

CONFCOMMERCIO

CESENATE

Insero di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

SANGALLI RIELETTO PRESIDENTE PATRIGNANI NEL CONSIGLIO NAZIONALE



Il presidente Confcommercio nazionale Sangalli e il presidente Patrignani

IL COMMENTO

Una nuova stagione sempre accanto alle imprese

di AUGUSTO PATRIGNANI

Qual è, stringi stringi, il compito di una grande organizzazione di rappresentanza imprenditoriale come la Confcommercio, la più importante in Italia, da 74 anni a fianco delle imprese per sostenerne le istanze, promuovere il loro sviluppo e di riflesso alimentando la crescita e il benessere? Io ritengo sia quello di declinare nei tempi e nelle circostanze che ci è dato di vivere l'obiettivo di affermare la centralità dell'impresa e la sua intrinseca capacità di creare lavoro e ricchezza come perno attorno al quale ruota lo sviluppo del Paese.

A noi dirigenti territoriali di Confcom-

mercio è dato di fare la nostra parte in uno dei più importanti e attrattivi territori del Belpaese, quella Romagna per la cui crescita e integrazione in questi anni stiamo lavorando assiduamente, come terra del buon vivere.

I tempi sono quelli dell'emergenza covid ancora in corso, in una fase oggettivamente declinante dei contagi ma nella quale non si deve assolutamente abbassare la guardia e continuare a rispettare con senso civico e serietà la disposizioni prescritte per contrastare il virus, auspicando che in autunno la situazione sia gestibile e ci si avvii verso l'uscita da questo periodo così complesso e contraddittorio della nostra vita e della situazione dell'intero globo.

È in questa fase di ardua ma anche entusiasta ripartenza - tutti i nostri imprenditori meritano un applauso a scena aperta, ma soprattutto meritano i pieni sostegni non ancora pervenuti pienamente da parte di chi amministra - che l'Assemblea di Confcommercio-Imprese per l'Italia, in rappresentanza delle oltre 700 mila imprese associate del commercio, del turismo, dei servizi, dei tra-

sporti e logistica e delle professioni, all'unanimità ha rinnovato i suoi organi confermando Carlo Sangalli alla guida della Confederazione per il quinquennio 2020-2025. Ne siamo tutti felici: Sangalli è stato, è e sarà un grande presidente.

Confcommercio è in buone mani. Per quel che riguarda il sottoscritto, sono stato confermato nel Consiglio nazionale ed è un motivo per intensificare l'impegno a servizio della Confederazione e delle imprese negli ambiti in cui mi trovo ad operare.

In occasione dell'Assemblea, Confcommercio ha elaborato un documento contenente gli obiettivi e gli ambiti di intervento prioritari, dal ruolo dei corpi intermedi alle riforme per il Paese, dalla trasformazione digitale al nesso sempre più stretto tra città, terziario, infrastrutture e trasporti, dalla qualità della formazione alla valorizzazione del welfare contrattuale, fino ai temi cruciali e attuali della sostenibilità, della transizione generazionale, del ruolo del nostro Paese nel nuovo scenario europeo e internazionale - con l'obiettivo di avviare una nuova stagione della rappresentanza d'impresa.

Io sono realmente convinto che, in questa epoca delle complessità come viene definita da insigni sociologi, i corpi intermedi siano insostituibili; se è vero che l'impatto della tecnologia sulla vita pubblica si è sempre più esteso, è altrettanto evidente che nessuno strumento elettronico può sostituire relazioni stabili e profonde, di cui i corpi intermedi costituiscono un ambito privilegiato e garantito, come ci ricordava Giorgio Vittadini, presidente della Fondazione per la Sussidiarietà nel convegno di presentazione di un'indagine sui corpi intermedi condotta dal nostro ente bilaterale, per educare la persona alla responsabilità, alla sussidiarietà, alla solidarietà, all'integrazione tra il bisogno dei singoli e i bisogni sociali. Confcommercio c'è, è accanto alle imprese per tutelare, aiutarle a sprigionare tutte le loro potenzialità e offrire anche strumenti formativi per la crescita delle aziende e delle persone. Ancora più adesso, nel mare periglioso del covid non ancora sopito.

