresentati da Confcommercio sono quelli maggiormente colpiti dagli effetti della pandemia e dei conseguenti provvedimenti adottati.

Per questo, servono ristori più adeguati in termini di risorse, più inclusivi in termini di parametri d'accesso, più tempestivi in termini di meccanismi operativi. Una misura che dovrà essere accompagnata anche da interventi per ridurre o azzerare la pressione di imposte e tributi locali nei confronti delle imprese rimaste chiuse o fortemente penalizzate per i vari lockdown.

Sul versante degli ammortizzatori sociali occorre una riforma strutturale di questo strumento e una ampia proroga della Cassa Covid-19.

LA RIFLESSIONE

La bellezza salverà il centro

di AUGUSTO PATRIGNANI

Qualcuno ha osservato a proposito del mio intervento riportato sulla stampa circa il progetto delle 'Tre Piazze ' che Confcommercio sposa una linea aperturista. In realtà l'unica linea che sposiamo è quella del rilancio del centro con tanti interventi integrati che valorizzino le sue funzioni essenziali: commerciale, culturale, residenziale. Non solo: il centro va ripopolato anche di altro, penso alle attività terziarie, alle botteghe artigiane e agli uffici, grazie a una sua piena fruibilità e accessibilità con tutti i mezzi di locomozione, auto inclusa visto che sempre più ne vengono prodotte di meno inquinanti. Il centro non è un museo, è un luogo di vita, pieno di bellezza. Io credo che bellezza possa salvare Cesena, e quindi ben vengano progetti che la rendano più attrattiva in una logica non museale, ma di pieno utilizzo e fruibilità. Senza commettere certi errori del passato. Sul progetto delle Tre Piazze ribadisco: è stato approvato, e l'amministrazione ha deciso di realizzarlo. A questo punto guardiamo al presente e al futuro: serve un rigoroso rispetto dei tempi e vanno evitati o ridotti al massimo disagi ai negozianti e ai residenti. Approfittiamo intanto del tempo e delle opportunità per programmare ed effettuare altri interventi di rigenerazione urbana, innovazione dell'arredo urbano, adeguamento della sosta. Confcommercio è pronta a dare il suo contributo costruttivo. La bellezza salverà il centro di Cesena e i commercianti, a patto che naturalmente non siano ostacolati e contrastati, saranno protagonisti della rinascita. Un centro senza commercio non è più centro, ma desolazione. Si affianchino i commercianti con tutte le misure necessarie alla conservazione e all'implementamento della rete distributiva - riduzione di tasse e tariffe incluse - e, come cesenati, sosteniamoli amichevolmente da clienti, in particolare ora che hanno grande bisogno di sostegno nei fatti. Le parole, senza di essi,

PRESENTATO IL PROGETTO DI RIQUALIFICAZIONE TRA CORSO MAZZINI E BIBLIOTECA MALATESTIANA

'Tre Piazze', i lavori cominciano il 12 aprile

Inizieranno lunedì 12 aprile i lavori di riqualificazione architettonica e funzionale delle piazze Bufalini, Almerici e Fabbri – che si sviluppano intorno al palazzo del Ridotto – e di vicolo Masini. Prende così avvio il progetto delle "Tre Piazze", che riqualificherà l'intera area e darà un nuovo ingresso alla Biblioteca Malatestiana. L'intervento, il cui costo ammonta a 3,3 milioni di euro, sarà completamente finanziato con risorse extracomunali: 1,8 milioni di euro è la somma destinata dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri nell'ambito del Programma straordinario di intervento per la riqualificazione urbana e la sicurezza nelle periferie, a cui si aggiungono 1,5 milioni di euro destinati dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti – e attribuiti dalla Regione Emilia-Romagna – nell'ambito degli interventi di rigenerazione urbana previsti dal piano operativo del Fondo Sviluppo e Coesione. Ad aggiornare costantemente la cittadinanza sull'andamento dei lavori ci sarà uno schermo ledwall, che verrà installato in prossimità di Piazza Almerici, nelle adiacenze di Corso Sozzi.

Dal progetto all'aggiudicazione dei lavori. Il progetto risale al 2012, ovvero l'anno in cui il gruppo di progettisti cesenati composto da Marco Ceredi (capogruppo), Francesco Ceredi e Paolo Ceredi si è aggiudicato il concorso di idee "Sguardi: tre piazze" lanciato dall'Amministrazione comunale per la riqualificazione del sistema delle piazze Almerici, Bufalini e Fabbri. Dopo l'approvazione, nel novembre 2019, delle linee di indirizzo finalizzate alla minimizzazione dei disagi relativa alla realizzazione del progetto, lo scorso giugno è stato pubblicato il Bando di procedura per l'assegnazione dell'appalto dei lavori, in seguito affidato a un raggruppamento temporaneo di quattro realtà imprenditoriali, guidato dalla ditta Zambelli srl di Galeata, azienda specializzata in recupero urbano, arredo urbano, pavimentazioni lapidee, recupero pavimentazioni secolari per esterni, che – oltre a Piazza Amendola a Cesena – ha lavorato al ripristino di alcune delle piazze più importanti d'Italia (Piazza del Campo a Siena, Piazza Grande ad Arezzo, grande protagonista del film "La vita è bella", centro storico di Spello e area della Basilica inferiore di San Francesco ad Assisi). Della cordata fanno parte anche C.O.I.R. Consorzio imprese romagnole di Cesena, Azienda Agricola fratelli Buccelletti srl di Castiglion Fiorentino e Tecne srl di Riccione.

I parcheggi e le nove aree di intervento. Il cantiere, le cui diverse fasi di intervento sono state definite in modo da non coinvolgere contemporaneamente più di una piazza per volta e da garantire il transito e l'accessibilità pedonale/veicolare e il minore impatto ambientale, ha una durata programmata di 22 mesi e volgerà a conclusione (salvo imprevisti) entro l'inizio del 2023. Nel corso dell'intervento, che sarà suddiviso in 9 fasi ben distinte, corrispondenti ad altrettante aree di lavoro, i 31 parcheggi riservati ai residenti attualmente esistenti in Piazza Almerici verranno sostituiti con 33 posti auto messi a disposizione nel parcheggio "Giacomoni", in Via Martiri della Libertà. Nello specifico, ai residenti – titolari di pass – che quotidianamente parcheggiano nell'area delle tre piazze, l'Amministrazione comunale consegnerà una tessera per la sosta. I posti auto per persone con disabilità (6) invece verranno preservati durante le fasi del cantiere, spostandoli di volta in volta nei lotti non ancora oggetto di intervento. Si identificherà poi una postazione idonea dove collocarli definitivamente.

Nel corso dei lavori, che consisteranno nel rifacimento dei sottoservizi, nella realizzazione di pavimentazioni in pietra, nella sostituzione degli elementi di arredo urbano e nella realizzazione di un giardino in piazza Bufalini, tutti gli ingressi pedonali, quello alla chiesa di Boccaquattro, di Palazzo del Ridotto, al parcheggio a silos in piazza Fabbri, alle aree cortilizie della Biblioteca e di Casa Bufalini, al portico di Palazzo Almerici saranno serviti. Inoltre, la regolamentazione della circolazione in Via Chiramonti, Via Uberti, Corso Sozzi, piazza Giovanni Paolo II, Corso Mazzini, Via Carbonari, non dovrà essere modificata.

Nella foto il rendering di come sarà il nuovo spazio attiguo alla Biblioteca Malatestiana

CONFCOMMERCIO CHIEDE DI LIMITARE IL PIÙ POSSIBILE I DISAGI A RESIDENTI E NEGOZIANTI

Tempi da rispettare con il massimo rigore

L'inizio dei lavori per la riqualificazione delle "Tre Piazze", fissato al 12 aprile, secondo Confcommercio è un'opportunità da non sprecare. Ha senso ora guardare al presente e al futuro, visto che la scelta è stata fatta da anni dalla giunta precedente e ribadita dalla attuale amministrazione, e occorre dunque concentrarsi per far sì che l'intervento riqualifichi il centro, rendendolo più accessibile e attrattivo con una attenzione straordinaria, emergenziale, a chi in centro vive e lavora: residenti, commercianti, pubblici esercenti, artigiani, professionisti.