RINNOVO DELLE CARICHE PER IL QUINQUENNIO 2020-2025

Sangalli confermato presidente, Patrignani nel Consiglio nazionale

L'Assemblea di Confcommercio-Imprese per l'Italia, in rappresentanza delle oltre 700 mila imprese associate del commercio, del turismo, dei servizi, dei trasporti e logistica e delle professioni, all'unanimità, ha confermato Carlo Sangalli alla guida della Confederazione per il quinquennio 2020-2025.

Un nuovo riconoscimento è arrivato anche per il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, che è anche alla guida dell'Unione di Forlì-Cesena. Nell'ambito della conferma di Sangalli alla guida della Confcommercio nazionale, Patrignani è stato confermato consigliere nazionale della Confederazione. Nel novembre scorso era

stato eletto vicepresidente amministratore di Confcommercio Emilia Romagna per il quadriennio 2019-2023.

“La conferma mi lusinga - osserva Patrignani - ma rappresenta anche un premio alla efficienza di Confcommercio cesenate che in questi anni ha raggiunto grandi risultati pur in un contesto non sempre favorevole per le categorie rappresentate. Il nostro motto è l'impresa al centro, perché l'impresa dà lavoro e benessere. Fondamentale per accompagnarla nel mercato, ancor più in questa fase di non termi-



nata emergenza a causa del covid-19, è il raccordo tra la nostra Confederazione e il territorio e nostro compito è di fungere in ambito locale da propagatori creativi

delle nostre strategie e politiche nazionali a sostegno di turismo, commercio e servizi”.

“Confcommercio - mette in luce Patrignani - ha elabora-

to un documento contenente gli obiettivi e gli ambiti di intervento prioritari della nuova consiliatura, dal ruolo dei corpi intermedi alle riforme per il Paese, dalla trasformazione digitale al nesso sempre più stretto tra città, terziario, infrastrutture e trasporti, dalla qualità della formazione alla valorizzazione del welfare contrattuale, fino ai temi cruciali e attuali della sostenibilità, della transizione generazionale, del ruolo del nostro Paese nel nuovo scenario europeo e internazionale, con l'obiettivo di avviare una nuova stagione della rappresentanza d'impresa”.

“Anche nel territorio cesenate e provinciale - aggiunge Patrignani - questi principi ci ispireranno per basare la rappresentanza di Confcommercio sui principi di sussidiarietà e partecipazione: per continuare ad innovare e ammodernare l'architettura organizzativa e l'offerta di servizi, valorizzare sempre di più la rete di territori e categorie, promuovere alleanze operative e strumenti per contribuire al rafforzamento dell'attività sindacale”.

Nella foto Augusto Patrignani con il presidente nazionale Confcommercio Carlo Sangalli.

CONFCOMMERCIO AVEVA CHIESTO IL DIFFERIMENTO PER LA CRISI PROVOCATA DAL COVID

Versamenti fiscali, ingiusta la mancata proroga

Il direttore dell'Agenzia delle Entrate ha proposto un nuovo sistema per la tassazione delle piccole imprese, basato su un sistema per cassa e adempimenti di fatto trasferiti al fisco stesso e automatizzati con cadenza mensile. Il variegato mondo delle partite Iva lamenta da sempre, oltre alla pressione fiscale in sé anche il peso degli adempimenti. Secondo Confcommercio, pertanto, possono esserci vantaggi in un assetto di questo tipo. Quello delineato dall'Agenzia delle entrate è uno scenario di profonda trasformazione del nostro sistema fiscale, sospinto dall'innovazione tecnologica, quindi bisogna approfondirlo e discuterne con attenzione. Quello che serve è perseguire un duplice obiettivo: la costruzione di un sistema più semplice, anche in termini di frequenza e di scadenze, e più certo, e la

riduzione della pressione fiscale a carico del contribuente. Sul primo versante il punto di partenza deve essere la riaffermazione dei principi dello statuto del contribuente e la messa a punto di un testo unico del nostro sistema fiscale. Sul secondo versante, Confcommercio ha sempre affermato che bisogna tenere insieme l'obiettivo di un fisco più ragionevole raccordato a una profonda spending review, capace anche di finalizzare i risultati di una azione selettiva di contrasto e recupero di evasione ed elusione.

In questo tempo di emergenza non ancora concluso, la strada maestra per quel che attiene la

indispensabile riduzione del carico fiscale è partire dalla riduzione del cuneo fiscale e contributivo sul costo del lavoro con effetti positivi tanto ai fini della



tenuta dell'occupazione, quanto per la competitività delle imprese, senza tralasciare l'esigenza di una spinta alla ripartenza dei

consumi anche attraverso misure di riduzione del aliquote Iva o di rafforzamento delle deducibilità dell'Iva.

Il mondo delle imprese e del lavoro autonomo è ora chiamato ai versamenti delle imposte dirette. Per Confcommercio occorre un provvedimento necessario e urgente. I dati più recenti sull'andamento dei consumi (nel complesso del secondo quadrimestre si registra quasi in 30 per cento in meno su base annua) rendono chiara quanto sia difficile la situazione e quanto sia profonda la crisi di fatturato e liquidità delle imprese. In questo contesto i termini dei versamenti di saldo e acconto

avrebbero dovuto essere riaperti senza sanzioni né interessi almeno fino al 30 settembre e inoltre sarebbero dovuti essere programmate anche le scadenze fiscali di settembre, prevedendo moratorie più ampie e inclusive. Tante, troppe imprese e tanti, troppi lavoratori autonomi non saranno infatti in grado di procedere ai versamenti nei termini fin qui previsti: il 20 luglio o il 20 agosto con una maggiorazione dello 0,4% in un contesto penalizzante più ampio che vede, nella seconda metà di luglio, un ingorgo fiscale di 246 scadenze in 15 giorni. Confcommercio aveva lanciato un appello, purtroppo inascoltato, a prendere atto di questa drammatica situazione di difficoltà dell'economia reale del nostro Paese e ad agire di conseguenza”.

FIPE CONFCOMMERCIO SUL VICEMINISTRO CHE HA SUGGERITO AI RISTORATORI DI INVENTARSI UN NUOVO LAVORO

E se a a cambiare mestiere fossero certi politici?

di VINCENZO LUCCHI
e ANGELO MALOSSÌ*



Confcommercio ha sempre creduto nell'importanza della buona politica e di una classe dirigente all'altezza della situazione in grado di valorizzare non solo a parole, ma soprattutto nei fatti la centralità delle imprese. Ciò premesso, non può non destare stupore l'uscita in libertà de il

viceministro dell'Economia, Laura Castelli, in un suo intervento in diretta televisiva al Tg2, dichiarazioni in realtà assai infelici in merito allo stato di grave crisi e alle prospettive del settore dei pubblici esercizi, che hanno destato riprovazione e sconforto, in quanto la castelli ha sostanzialmente invitato i pubblici esercenti che lamentano un fatturato enormemente ridotto a causa del Covid, a inventarsi un nuovo lavoro. Uno scivolone televisivo che mette alla gogna mediatica l'intero comparto della ristorazione storicamente un punto di forza essenziale per l'identità e l'attrattività del nostro Paese, che oltre ai numeri - fatturato, valore aggiunto e occupati - esprime anche grandi valori sociali, culturali, storici e antropologici. È un settore fondamentale di due filiere strategiche per l'Italia - l'agroalimentare e il turismo - e rete distributiva della socialità capace di favorire coesione sociale, benessere, legalità, sicurezza e

decoro delle comunità.