Chi ha un'attività non deve subire ulteriori danni, dopo lo tsunami della pandemia. I nostri negozianti, i nostri ristoratori i nostri baristi, sono stremati. I lavori debbono quindi rispettare come un orologio svizzero i tempi ed essere organizzati in modo tale che l'accesso alle attività sia il più possibile agevole. Servono un monitoraggio scientifico e un'informazione periodica sull'avanzamento dei lavori.

Quanto ai residenti, in luogo dei posti auto che si perderanno in piazza Almerici, devono poterne trovare altri di agevoli, quindi vicini, e Confcommercio ha più volte proposto di utilizzare alcune aree private del centro disponibili per la sosta, come quella attigua alla Chiesa dei Servi. Servono inoltre incentivazioni da parte di Atr per facilitare anche economicamente la sosta dei residenti.

Durante i lavori occorre avere mille accortezze, anzi una in più: comunicare e fare vedere che il centro è raggiungibile e vivo. Diamoci da fare tutti insieme.

Sino a fine '50 c'era Palazzo Almerici, sventrato il quale è sorta la grande piazza che unita a piazza Bufalini, atrio a cielo aperto della Biblioteca Malatestiana, e piazza Fabbri rappresenta un'area a fortissima vocazione commerciale e culturale. Il gioiello è a Biblioteca Malatestiana, ma attorno ci sono gallerie e porticati di negozi di varie tipologie e pubblici esercizi. Tutti vanno aiutati, coccolati, incentivati. L'intervento sulle Tre Piazze non deve causare guasti e desertificazione come è avvenuto in altre circostanze. I commercianti non hanno la forza di sostenere altri disagi, lungaggini, ritardi, disservizi. Vietato sbagliare".

La posta in palio è enorme: salvaguardare e rilanciare le funzioni residenziale, commerciale e culturale del centro. L'occasione è anche propizia per rilanciare il dibattito su che centro vogliamo. Confcommercio lo auspica inclusivo di attività, funzioni, residenti. Non un centro museo, guai al mondo. Intanto stiamo dando il nostro contributo con un progetto sulla rigenerazione urbana per riconsegnare luoghi degradati alle funzioni commerciale e residenziale. Bisogna essere pronti per quando riporteremo a pieno servizio e Confcommercio, come sempre, fa la sua parte.

Augusto Patrignani

ACCORDO TRA COMUNE E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Team 'In Cesena' per promuovere la città

Amministrazione comunale e associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato Confcommercio, Confesercenti, Cna e Confartigianato, hanno sottoscritto un accordo che stabilisce la nascita del team strategico e di promozione della città "InCesena", per rilanciare economicamente il centro storico ei gli altri quartieri della città in una fase di seria contrazione economica dovuta dall'emergenza sanitaria in corso da oltre un anno. "InCesena"parte con una serie di interventi economici, tributari e regolamentari per le imprese commerciali, turistiche ed artigianali condivisi da Associazioni e Amministrazione comunale e adottati dalla Giunta, sempre nella giornata di oggi.

"In Cesena commenta il sindaco Enzo Lattuca – si occuperàdi accompagnare e stimolare il lavoro dell'Amministrazione comunale e, principalmente, delle attività economiche su tutto il territorio cesenate, dal centro-storico alle zone periferiche. I rappresentanti di commercianti, esercenti e artigiani saranno gli interlocutori privilegiati per tutti gli interventi a sostegno delle imprese intrapresi dal Comune, che aprirà un confronto costante con le quattro Associazioni. Confronto che si tradurrà in co-progettazione e assistenza reciproca nella realizzazione di eventi e nello studio di incentivi destinati alle categorie economiche, con particolare riguardo a quelle maggiormente colpite dalla crisi Covid-19."

"'In Cesena' – commenta l'assessore allo Sviluppo economico Luca Ferrini –'non riguarda solo il centro storico ma tutta la città, anche nelle sue articolazioni di quartiere. Non gestirà direttamente attività ed eventi ma li pianificherà in co-progettazione con il Comune e le altre realtà del territorio. Confido molto in questo nuovo strumento di confronto permanente".

I principali provvedimenti oggi dalla Giunta riguardano il rinvio del pagamento della tassa dei rifiuti (Tari) per le aziende che hanno subìto gli effetti delle chiusure con conseguente spostamento della prima rata del 2021 dal 31 maggio al 31 luglio, della seconda dal 31 luglio al 30 settembre e del conguaglio 2020 (in relazione alle situazioni variate in corso d'anno) dal 31 marzo al 30 giugno. C'è poi la sospensione – su richiesta – per tre mensilità, corrispondenti a marzo, aprile e maggio, dei termini di pagamento dei canoni derivanti dai contratti di locazione, affitto, concessione, afferenti ad immobili di proprietà comunali destinati ad attività commerciali e sportive (i versamenti di questi canoni potranno poi essere effettuati, senza applicazione di interessi, in unica soluzione entro il 30 giugno 2021 o mediante rateizzazione fino ad un massimo di 5 rate mensili di pari importo, a decorrere dal mese di giugno 2021).

Nella foto i rappresentanti della giunta e delle associazioni, fra cui il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e il direttore Giorgio Piastra.

FIPE CRITICA IL PROVVEDIMENTO INADEGUATO DEL GOVERNO

Macchè sostegni, solo briciole ai ristoratori

Sostegni? Di nome, ma non di fatto. Con il decreto Sostegni il ristorante tipo che nel 2019 fatturava 550mila euro e che nel 2020, a causa degli oltre 160 giorni di chiusura imposti dalle misure di contenimento della pandemia da Covid, ha perso il 30% del proprio fatturato, 165mila euro, beneficerà di un contributo una tantum di 5.500. Le cifre nude e crude, riportate dalla Fipe Confcommercio, non ammettono repliche."Rendono perfettamente l'idea - mettono in luce i presidenti Fipe cesenate Angelo Malossi (baristi) e Vincenzo Lucchi (ristoratori, nella foto) - di come si tratti di risarcimenti del tutto inadeguati, mentre la categoria stremata ha bisogno di ben altri interventi. Poco cambia per un bar tipo. Chi nel 2019 fatturava 150mila euro e ne ha persi 25mila a causa delle restrizioni, avrà diritto a un bonus di 1.875 euro, il 4,7% della perdita media annuale. Sono queste le impietose simulazioni prodotte dall'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, la Federazione Italiana dei Pubblici esercizi, all'indomani dell'approvazione del Dl Sostegni, che riflettono perfettamente la drammatica situazione anche delle nostre imprese cesenati.

"Il decreto Sostegni era certamente necessario, ma è evidente quanto non possa essere considerato sufficiente. Da settimane si parlava di aiuti perequativi, selettivi, adeguati e tempestivi e questi aggettivi non descrivono le misure proposte - aggiungono i presidenti Malossi e Lucchi -. Innanzitutto, la coperta del sostegno a famiglie e imprese è evidentemente troppo corta per la platea che si propone di aiutare: settori come la ristorazione sono stati messi letteralmente in ginocchio dalla gestione dell'emergenza e i limiti imposti sulla perdita di fatturato o sui massimali erogabili hanno effetti perversi sul sostegno alla parte più sana della nostra economia. Bastano due esempi: ci si lamenta del nanismo delle imprese italiane e poisi mette un limite di 10 milioni di fatturato per accedere bis ostegni; e ancora:si dichiara che i contributi sono calcolati sulla perdita di fatturato annuo, ma in realtà si indennizza una sola mensilità media.. Il punto è che bisogna uscire immediatamente dall'ottica di breve periodo e mettere in piedi un piano di ripartenza che garantisca il diritto al lavoro e non sottoscriva semplicemente il dovere di stare chiusi. Serve un progetto che dia una prospettiva di futuro reale alle imprese e non solo un sostegno temporaneo, che appare oggi una fragile stampella".

"Secondo i calcoli di Fipe, per assicurarsi una ripartenza dignitosa le attività dovrebbero percepire «il 20% delle perdite di fatturato che si sono sommate a partire dallo scoppio della pandemia - sottolineano i presidenti Malossi e Lucchi -. Al contrario, restano pesanti debiti da sanare, tra merci, affitti e imposte, che rappresentano una zavorra insostenibile. Molte attività non ce la fanno più, eppure il nostro o contributo copre il 30% del fatturato totale del Paese".

LO CHIEDE FIPE PER SALVAGUARDARE LA RETE DISTRIBUTIVA

Pubblici esercizi, stop agli ingressi per cinque anni

Pubblici esercizi: servono una pluralità di interventi per scongiurare la strage di attività. Lo rimarca il presidente di Fipe Confcommercio cesenate Angelo Malossi (nella foto).

"Le parole d'ordine sono riaprire subito in sicurezza, adeguare i sostegni o ristori che dir si voglia, palesemente insufficienti anche nell'ultimo decreto – afferma Malossi - ma anche avviare una ragionamento a livello territoriale che chiami in causa gli attori della programmazione e i nostri amministratori".

"Confcommercio - spiega il presidente Malossi - propone di ragionare su misure di salvaguardia eccezionale, quale i tempi drammatici richiedono, dei pubblici esercizi che saranno in grado di resistere allo tsunami della pandemia e, permanendo sul mercato nel post Covid-19, avranno bisogno una situazione strutturale che li accompagni nella dura e faticosa ripresa per arrivare alla antica normalità gestionale. Un percorso arduo, lo si capisce. Uno dei fattori chiave per Fipe può essere il mantenimento della rete esistente dei pubblici esercizi senza inflazionarla ulteriormente con altri ingressi di attività similari in un arco temporale di qualche anno che può arrivare anche a cinque".

"Già prima dalla pandemia - aggiunge il presidente Fipe cesenate - si è notato nel nostro territorio un mercato caratterizzato dalla proliferazione dei pubblici esercizi in particolare nei centri storici con l'esigenza naturale, che ne scaturisce, di procedere a un riequilibrio delle gamme merceologiche o comunque di proteggere le imprese esistenti da un'ipertrofia di attività del settore. Si tratta di un intervento su cui secondo Fipe Confcommercio va avviata una riflessione su come poter concretamente attuare una forma virtuosa di programmazione straordinaria ed eccezionale – la pandemia d'altronde è un evento di stratosferica eccezionalità che esige controffensive di straordinaria portata - a salvaguardia della rete dei pubblici esercizi su cui è franato il virus con danni enormi per far fronte ai quali quali occorre varare un piano concertato di ripresa che non può essere certo a breve termine".

PUBBLICI ESERCIZI PRESI DI MIRA

Spaccate in centro, crimini nella città spenta

Imbrigliati al solo asporto e delivery, con ristori o sostegni che dir si voglia largamente insufficienti e, per di più, vittima delle spaccate e delle razzie notturne. "Non c'è pace per i pubblici esercizi - affermano il presidente di Fipe ristoratori Vincenzo Lucchi e baristi Angelo Malossi - : le spaccate notturne in locali del centro cesenate, precedute i giorni scorsi da altri atti vandalici a danno dei locali, inducono a una amara considerazione: la zona rossa e il relativo lockdown per molte attività, perché di fatto questo è in vigore in queste settimane, spengono la città e pongono le premesse per il degrado e la criminalità che alligna da sempre dove non c'è vita. Purtroppo le telecamere per la videosorveglianza non coprono capillarmente il territorio, nonostante un ambizioso progetto fosse stato lanciato dalla precedente amministrazione anni orsono. Servirebbero, oltre alle telecamere, maggior controllo e presidio per impedire che i criminali trovino sempre più terreno propizio nel buio e nel deserto che dalle ore tardo-pomeridiane fanno da padrone in città e che Fipe Confcommercio si auspica possano essere infranti al più presto. Ciò potrebbe avvenire con la riapertura dei pubblici esercizi che hanno dimostrato di poter lavorare e servire i clienti in piena sicurezza e che hanno fatto di tutto per applicare con puntiglio le regole dei protocolli".

QUATTRO GIOVANI SOCI PIÙ FORTI DELLA PANDEMIA

"Apriamo con fiducia al Foro Annonario il nostro delivery di cucina fusion"

Quando c'è un problema, ci si deve concentrare sulla soluzione e quattro giovani ristoratori e professionisti nel settore dei pubblici esercizi romagnoli hanno ideato una nuova attività compatibile con la pandemia in corso. Si tratta di Ton.da, un servizio innovativo di cucina delivery fusion, con la cucina installata in uno degli stand del Foro Annonario. L'attività ha punti di ritiro e delivery, senza asporto, come nel modello della 'ghost kitchen". Sarà possibile ordinare sulla piattaforma online e su una app dedicata. Apre oggi.

Protagonisti della nuova avventura imprenditoriale sono giovani trentenni già esperti nel settore della ristorazione e dell'hospitality: Simone Di Furia, figlio e fratello degli chef dell'agriturismo Terramare di Cesena, Nicola Pozzati,professionista affermato nel comparto della hospitality d Giovanni De Bernardo, riminese, e Mattia Guidi, savignesi. La società si chiama 'Ton.da'.

"La nostra avventura nasce dalla passione dei cuochi della famiglia Di Furia e da una serie di know how acquisiti dai soci - spiega Nicola Pozzati, uno degli artefici, che fa da portavoce -. L'esperienza della cucina del Terramare, con gli chef Alessandro e Manuel Di Furia ha dato la spinta a realizzare questa nuova creatura, insieme a Simone che si occupa di accoglienza ed è sommelier. Durante il mio viaggio di nozze mia moglie ed io abbiamo girato il mondo con lo zaino in spalle e ogni Stato visitato almeno per un po' ho lavoratori nel campo della ristorazione: in India, Thailandia, Bali, Filippine, Nuova Zelanda e anche negli Stati Uniti, pur non potendo essere operativo, ho conosciuto a fondo il settore. Queste esperienze acquisite si uniscono armonicamente alle attitudini dei miei soci, la vocazione 'zen' di De Bernardo, che pratica e insegna la meditazione, come presidente dell'associazione Zen Rimini ed è ordinato come laico al monastero zen giapponese di Fudenji, e le competenze legate al marketing di Guidi. La nostra sarà dunque una cucina di cibi asiatici che valorizzerà l'artigianalità dei prodotti. Abbiamo anche creato una birra artigianale, che verrà cambiata ogni quattro mesi, in collaborazione con il birrificio Kokku. Il primo menu sarà una 'japan summer ale', per poi spaziare in tutte le aree geografiche che la cucina di "Ton.da" tocca: nel menù ci saranno pietanze giapponesi, thailandesi, Filippine, di Bali e altre ancora".

PARTITO IL NUOVO PROGETTO DI CAT CONFCOMMERCIO

Centri storici da rigenerare per il post pandemia

La stasi provocata dalla pandemia, la chiusura delle attività commerciali o comunque la riduzione del lavoro non deve azzerare la progettualità, anzi deve alimentare processi migliorativi per la ripartenza nel comprensorio cesenate. Lo afferma il presidente di Confcommercio Augusto Patrignani.

"Proprio in questa fase perdurante di difficoltà - aggiunge - bisogna creare i presupposti per la rinascita che con il piano vaccinale non è distante e si dovrà concretizzare entro l'anno. Il Cat Confcommercio sta avviando un processo di di elaborazione condivisa di una strategia di marketing territoriale per la rigenerazione urbanistica e commerciale dei entri storici del comprensorio. Si tratta di una azione che fa seguito ad una precedente e che si strutturerà per tutti il 2021, che speriamo sia l'anno della definita ripartenza e della riacquisizione della normalità attraverso la risoluzione della pandemia. Il nostro obiettivo è affrontare la questione della rigenerazione coinvolgendo negozianti proprietari degli immobili, cittadini, studenti e amministratori pubblici. Da parte della Regione è avvenuta l'approvazione del nuovo progetti. Nella precedente esperienza il Cat si è occupato della mappa dei luoghi cesenati da recuperare e di quelli che rifulgono di luce propria per fare accendere le luci sulla città. I luoghi simbolo di Cesena, e quelli che necessitano di un intervento di recupero, sono stati prima fotografati e poi evidenziati con una particolare tecnica di pittura digitale: la mostra, allestita nella sede di Confcommercio in via Bruno, sarà visitabile quando le condizioni sanitarie lo permetteranno".