Per questi motivi non andrebbe sgarbatamente invitato a reinventarsi il modo di proporre la sua offerta, come ha fatto incautamente il viceministro, ma tutelato e aiutato a rilanciarsi, rafforzando i provvedimenti governativi di natura emergenziale, sugli indennizzi a fondo perduto, sui temi della liquidità e credito, sugli strumenti di protezione sociale, sulle locazioni commerciali o sulle moratorie fiscali, e, contemporaneamente, attivando politiche governative di visione strategica unitaria e coordinata. La crisi ha modificato stili di vita, modalità di lavoro e modelli di consumo, certo, ma non è invitando gli imprenditori a cercare nuovi modelli di business, guidati dalla creatività, che si aiuta e si salva un settore con oltre 300mila imprese e con più di un milione di dipendenti. Fipe Confcommercio ha trasferito alla politica i provvedimenti per

evitare il collasso del settore e scongiurare ingenti danni economici e sociali. Oltre ai citati provvedimenti c'è bisogno anche di tornare alle tradizionali modalità di lavoro, che non significa peraltro tornare indietro. Significa invece trovare i modi di vivere i luoghi in sicurezza, ridefinendo gli orari e la vivibilità cittadina. Essere “smart” significa guardare avanti, dando il giusto valore al lavoro, al buon lavoro, di tutti, dal “working” al divertimento serale. Il settore ha bisogno, cioè, di cure e attenzioni, anche per evitare la pandemia della povertà, che è tra i più pericolosi effetti collaterali del Covid-19. Se si sbagliano i tempi ed i modi si fa danno. Per noi il commento del viceministro al servizio mandato in onda dal Tg2 è bocciato. Non siamo più disposti a scusare, a capire o giustificare.

*Presidenti Fipe Confcommercio cesenate

RICHIESTA DI FIVA CONFCOMMERCIO PER SOSTENERE LA CATEGORIA

“Ambulanti, azzerare la Cosap per tutto il 2020”



“La ripartenza dei nuovi mercati ambulanti nell'era del Covid, dopo i timori del lockdown, è stata superiore alle aspettative. Tiene a metterlo in luce il presidente Fiva Confcommercio regionale e cesenate Alverio Andreoli (nella foto): “Premesso che il quadro generale resta di seria difficoltà e gli incassi stanno subendo delle perdite che si innestano in un ciclo che anche prima del covid non era certamente virtuoso nel quadro delle difficoltà strutturali del commercio - afferma Andreoli - un monitoraggio condotto da Fiva nei nostri comuni fa evidenziare che da Cesena alle altre realtà municipali i riscontri registrati ai mercati sono confortanti: l'utenza fidelizzata che è ritornata a

frequentarla gradisce gli spazi più ariosi, l'allungamento delle aree, la serietà e la professionalità degli operatori commerciali su area pubblica che stanno facendo tutto il possibile per garantire lo svolgimento dei mercati ambulanti in sicurezza, con il rispetto dei protocolli adottati. Ci sono anche casi come quello di Mercato Saraceno in cui il mercato è stato temporaneamente spostato in un'altra area a ridosso del fiume, grazie alla felice sinergia con il Comune e la risposta dei clienti è stata molto positiva. Insomma: dinamismo, creatività, propulsività dei nostri imprenditori sono più forti delle oggettive difficoltà. Vinte le iniziali ritrosie, la stragrande maggioranza dei clienti è tornata ai mercati, ma certamente il contesto generale di crisi economica non favorisce l'esplosione dei consumi e degli acquisti. La possibilità di fare shopping e acquisti negli spazi aperti è tuttavia molto apprezzata”. “Ai Comuni del Cesenate - prosegue Andreoli - rimarchiamo la necessità di provvedimenti che sostengano la categoria messa a dura prova dall'emergenza covid non solo per quel concerne

i mesi di chiusura durante il lockdown, ma almeno per l'intero anno in corso, così controverso e complesso e pertanto la nostra richiesta è quella di azzerare la Cosap per tutto il 2020 e non solo per i mesi di chiusura. C'è qualche comune del Cesenate che ha deliberato in tal senso e va preso come modello da tutti gli altri, a partire dal comune capofila. Nel frattempo prosegue la collaborazione fra le organizzazioni di categoria degli ambulanti e il Comune di Cesena per rilanciare il mercato, anche in prospettiva post-covid, puntando sulla qualità dell'offerta complessiva tenendo alta l'asticella”.