"Prima della diffusione della pandemia - osserva Patrignani - si stimava che le misure del esercizi commerciali si aggirassero attorno al 20-30%. La lunga quarantena e la lenta e difficile impresa delle attività ha peggiorato ulteriormente la situazione. La rigenerazione urbana e commerciale dei centri storici deve essere il frutto di una progettazione partecipata radicatane territorio con il coinvolgimento di tutti i soggetti in n campo (potere pubblico, operatori economici, cittadini, citati users. Il nostro Cat avvierà un confronti di idee tra operatori commerciali, city user, giovani (studenti e universitari), amministratori locali per un rigenerazione urbanistica e commerciale. Vogliamo innescare un partneriato pubblico-privato orientando a buone prassi gli interventi della regolazione delle attività commerciali, degli accessi e della sosta, dell'arredo urbano e del verde pubblico, del recupero di edifici e di aree dismesse".

"La crisi del commercio al dettaglio nei nostri centri storici e in altre parti della città non è un dato ineluttabile - conclude Patrignani -: è un fenomeno a cui ovviare anche attraverso interventi concertati di rigenerazione urbana".

PREMIATO DA CONFCOMMERCIO ORLANDO LUCCHI

Ha chiuso Univesti dopo settanta anni

"Grazie a Orlando Lucchi e alla sua famiglia per avere onorato in tanti anni con passione, bravura e dedizione il nobile mestiere di commerciante".

Con queste parole semplici e chiare immortalate in una targa consegnata dal presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, la storica associazione radicata a Cesena dal 1945 ha premiato il noto commerciante cittadino, che ha chiuso Uniport-Univesti in piazza de Popolo, aperto nel 1950 dal padre Nino, sarto che divenne commerciante.

"Quella di Orlando e della sua famiglia di imprenditori commerciali giunti alla terza generazione - ha detto Patrignani - è una bella storia d'impresa strutturata in una evoluzione sfaccettata attraverso l'apertura di vari negozi, ricompostisi infine nell'idea originaria di Univesti. Un tempio del bel vestire, gestito con la classe e la maestria dei signori commercianti che hanno fatto scuola in citta'. Chiude l'ultimo dei grandi antichi negozi d'abigliamento del centro cesenate che si sono innovati e hanno resistito nel tempo. Arriverà un ristorante al suo posto e ogni nuova apertura e' importante per rivitalizzare il centro, che Confcommercio auspica mantenga la sua autonomia di grande centro commerciale all'aperto con ampie gamme merceologiche rappresentate e, fra queste, l'abbigliamento sempre nelle vesti di settore di peso e prestigio".

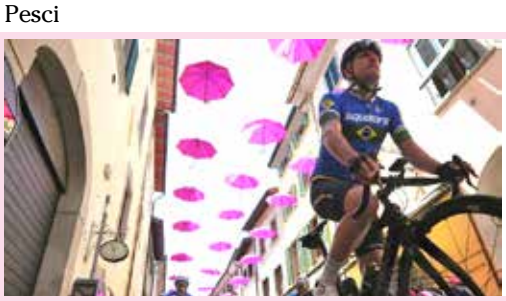
"Sono tempi difficili per il commercio - ha aggiunto Patrignani - nobile mestiere che va sostenuto nei suoi esercizi al dettaglio luci della città. La famiglia Lucchi ne è stata una dinastia illuminata che ha tenuto alto il nome della categoria distillandone valori e buone prassi: qualità, cortesia, fiduciarietà e serietà professionale".

Nella foto Orlando Lucchi con il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci

TAPPA IL 20 MAGGIO, I NEGOZI SI COLORANO DI ROSA

Giro d'Italia a Bagno di Romagna nell'anno del centennale

Il 20 maggio, Bagno di Romagna ospiterà l'arrivo dell'undicesima tappa del Giro d'Italia del Centenario e si tratterà di un evento simbolico, concomitante con l'avanzamento del Piano vaccinale e la bella stagione primaverile. Il traguardo della corsa rosa sarà collocato in circonvallazione di Bagno all'altezza dell'incrocio con via Lungo Savio. Il quartiere stampa sarà insediato nei locali della discoteca Terme Club: lì saranno ospitati oltre 250 giornalisti italiani e stranieri. Attorno al borgo si animeranno poi l'Open Village e la Carovana. Quella con arrivo a Bagno di Romagna è una tappa appenninica classica. La corsa rosa colorerà il borgo in occasione dell'undicesima tappa,



piena di salite appenniniche, fra cui il passaggio dal Monte Fumaiolo. "Si tratta di un evento importante – rimarca la Confcommercio Valle del Savio – per tutto il nostro territorio montano che, come avvenne nella precedente esperienza del 2017, si colorerà di rosa e anche Confcommercio e le sue attività daranno il pieno contributo per capitalizzare questa vetrina nazionale".

ADDIO AL GRANDE RAOUL CASADEI

Il campione della Romagna sempre vivo nei nostri cuori

di AUGUSTO PATRIGNANI

Ho pensato alla nostra Romagna e a noi romagnoli, a quanto ora siamo più soli, il giorno triste in cui ho appreso la notizia della morte di Raoul Casadei.

Era per me un amico, un punto di riferimento, una persona piacevolissima in cui ho sempre visto incarnata la quintessenza della romagnolità: solarità, estro, fantasia, creatività tenacia, laboriosità, ottimismo.

È stato un grande musicista, degno erede dello zio Secondo e il figlio Mirko ne rinverdisce i fasti. La dinastia continua. La sua è una grande, bellissima famiglia. Quando qualche anno fa Confcommercio si è impegnata per richiedere che venisse promossa in Regione durante l'estate la Notte del Liscio, Raoul si complimentò con noi e ci ringrazio.

Gli dissi che era il minimo: il liscio è la nostra cultura, è nel nostro sangue, i giovani debbono conoscerlo e amarlo.

Fui ospite a casa sua per la festa dei suoi ottant'anni e fu una serata indimenticabile; Raoul lo fu al nostro convegno di Cesenatico del gennaio 2018 quando venne a trovarci il presidente nazionale Confcommercio Sangalli: cantammo insieme, in entrambe le occasioni, nella sua dimora e di fronte ai 900 partecipanti del convegno. Con Raoul non potevi non cantare. Raoul è stato, e la sua famiglia continuerà ad essere, ambasciatore della Romagna nel mondo, della nostra gioiosa solarità, e resterà per sempre nei nostri cuori.

La sua "Nave del Sole", la grande balera galleggiante, divenne mitica. Avremo tempo e modo di ricordarlo e celebrarlo come merita, quando le condizioni lo permetteranno. E di dedicargli quel che è giusto tributare a un uomo della sua levatura. Ora ci stringiamo tutti attorno alla famiglia e lo voglio ricordare come quella sera alla sua festa, e per come è sempre stato: simpatico, ospitale e solare, sempre col sorriso sulle labbra. Come la sua musica, che è la musica della nostra vita e della nostra Romagna.

Nella foto Augusto Patrignani e Raoul Casadei

LA MORTE DI GIANCARLO CAPANNI DEL RISTORANTE "IL CONTADINO"

Ci mancherai Giancarlo, ambasciatore della buona tavola

La famiglia di Confcommercio cesenate e del Rubicone esprime il suo cordoglio per la morte di Giancarlo Capanni (nella foto), ristoratore titolare di uno dei templi popolari della buona cucina romagnola, "Il Contadino", nelle colline savignanesi.

"Giancarlo Capanni e la sua famiglia – dicono il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, quello del Rubicone Roberto Renzi e il presidente Fipe ristoratori Confcommercio Vincenzo Lucchi- era nostro socio dal 1968, oltre mezzo secolo che ha visto il suo ristorante crescere, affermarsi e diventare un punto di riferimento in tutto il territorio. Nel suo settore della ristorazione, Capanni è stato alfiere della romagnolità, come per la musica e la cultura e il folclore lo è stato il grande Raoul Casadei, che ci ha anche lui appena lasciato. Un ristorante che si è costruito una solida fama per i pranzi da matrimonio, grazie anche all'ampiezza degli spazi. Buona cucina, ospitalità, culto della convivialità, rapporto fiduciario con la clientela: "Il Contadino " li ha sempre coltivati e nell'ultimo anno, come tutti gli altri ristoranti ed esercizi pubblici, ha vissuto le difficoltà scaturite dalla pandemia con il lavoro bloccato e ridotto".

"Prima ancora che gli svantaggi economici, per i ristoratori veri, come Giancarlo Capanni - aggiungono Patrignani, Renzi e Lucchi -, il disagio più profondo nasce dal non poter avere i clienti ospiti, perché un ristorante chiuso al pubblico è una contraddizione in termini. Non solo il Cesenate e il Rubicone, ma l'intera Romagna deve essere grata a Giancarlo, per la sua bravura e per l'empatia che ha sempre dimostrato verso i clienti, facendoli sentire in occasione come a casa: con il fratello Giorgio e le mogli Ines e Antonia ha creato un modello di ristorazione popolare e di qualità, proseguita dal figlio Mirco che dà continuità all'opera di questa splendida impresa familiare in cui il ricambio generazionale è stato naturale e fecondo".

LA FNAARC CONFCOMMERCIO CHIEDE RISTORI PER LA CATEGORIA

Agenti rappresentanti flagellati dall'emergenza sanitaria

"Lanciamo un grido di allarme per una categoria che coinvolge oltre 220.000 professionisti in Italia e varie centinaia nel Cesenate, che intermediano oltre il 70% del Pil nazionale e che risultano tra i più colpiti dalle conseguenze economiche della pandemia".

A farlo è Fnaarc - Federazione Nazionale Associazioni Agenti e Rappresentanti di Commercio aderente a Confcommercio attraverso la voce del suo presidente nazionale Alberto Petranzan, a cui si unisce quella territoriale del presidente Fnaarc cesenate Augusto Patrignani (nelle foto).

La Fnaarc, aderente a Confcommercio, è l'organizzazione più rappresentativa della categoria e sottoscrive gli Accordi Economici Collettivi, che regolano i rapporti tra le aziende preponenti e gli agenti di commercio. "Nell'ultimo anno - rimarcano Petranzan e Patrignani - la categoria è stata flagellata da diverse dinamiche che hanno reso quasi impossibile per molti di noi lavorare e, allo stesso tempo, accedere ai ristori previsti per fronteggiare l'emergenza Covid-19. Il sistema di sostegno messo in piedi dal precedente Governo, oltre a non coprire in maniera efficace la pluralità di settori per cui operano gli agenti di commercio, finora non ha tenuto conto del differimento del pagamento delle provvigioni". "Occorre dunque ripartire al più presto poiché – prosegue Patrignani – nel frattempo la situazione è solo peggiorata: alle restrizioni sugli spostamenti, al drastico calo dei consumi e alla impossibilità di programmare la propria attività lavorativa, si somma infatti l'ulteriore aumento dei costi correlati allo svolgimento della nostra attività. Ad esempio, l'aumento del prezzo della benzina, di cui non si parla, ma che negli ultimi mesi è stato notevole. Gli agenti e rappresentanti di commercio sono uno dei principali motori per le piccole e medie imprese italiane: penalizzare la categoria vuol dire rallentare lo sviluppo economico della nazione. Fnaarc proseguirà nelle prossime settimane l'attività di sensibilizzazione nei confronti del Governo e dell'opinione pubblica sulle problematiche che riguardano agenti e rappresentanti di commercio".

ULTIMATI I LAVORI A GATTEO

La nuova piazza fiore all'occhiello del paese

Piazza Vesi a Gatteo ha un nuovo look dopo l'intervento di riqualificazione del centro storico: è stato eliminato il vecchio allestimento con lo scalino, è stata realizzata una nuova area verde con una fontana. Importo dell'intervento: 200mila euro. "Positivo – afferma il presidente di Confcommercio Aldo Magnani (nella foto) - che siano stati rimosse le barriere architettoniche, e anche il fatto che sia stato predisposto maggior spazio per gli eventi, per quando potranno essere organizzati, ma che sia stata realizzata la nuova pavimentazione. Per Confcommercio è importante il percorso di accesso che permette di collegare via Garibaldi al parcheggio di piazza Bassi. In definitiva il centro di Gatteo ora è più attrattivo e Confcommercio è soddisfatta della maggiore fruibilità che potrà avere l'area anche grazie allo spazio verde che attrarrà piu cittadini, aumentando i flussi delle visite".

SARSINA, NUOVA ILLUMINAZIONE

Confcommercio: "Serve anche contro il degrado"

di ROMANO ROSSI

La Giunta comunale di Sarsina, presieduta dal sindaco Enrico Cangini ha approvato il progetto di fattibilità tecnico ed economica riguardante lavori di miglioramento e di efficientamento energetico della illuminazione pubblica nel territorio comunale. Per Confcommercio si tratta di un intervento importante per migliorare sia la sicurezza del nostro Comune sia la sua attrattività. L'importo complessivo previsto dei lavori è di 100mila euro e verrà inserito dalla Giunta nel bilancio comunale.

CONFCOMMERCIO SUL PROGETTO DELL'AREA PISCINA-VIVAIO A BAGNO DI ROMAGNA

Va salvaguardata la vitalità del centro storico

di GIUSEPPE CROCIANI

Sulla riqualificazione della strategica area piscina e vivaio, a proposito della quale non sono mancati alcuni contributi al ragionamento molto stimolanti, torna ad esprimersi Confcommercio di Bagno di Romagna

Come già abbiamo rilevato l'area oggetto dell'intervento sarà fondamentale per lo sviluppo del nostro territorio. Pur vedendo di buon grado il concorso nazionale non possiamo non porci alcune domande sugli indirizzi del documento cui i progettisti dovranno fare riferimento. Primo punto: come dichiarato in più di una occasione ed evidenziato in passato dall'amministrazione comunale, individuiamo nel documento Vias Animae la bussola della progettazione dello sviluppo turistico, e non solo, dei prossimi anni. Ci colpisce allora non vedere alcun riferimento a tale documento negli indirizzi progettuali.

Concordando sull'importanza di una nuova piscina termale come volano del turismo di tutto il territorio comunale, non possiamo non mettere in evidenza che tale installazione era stata identificata al primo posto tra le esigenze per lo sviluppo nel documento Vias Animae. Una seconda osservazione riguarda la previsione, di fatto, di una replica di servizi già realizzati negli anni passati (con tre campi sportivi polivalenti che hanno avuto esiti a dir poco sfortunati). Se ci fosse un progetto di sviluppo e valorizzazione degli impianti da realizzare sarebbe bene metterlo in evidenza, diversamente si rischierebbe di replicare gli errori del passato. Il terzo punto riguarda l'obiettivo di rendere questo nuovo spazio un centro aggregativo e una base per escursioni in bicicletta o di trekking e un centro di informazioni turistiche in un parco urbano luogo di incontro e relax con annesso un nuovo bar-ristorante. Confcommercio non condivide del tutto questa visione. La base di partenza per noi devono essere le piazze e più in generale i centri dei nostri paesi e quindi reputiamo sbagliata e contraddittoria l'idea di decentrare in un momento storico tanto difficile. La desertificazione dei centri storici è sotto gli occhi di tutti ed ogni azione deve essere volta al suo contrasto. Oltre alla buona azione messa in atto attraverso gli incentivi peri favorire il ripopolamento delle attività nei centri storici non dobbiamo dimenticare le attività esistenti; la tutela e lo sviluppo del lavoro deve essere al centro delle attenzioni La complessità dell'intervento e l'impegno importante di denaro pubblico meritano un approfondimento: di cantieri aperti ce ne sono tanti, e questa è una cosa positiva, questo merita un'attenzione maggiore.