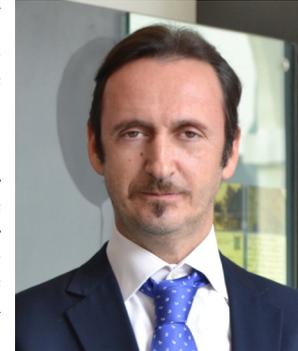


CONFCOMMERCIO PLAUDE ALLE EMILIA ROMAGNA CHE HA MANTENUTO IL 1° AGOSTO

Saldi, sbagliata la partenza differenziata nelle varie Regioni

“È incomprensibile la decisione della Conferenza delle Regioni che permette alle singole Regioni di anticipare l'avvio dei saldi rispetto alla data già stabilita del primo agosto 2020”. E' quanto mette in luce Fededermoda Confcommercio cesenate. “Siamo sconcertati dalla decisione della Conferenza delle Regioni - rimarca il direttore Confcommercio Giorgio Piastra (nella foto) - che ha stravolto il proprio operato permettendo alle singole Regioni di anticipare in ordine sparso l'avvio dei saldi, andando di fatto a sconfiggere il proprio indirizzo dello scorso 7 maggio quando veniva individuata per l'avvio delle vendite di fine stagione come data unica per tutto il territorio nazionale il primo agosto. Un atto incoerente che che la nostra Federazione Moda Italia ha subito criticato”.

“L'adozione della stessa data di inizio dei saldi in tutte le Regioni italiane - continua Piastra - è stato un obiettivo faticosamente raggiunto negli ultimi anni, frutto di un intenso confronto con la stessa Conferenza delle Regioni, finalizzato anche ad evitare “migrazioni” dei consumatori da un territorio all'altro. Dare la possibilità alle singole Regioni di variare la data di inizio saldi a soli 10 giorni dall'inizio precedentemente previsto, procurerà confusione ai consumatori e danno agli operatori. In ogni caso la nostra Federmoda regionale ha avuto un immediato confronto - aggiunge Piastra - con la Regione Emilia-Romagna che in totale coerenza con la decisione precedentemente assunta, conferma l'inizio dei saldi estivi in Regione il primo sabato del mese di agosto, ovvero il primo agosto”.



“Come è noto - spiega il direttore Piastra - è stata posticipata a sabato primo agosto la data di inizio dei saldi estivi: in Emilia-Romagna slitta di un mese la stagione degli sconti, una decisione nata per andare incontro alle difficoltà che il settore commerciale sta attraversando a causa dell'emergenza sanitaria causata dal Coronavirus ed alle esigenze manifestate dagli operatori commerciali nella fase di ripartenza al termine della fase di lockdown. Inoltre, per agevolare la ripartenza dei negozi dell'abbigliamento e delle calzature che sono stati soggetti a chiusura forzata fino al 18 maggio scorso, la Regione Emilia-Romagna ha deciso di sospendere per il 2020 il divieto di effettuare vendite promozionali nei trenta giorni che precedono l'inizio dei saldi estivi per abbigliamento,

calzature, biancheria intima, accessori, pelletteria e tessuti per abbigliamento e arredamento. Confermata invece la durata massima di sessanta giorni per le vendite di fine stagione che partiranno da agosto”.



AGENTI DI COMMERCIO AL VOTO DIGITALE

Enasarco, elezioni dal 24 settembre al 7 ottobre

ENASARCO ELEZIONI 2020

Vota
Enasarco del futuro

www.enasarcodelfuturo.it



di AUGUSTO PATRIGNANI

Sono state deliberate le nuove date per il rinnovo dell'Assemblea dei delegati di Enasarco. Il Consiglio d'amministrazione ha infatti deliberato a maggioranza qualificata che le votazioni si svolgeranno da giovedì 24 settembre a mercoledì 7 ottobre 2020, dalle 9 alle 18 dal lunedì al venerdì e dalle

ore 9 alle 20 nei giorni di sabato e di domenica. L'emergenza sanitaria e la conseguente impossibilità di un normale svolgimento della competizione elettorale avevano portato alla sospensione delle votazioni inizialmente fissate per il 17-30 aprile 2020. Per l'ente previdenziale degli agenti di commercio e dei consulenti finanziari, si apre ora una fase particolarmente importante. La campagna elettorale prenderà avvio dal 1° agosto 2020 e andrà a completare i 95 giorni a suo tempo indicati dalla Commissione Elettorale, dopodiché verrà aperto il periodo di voto digitale. Ai delegati che verranno eletti spetterà un compito importante, quanto difficile: tutelare e al tempo stesso rendere protagonisti Agenti di Commercio e Consulenti Finanziari in una fase dell'economia nazionale di estrema delicatezza. “Accogliamo con soddisfazione la decisione presa oggi dal cda

di Enasarco”, ha dichiarato Alberto Petranzan (nella foto), presidente di Fnaarc, il sindacato nazionale degli Agenti di Commercio che conta oltre 50.000 iscritti. “Il confronto democratico può finalmente ripartire. L'impegno sarà quello di far conoscere le proposte del nostro programma che mirano a mettere i diritti e gli interessi degli Agenti di Commercio e dei Consulenti Finanziari al centro dell'azione di una Enasarco più moderna, più efficiente e finalmente in grado di stare al passo con le sfide del nostro tempo”.



PIATTAFORMA DELLA START UP LPE GROUP

Marketing nello smartphone, il cliente chiama ed è pagato

Wait4Call è una piattaforma marketing innovativa attraverso la quale le aziende possono effettuare e gestire campagne pubblicitarie audio, trasmesse durante una qualsiasi telefonata da smartphone, mentre l'utente è in attesa della risposta del proprio interlocutore. È stata realizzata dalla start up Lpe Group, che ha sede a San Mauro Pascoli e di cui sono soci titolari il cesenate Luca Legni e il forlivese Gianmarco Boschi (nelle foto da sinistra).

“L'idea - dicono - è quella di rendere utile e ottimizzare il tempo che viene perso quando si è al telefono in attesa di risposta; l'utente ha la possibilità di ascoltare spot o promozioni in base alle proprie preferenze (selezionate in fase di

registrazione sull'App), mentre l'azienda può raggiungere direttamente gli utenti potenzialmente interessa-



ti alla sua campagna. Infine l'utente, oltre ad essere informato su eventi, prodotti o novità che gli interessano viene remunerato con 4 centesimi per ogni ascolto o la visualizzazione (all'interno dell'App) degli spot e raggiunto il montante di 15

euro ha la possibilità di scegliere se incassare direttamente il credito o darlo in beneficenza”.

“Dopo la pausa del covid - aggiungono Boschi e Legni - abbiamo ricominciato a diffondere l'app che sta registrando favore presso le aziende. Anche il settore di imprese rappresentato da Confcommercio può trarre ampi benefici da questa app perché si tratta di una piattaforma innovativa che consente alle aziende partner di effettuare campagne di marketing in modo semplice ed efficace raggiungendo migliaia di persone grazie alle sue funzionalità”. Wait4Call non prolunga il tempo di attesa della chiamata, ma si inserisce all'interno di essa.

Nuova collaborazione con Wait4call

Nasce una nuova partnership con Wait4call. Confcommercio è la prima associazione di categoria ad intraprendere una collaborazione con una start up innovativa del territorio ed incubata in Cesenalab. Specializzata nel digital advertising, Wait4call è l'unica piattaforma pubblicitaria in grado di targetizzare e geolocalizzare una campagna digital audio da smartphone, questa partnership nasce dalla volontà di offrire un servizio innovativo agli associati di Confcommercio, maggiore visibilità sul mercato e la possibilità di creare un legame più stretto con la propria clientela. Per informazioni potete contattarci al 349-6889723 o via mail all'indirizzo: segreteria@wait4call.com.

CORSO IN PRESENZA PROMOSSO DA ISCOM

Marketing turistico, si formano i nuovi tecnici



Corso Tecnico del Marketing Turistico

BE READY TO CREATE!