LO STRISCIONE NEILA SEDE CONFCOMMERCIO

Un grido dal Rubicone: fateci lavorare!

Ristoratori, baristi, imprenditori del settore palestre e dei cinema e altri ancora: da troppo tempo senza lavoro o con l'attività fortemente limitata. Anche Confcommercio del Rubicone nella sua sede di Savignano (nella foto i presidenti con il responsabile di delegazione Paolo Vangelista) ha affisso uno striscione con la richiesta che la nostra associazione sta avanzando in tutte le sedi istituzionali di restituire ai cittadini il diritto costituzionale di lavorare, in sicurezza, in modo tale che sia possibile anche durante la pandemia, non fermare l'attività. Le nostre categorie sono in grado di poter lavorare nel pieno rispetto dei protocolli per impedire i contagi e si sono attrezzate a farlo investendo danaro e risorse.

IL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO DI GAMBETTOLA

Il mercatino dei produttori agricoli darà più vita a piazza Pertini

Produttori agricoli, nasce il mercatino a Gambettola. Il fermers market, destinato ad accogliere i produttori agricoli e del territorio con i loro prodotti a chilometro zero, si svolgerà in piazza Pertini, per stimolare la vivacità del centro storico. "Confcommercio – osserva il presidente Francesco Tomasini (nella foto) – è soddisfatta di questa iniziativa, anche perché il mercatino degli agricoltori sarà arricchito da eventi culturali e musicali che allieteranno il sabato mattina dei gambettolesi. Attendiamo inoltre il varo definitivo del progetto di riqualificazione di piazza Pertini, che da anni Confcommercio richiede, per riportarla agli antichi splendori e per riassegnarle l'attrattività che quello spazio così importante per Gambettola merita".

LA GESTISCE A GAMBETTOLA L'ASSOCIATO CASADEI

La ferramenta col macchinario da museo

Giuliano Casadei, associato a Confcommercio, ha rilevato la ferramenta a Gambettola nel 1972 da Pizarein" noto cantante e musicista gambettolese.

"In seguito ho trasferito la ferramenta – spiega Casadei, che ha 71 anni, in via Buozi e poi nell' attuale sede in via del Lavoro. Dell'antica bottega ho salvato però un'attrezzatura originale che custodisco nel retro della ferramenta: si tratta di un macchinario, divenuto una rarità da museo, che serviva a fare le vernici da vendere in bottega: un vero e proprio mulino miscelatore con ruote dentate dell'antica officina artigiana Berardi di Firenze in grado di macinare anche piccoli sassi per ottenere un prodotto pronto all'uso. Fondamentale è coniugare la tradizione con l'innovazione senza perdere mai il contatto con le nostre radici identitarie".

LA RICHIESTA DI FEDERALBERGHI AL GOVERNO

"Va abolita la restrizione degli spostamenti"

di ROBERTO FANTINI

"Non ci sorprende il fatto che la coperta dei sostegni sia corta, ma le risorse stanziate per il turismo non sono assolutamente sufficienti. Occorre fare di più, per aiutare le imprese del turismo a uscire dal disastro creato dalla pandemia".

È questo il commento di Federalberghi alla lettura delle bozze del decreto-legge approvato dal Consiglio dei ministri, che ora passa all'esame del Parlamento. Federalberghi è già al lavoro per sollecitare l'adozione di interventi correttivi e migliorativi, durante l'esame di questo decreto e in vista dei futuri provvedimenti.

Le priorità che la Federazione degli albergatori ha indicato al Governo riguardano anzitutto l'abolizione delle restrizioni agli spostamenti, con l'attivazione del green pass, interventi sulla liquidità (proroga delle rate dei mutui e concessione di prestiti ventennali), copertura dei costi fissi che gravano sugli immobili (Imu, affitti, Tari), incentivi per la riqualificazione delle strutture ricettive, anche mediante riconoscimento del superbonus, e sgravi contributivi per le imprese che richiamano in servizio il personale.

"Accogliamo invece con favore la notizia – prosegue Federalberghi - dell'esonero del canone Rai per gli alberghi e i pubblici esercizi per l'anno 2021: si tratta di una misura che Federalberghi chiede da mesi e che era contenuta anche nella petizione approvata dall'assemblea generale di Federalberghi il 26 gennaio. E' un piccolo ma importante segnale di attenzione verso imprese che sono state duramente colpite dall'emergenza epidemiologica da Covid19 e che nel 2020 hanno versato il canone nella misura intera, pagando per

un servizio che non è stato utilizzato o è stato utilizzato solo in minima parte.

Gli alberghi e tutto il sistema dell'ospitalità italiana, in ogni caso, sono fermi da mesi, a causa del divieto di spostarsi da una regione all'altra e Federalberghi non comprende come sia possibile autorizzare i viaggi oltre confine e invece impedire quelli in Italia."

Questo il alla notizia delle nuove regole che sanciscono il via libera alle vacanze pasquali all'estero.

"Se è vero come è vero che le persone vaccinate o con tampone negativo sono a basso rischio di contagio - afferma Federalberghi - allora questa logica deve essere applicata anche ai viaggi in Italia, così come alla possibilità di frequentare terme, impianti di risalita, riunioni, congressi e manifestazioni fieristiche". Federalberghi chiede che il Governo adotti con urgenza un provvedimento per "liberare" le persone munite di certificazione attestante l'avvenuta vaccinazione o il risultato negativo di un test molecolare o antigenico, effettuato per mezzo di tampone non oltre le quarantottore precedenti il viaggio o il risultato di un test sierologico che dimostri di essere guariti dalla malattia.

Nella foto Roberto Fantini e il presidente Giancarlo Andrini

GLI STABILIMENTI BALNEARI

"Speriamo di riaprire in maggio"

Gli operatori degli stabilimenti balneari della riviera cesenate sono al lavoro per la manutenzioni ai bagni e per disporli alla prossima stagione estiva. Il 29 maggio è la data canonica, ufficiale di inizio della stagione balneare e dell'attività dei bagnini di salvataggio, che, naturalmente, non coincide con l'apertura degli stabilimenti balneari per l'elioterapia, cioè per far prendere il sole che, prima della pandemia, avveniva ben prima delll'inizio ufficiale della stagione. Quest'anno cosa succederà? Non vi sono certezze, dipende naturalmente dall'andamento della situazione epidemiologica. La data di apertura verrà fissata dagli organi decisori in base all'andamento dei contagi. La nostra speranza di operatori degli stabilimenti balneari è di aprire iin maggio unitamente a tutte le altre attività, dai bar ai ristoranti e a chi attualmente non sta lavorando, contando sul clima che aiuta e sull'avanzamento decisivo delle vaccinazioni.

Quando esattamente a maggio non possiamo dirlo, e non vogliamo assolutamente precorrere i tempi. Noi siamo pronti e stiamo lavorando alacremente per rendere operativi gli stabilimenti in ossequio ai protocolli, ma siamo consci che è giusto aprire solo quando si potrà. Siamo tuttavia fiduciosi e speranzosi di poter avviare una stagione turistica, di concerto con tutti gli attori imprenditoriali del settore, di rinascita.

Simone Battistoni, presidente Sib Confcommercio Emilia-Romagna
Roberto Zanuccoli, presidente Sib Confcommercio cesenate

POSSIBILE VIAGGIARE OLTRE CONFINE, MA NON ALL'INTERNO DEL PAESE

Italia chiusa, ma turisti all'estero: ultima beffa

Risulta realmente paradossale che mentre tutto il sistema turistico italiano è fermo da mesi, gli italiani possano varcare i confini nazionali e trascorrere le vacanze pasquali all'estero. Gli alberghi e tutto il sistema dell'ospitalità italiana sono bloccati, a causa del divieto di spostarsi da una Regione all'altra.