Il turismo è il nostro petrolio e servono professionisti della promozione che sappiano valorizzare comunicando le nostre bellezze e attrattive territoriali che fanno della Romagna con i suoi turismi integrati un unicum nel panorama nazionale e internazionale. Se ne sta occupando il corso in presenza per tecnico del marketing turistico rivolto a diplomati che intendono qualificarsi come tecnici del marketing, specializzandosi nell'area Web & Digital, ideando elaborando piani di comunicazione e marketing, lavorando per Web Agency e Agenzie pubblicitarie, aziende turistiche, hotel e tour operator, consorzi e parchi tematici. Ecco nella foto i partecipanti durante una lezione.

IL COMMENTO

Valicare l'emergenza e costruire il futuro

di AUGUSTO PATRIGNANI



Valicare l'emergenza e innovarsi per costruire il futuro. Prosegue con questo obiettivo l'impegno a 360 gradi di Confcommercio, Rigenera Impresa e Ufficio Credito per affiancare e supportare le imprese in questa fase di rilancio in coda all'epidemia del covid-19. Mai come in questa fase per le imprese è fondamentale simulare scenari alternativi economico finanziari e patrimoniali per valutare preventivamente la sostenibilità

finanziaria della azienda. In questo contesto eccezionale, in cui la necessità di strumenti agevolativi è impellente, Rigenera Impresa e Ufficio Credito porta avanti con impegno la propria mission al fianco della piccola e media impresa per un nuovo approccio culturale alla gestione di impresa. Hanno riscosso in tal senso successo i webinar organizzati con il massimo coinvolgimento della base associativa. Ascom Servizi dal canto suo è al lavoro per agevolare la richiesta a fondo perduto dei tanti imprenditori associati con l'auspicio che siano ridotte al minimo le complicazioni burocratiche e accelerati al massimo i tempi di erogazioni. Il supporto alle imprese è stato e continuerà ad essere massimo ed è stato attuato ogni sforzo organizzativo per rispondere ai tanti interrogativi e alla miriade di provvedimenti che si sono susseguiti dalla scoppio della pandemia. Si tratta di un sostegno tecnico ma anche morale ai tantissimi imprenditori che sono la spina dorsale del nostro tessuto economico. Per rendere ragione della mole del lavoro basta scorrere alcuni dati su quanto realizzato: sono state circa mille le richieste di indennità dei 600 euro durante la fase uno; si stimano per le nostre imprese a s s o c i a t e con contabilità circa 850 domande per la richiesta del fondo perduto inserito nel decreto rilancio. Confcommercio inoltre è attiva per tutta la partita dell'ecobonus, è inoltre in prima linea per le pratiche che riguardano i crediti di imposta a favore delle imprese assicurati dai vari decreti e assicura inoltre la piena assistenza per l'intercettazione dei bandi, fra cui Voucher Digitali 4.0 che intende finanziare, tramite l'utilizzo di contributi a fondo perduto, progetti presentati da singole imprese negli ambiti tecnologici di innovazione. La ripresa è complessa, ma si vince progettando, programmando e rilanciandosi. Confcommercio in questo passaggio decisivo è come sempre accanto alle imprese.

PARTNER DELLE IMPRESE PER COMPETERE SUL MERCATO

Fondo Forte, colosso della formazione continua

di GIORGIO PIASTRA e PIETRO BABINI

Le sfide sempre più complesse poste dalla globalizzazione, il continuo sviluppo tecnologico e la trasformazione digitale, pongono il tema della formazione professionale in cima alla lista delle priorità strategiche delle imprese per poter competere e rafforzare la capacità di rimanere e crescere nel mercato del lavoro. Con oltre 126mila aziende aderenti e oltre 1.200.000 lavoratori, For.Te. si colloca ai primi posti nel panorama nazionale tra i Fondi Interprofessionali per la formazione continua, di cui Iscom Formazione, ente formativo di Confcommercio, è partner. Si tratta della realtà più rappresentativa nel settore del terziario (commercio, turismo, servizi, logistica, spedizioni, trasporti) ma che vanta adesioni sempre crescenti di imprese che operano anche in altri settori economici. Que-

ste cifre dimostrano come l'adesione al fondo per la formazione continua rappresenti una notevole occasione di crescita e un'opportunità per diffondere buone pratiche formative



all'interno del tessuto produttivo italiano. È fondamentale che le aziende si mettano in gioco per sostenere percorsi formativi efficaci e dinamici, in linea con la modernizzazione del mercato del lavoro e l'incremento della produttività. La formazione continua

non è un optional, è un importante leva strategica che permette alle imprese e ai lavoratori di competere e stare sul mercato.