Non comprendiamo come sia possibile autorizzare i viaggi oltre confine e invece impedire quelli in Italia. Se è vero come è vero che le persone vaccinate o con tampone negativo sono a basso rischio di contagio allora questa logica deve essere applicata anche ai viaggi in Italia, così come alla possibilità di frequentare terme, impianti di risalita, riunioni, congressi e manifestazioni fieristiche. Federalberghi-Confcommercio chiede dunque che il Governo adotti con urgenza un provvedimento per liberare le persone munite di certificazione attestante l'avvenuta vaccinazione o il risultato negativo di un test molecolare o antigenico, effettuato per mezzo di tampone non oltre le quarantotto ore precedenti il viaggio o il risultato di un test sierologico che dimostri di essere guariti dalla malattia.

Non è possibile che non sia permesso di muoversi dal proprio Comune, con le imprese turistiche in Italia che restano chiuse, e invece si consenta di partire per le Canarie o per una crociera nel Mediterraneo. Oltre al danno la beffa: gli ultimi decreti permettono agli italiani di partire per molti Paesi, europei e non, ritenendo

sufficiente un tampone all'andata e uno al ritorno, senza necessità di quarantena. E allora perché non deve essere lo stesso in Italia?. A queste condizioni parliamo di concorrenza sleale e i tour operator stranieri stanno già festeggiando l'arrivo degli italiani in Francia, Spagna, Grecia, Canarie o in crociera. Per chi viaggia fuori Europa invece servirebbe la quarantena, ma essendo fiduciaria nessuno controlla. Anche quest'anno avremo una Pasqua in lockdown, ormai aprile è perso e confidiamo, speranzosi, in maggio. Intanto non sarà possibile viaggiare in Italia per turismo, in compenso consentiamo agli italiani di andare a spendere all'estero, rischiando per di più nuovi contagi e varianti al rientro dalla vacanza.

Anche le nostre strutture alberghiere sono pronte, come hanno sempre fatto, a rispettare i protocolli (e ricordiamo che non sono mai stati rilevati casi di contagio in albergo), avevamo proposto tamponi per i clienti, all'arrivo ed alla partenza, nulla da fare. Chiediamo solo che il nostro Paese sia soggetto alle stesse condizioni degli altri Paesi europei, in particolare quelli che sono i nostri diretti concorrenti nella vacanza balneare e che già si stanno attrezzando per l'estate, con proposte covid-free, dal passaporto vaccinale al tampone negativo. E allora ribadiamo il concetto: se è vero che le persone vaccinate o con tampone negativo sono a bassissimo rischio di contagio, allora questa logica deve essere applicata anche ai viaggi in Italia.

Roberto Fantini

PORTATO VIA DAL COVID

Addio al commerciante Domeniconi, per 60 anni ha profumato il portocanale

Il covid ha portato via Giancarlo Domeniconi (nella foto), storico commerciante di Cesenatico, che ha avuto il negozio di profumeria sul Portocanale sino al 31 dicembre scorso. Le esequie funebri si sono tenute sabato scorso. Lascia la moglie Carmen e i figli Nicola e Stefano.

"Aveva aperto il negozio negli anni Sessanta - ricorda il figlio Nicola, musicista - ed era stato avviato al mestiere grazie anche all'intraprendenza di uno zio grossista negli anni in cui sorsero una serie di profumerie a Cesenatico e in tutta la riviera. Cominciò da minorenne, in un locale sul portocanale, vicino alla Pescheria. Erano gli anni del boom economico, del turismo quello vero, dove tutto era possibile e grazie a quell'attività poté farsi una famiglia, la casa e vivere una vita dignitosa. Aveva gestito il negozio sino a fine anno, quando ha concluso la sua onorata carriera a 78 anni, mentre mamma Carmen è ancora titolare di una profumeria a San Mauro Pascoli".

"Domeniconi era un volto noto e una presenza amica a Cesenatico, un punto di riferimento nel nostro amato portocanale e nel centro storico - afferma il presidente Confcommercio Giancarlo Andrini - e Confcommercio stava già allestendo i preparativi per la consegna della targa al valore commerciale e per premiare i sessant'anni di lavoro. Confcommercio la darà alla moglie Carmen e ai figli, onorando la memoria di un grande commerciante, esempio per la categoria, per come ha servito i clienti e tenuto alto il nome di Cesenatico".

UN PILASTRO DEI PUBBLICI ESERCIZI DI CESENATICO

Ci ha lasciato Nasolini, barista e maestro gelatiere

di GIANCARLO ANDRINI

La scomparsa di Ernesto Nasolini (nella foto), lo storico gelataio di Cesenatico morto all'età di 88 anni, è una perdita per tutti noi di Cesenatico. È stato salutato sabato scorso nella chiesa di San Giuseppe. Lascia la moglie Lena, le figlie Dolores e Francesca. La sua famiglia, i Nasolini, è molto nota in città e Ernesto ha legato la sua lunga e prolifica storia professionale a due bar gelaterie che hanno fatto la storia di Cesenatico. Negli anni '60 insieme alla moglie Lena Muccini aveva aperto il bar gelateria 'Trieste' in viale Trento e agli inizi degli anni Ottanta ha rilevato il bar Duse, proprio vicino alla sede di Confcommercio, nel cuore di Cesenatico, altro storico pubblico esercizio e punto di riferimento cittadino, gestito tuttora dalla figlia Francesca e dal genero. Nasolini è stato un impareggiabile maestro gelatiere, ed era nota e apprezzata da tutti la sua abilità di artigiano. Ci fu un periodo in cui c'era chi veniva a Cesenatico per prendere il gelato da 'Muccini', come allora veniva chiamato il bar-gelateria di viale Trento. Ernesto è stato un bravissimo commerciante che si è messo al servizio della città e ha rafforzato la splendida immagine di ospitalità che è un vanto di Cesenatico.

RI-GENERA PROMUOVE LA CULTURA FINANZIARIA

Parola d'ordine: prevenire le crisi aziendali

di ALBERTO PESCI

La pandemia non blocca i nuovi imprenditori cesenate che devono gettare il cuore oltre l'ostacolo, ma anche imparare ad adottare la pianificazione e la gestione pianificazione dei flussi finanziari. Sono le parole d'ordine per le piccole imprese di commercio, turismo e terziario anche del territorio cesenate.

Il 26 marzo si è tenuto un incontro online con i nostri nostri esperti Andrea Casadei e Francesco Giunchi sull'analisi finanziaria preventiva e su come prevenire le crisi aziendali specie quando il contesto è penalizzante, come quello attuale. Abbiamo approfondito i temi del business plan, di come redigerlo e di cosa serve, nonché della gestione dei rapporti tra banca e impresa e il codice d'impresa. Hanno partecipato circa cinquanta imprenditori.

Ri-Genera Impresa sta affiancando numerose imprese. Da inizio anno, nonostante la pandemia le neoimprese associate sono più numerose di chi ha cessato l'attività. C'è voglia di avviarsi, c'è coraggio, ma serve anche acquisire il know-how della sana prevenzione finanziaria. Stiamo predisponendo intervento formativo a 360 gradi di alfabetizzazione finanziaria per i nostri imprenditori, che ambiamo di estendere anche alle scuole. Ri-Genera punta forte sui giovani che intendono avviare una avventura imprenditoriale in questo particolare momento della vita economica del nostro paese, più di quelli che ci immaginiamo. La pandemia è un'opportunità per cambiare l'approccio al credito del sistema delle micro-piccole imprese, orientando preliminarmente all'obiettivo della buona gestione finanziaria, attuabile applicabile regole certe e avvalendosi del supporto di consulenti in grado di aiutare a promuovere la cultura della buona gestione finanziaria.

Ai neo imprenditori diciamo che bisogna assumere abitudini gestionali virtuose attuando il piano economico previsionale. Ci sono fattori da apprendere e mettere in atto che fanno la differenza sul mercato e consentono al'impresa di rigenerarsi nel momento in cui li realizza. Si tratta di innovare i processi di controllo, puntare sulla qualità della organizzazione, premiare le eccellenze in termini di risorse umane e prodotti trattati, puntare su una comunicazione che diventi formazione, moltiplicare i canali di vendita integrando i canali tradizionali, puntare sulla identità e sulle eccellenze del territorio in cui si opera.

LE RICHIESTE AI SINDACI

Tari, tariffe bloccate e conguagli alle imprese bloccate

Blocco delle tariffe Tari per l'anno in corso; ristori alle imprese dei settori coinvolte nelle chiusure e riduzioni sensibili di attività dall'autunno 2020, con conguagli eventualmente nelle bollette del 2021; esenzione della quota fissa e variabile per le imprese che anche quest'anno sono soggette a chiusure o riduzioni significative di attività.

Sono le richieste di Confcommercio, Confartigianato, Cna e Confesercenti cesenati presentate in una lettera ai sindaci cesenati.

L'emergenza sanitaria ha fatto sprofondare in serissime difficoltà numerose imprese, penalizzate nei ricavi e utili aziendali a causa dei lockdown operati dal Governo. Anche in questi mesi del nuovo anno ci sono attività a cui è stato tolto il lavoro, o comunque fortemente ridotto, come ristoranti, bar, alberghi, palestre, piscine, cinema, sale bingo, teatri, a cui si sono aggiunti recentemente in zona rossa anche estetiste, parrucchieri barbieri, nonché numerose attività del commercio al dettaglio. I Comuni hanno messo in atto interventi nel 2020, ma Confcommercio Confartigianato, Cna e Confesercenti chiedono di fare di più, in questa grave situazione di emergenza. All'incontro svoltosi con Atersir (Agenzia regionale di controllo) il gestore del servizio Hera e il Comune di Cesena, in cui si è parlato di come verrà strutturato il servizio per il 2021, le organizzazioni hanno già sottolineato l'esigenza di interventi tariffari straordinari adeguati allo scenario che le imprese stanno subendo, supportata da un dato incontrovertibile: i piani economico finanziari in lavorazione evidenziano infatti una diminuzione delle quantità dei rifiuti smaltite dalle imprese, attraverso il servizio pubblico.

Con i rifiuti in calo e la pandemia che infuria, l'aumento dei costi sarebbe intollerabile e potrebbe provocare la rivolta delle piccole imprese, che stanno affrontando una situazione senza precedenti e sono stremate dalle chiusure. Serve quindi una Tari 2021 che recepisca almeno le tre misure proposte dalle associazioni. Per limitare gli ostacoli alla nascita di nuove imprese, le associazioni chiedono inoltre a Hera ed Atersir l'esenzione del costo degli allacciamenti alle utenze gas ed acqua nel biennio 2021-2022 per i nuovi insediamenti d'impresa.

VENDITE IN CALO DEL 23% RISPETTO AL 2020

Saldi coi conti in rosso, pesano le chiusure

Non si è verificato, l'auspicato "rimbalzo" per i saldi invernali dopo il tonfo (-41,1%) registrato a gennaio. Secondo un'indagine effettuata da Federmoda Italia-Confcommercio anche nel territorio cesenate, infatti, le vendite di abbigliamento, calzature e accessori sono scese in febbraio del 23 % rispetto allo stesso mese del 2020.

E dopo l'ingresso in zona rossa i negozi di abbigliamento sono chiusi. "Fino a quando lavoravano – rimarca il direttore Confcommercio cesenate Giorgio Piastra (nella foto) - per il 66% delle imprese c'è stato un peggioramento, seguono quelle che hanno avuto una stabilità (19,4%), mentre il 14% ha venduto di più. Il calo, per un'impresa su quattro è stato tra il 50 e il 90%, per effetto dei forti sconti proposti alla clientela pur di smaltire le scorte. Quasi otto imprese su 10 (il 77,5% per la precisione) ha infatti proposto sconti tra il 30 e il 50% e il 33,8% del 50%. La maggior parte delle transazioni è avvenuta cashless, soprattutto con pagobancomat. Solo il 7,6% dei clienti ha utilizzato i contanti, soprattutto per le spese a basso importo. Il podio dei prodotti più venduti vede sul gradino più alto la maglieria (49%), seguita da giubbotti, cappotti e piumini (38,8%) e pantaloni e jeans (32%). Molto male, invece, gli abiti da uomo (4%)".

"Servono aiuti immediati alle imprese –afferma la presidente di Federmoda Confcommercio cesenate Ivana Arrigoni - , liquidità, moratorie fiscali e contributive, sostegni per far fronte alle locazioni commerciali e, considerando l'andamento ancora una volta negativo dei saldi, un indispensabile contributo sotto forma di credito d'imposta del 30% sulle rimanenze, capace di superare l'annoso problema dei magazzini. Servono, infine, discontinuità e un ripensamento delle restrizioni alle aperture che riguardano quasi esclusivamente il nostro comparto. Non si riesce ancora a comprendere perché un negozio di abbigliamento o di calzature o di pelletteria, nonostante i sacrifici fatti e gli investimenti in sicurezza, rientri tra le pochissime attività commerciali che devono rimanere chiuse per decreto. Se i negozi soffrono, i colossi del web gioiscono con fatturati più che raddoppiati. Nonostante l'apprezzata introduzione della digital tax, ci aspettiamo di operare in un mercato a parità di regole e di tassazione realmente proporzionata agli introiti effettuati nel nostro Paese".

PROSEGUE L'ATTIVITÀ CON I CORSI ONLINE

Con Iscom il tempo si trasforma in competenze

di PIETRO BABINI

Ogni momento critico o di attesa può essere trasformato in opportunità. Un principio chiave per Iscom, l'ente di formazione di Confcommercio che prosegue la sua attività con percorsi on line e in webinar, in attesa di poter tornare all'attività in presenza. Ma non si tratta semplicemente di un piano b: il nostro ente, all'avanguardia nel settore da decenni, è attrezzata per rendere pienamente performance anche la formazione on line, condotta con professionalità, con cura e vicinanza e attraverso stimolanti percorsi interattivi che coinvolgono i discenti.

Nella variegata offerta di corsi finanziati e di mercato libero avviati e in procinto di iniziare la modalità del webinar è dunque in questo periodo quella dominate: con il pregio di coniugare in un'unica esperienza la comodità di fruizione da casa con l'efficacia e l'interattività tipiche di un corso in presenza. Il nostro motto è di trasformare il tempo in competenze. Tra corsi in svolgimento spiccano il webinar "Addetto alla Dichiarazione dei redditi" (corso on line in diretta in videoconferenza), un percorso intensivo pensato per chi si avvicina alla professione o necessità di affinare le proprie competenze acquisite sul campo. Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di conoscere i principali adempimenti contabili, oltre a tutte le tipologie di dichiarazione dei redditi. Inoltre, conoscerai le detrazioni edilizie e saprai utilizzare l'area riservata dell'agenzia delle entrate.

Un'altra offerta formativa di alto livello è costituita dal corso "Tutela del Benessere Animale" regolamentata dalla Regione Emilia Romagna e obbligatoria per tutti coloro che intendono operare nel settore di riferimento. Il corso si pone l'obiettivo di far conoscere e di saper applicare le corrette modalità di assistenza e gestione degli animali allevati, addestrati e/o oggetto di compravendita al fine di informare correttamente i proprietari, come disposto dalla delibera relativa. Il percorso è differenziato e si rivolge da una parte a commercianti, addestratori ed allevatori di cani, dall'altra al responsabile attività di negozi di vendita animali, allevamenti di animali da compagnia. Più in generale i destinatari sono tutti coloro che hanno intenzione di avviare un'attività di allevamento, addestramento, vendita e custodia di animali d'affezione.

Nella foto il presidente Iscom Babini con il direttore Giorgio Piastra