For.Te. intende contribuire attivamente allo sviluppo delle imprese ed al raggiungimento dell'obiettivo di occupabilità dei lavoratori, ponendosi quale partner delle aziende per far crescere i talenti. Con 78 milioni di euro destinati al finanziamento di piani formativi, suddivisi in sei avvisi pubblici rivolti alle aziende aderenti, anche nel 2019-2020 il Fondo For.Te. è al fianco delle imprese che vogliono investire sulla crescita. Oltre agli avvisi si sistema, che consentono alle aziende di realizzare piani formativi su misura per i propri dipendenti, sono stati predisposti degli avvisi speciali che riguardano il finanziamento di piani formativi dedicati all'innovazione tecnologica, al comparto socio-sanitario e al sostegno dei processi orientati allo sviluppo sostenibile.

SUCCESSO DEL WEBINAR DI RIGENERA IMPRESA

Gestione aziendale, simulare scenari alternativi

di ALBERTO PESCI



Dopo la ripartenza, in uno scenario ancora incerto a causa della situazione sanitaria non ancora rientrata nella normalità, le imprese debbono da una parte gestire il complesso presente, ma nel contempo porre le basi per costruire un futuro solido in un mercato sempre più difficile e selettivo. In questo contesto la corretta e virtuosa gestione aziendale

è una prassi che ogni piccola impresa deve adottare per progettare e programmare lo sviluppo aziendale. Rigenera Impresa, nel suo ruolo di laboratorio di consulenza gestionale, si prefigge di affiancare gli imprenditori in questa vigile opera di monitoraggio e progettazione di cui si è occupato anche il webinar promosso il 30 giugno dal titolo "Come simulare adeguatamente il fabbisogno finanziario dei prossimi mesi".

In questo contesto delicato per il nostro sistema economico è fondamentale simulare scenari alternativi economico-finanziari e patrimoniali per conoscere anticipatamente la futura sostenibilità finanziaria dell'azienda. Non

si può navigare a vista nel mare infido del mercato e la cultura della programmazione e della accorta gestione deve diventare prassi consolidata: questa la grande sfida prima di tutto culturale che anche le piccole imprese sono chiamate ad affrontare, affiancate da esperti e consulenti in grado di aiutarle a vincerle.

Al webinar sono intervenuti Roberto Spaccini, ceo di Teikos Solutions Group, e l'analista finanziario Andrea Casadei (nella foto) ed è stato esposto un caso pratico aziendale di simulazione del fabbisogno finanziario con l'obiettivo di evidenziare gli strumenti e le modalità utilizzabili per una corretta pianificazione valutando quindi il fabbisogno aziendale e la tipologia di finanziamento necessario a far fronte a questa complessa fase economica che induce ad un cambiamento strutturale del modo di gestire l'impresa. Siamo di fronte a un passaggio epocale che richiede una rivoluzione copernicana sulla quale Rigenera Impresa e tutto lo staff di tecnici e consulenti di Confcommercio è ogni giorno a fianco delle imprese con gli strumenti utili per essere protagonisti del cambiamento vincente.



FIPE CONFCOMMERCIO CONTRO IL PROGETTO DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA

Asporto negli agriturismi, legge iniqua

di VINCENZO LUCCHI*

La notizia dell'approvazione, da parte della Giunta della Regione Emilia-Romagna, di un progetto di legge che consente agli agriturismi dell'Emilia-Romagna la possibilità di vendere i pasti con modalità di asporto, anche con consegna a domicilio, rappresenta un vero e proprio colpo basso per tutto il settore della ristorazione regionale, in un momento particolarmente complicato e che vede parecchie imprese del settore a rischio di chiusura. Ciò avviene inoltre in un momento particolarmente complicato della ripartenza, con incassi molto assottigliati, costi gestionali e tributari molto penalizzanti e con parecchie imprese del settore a rischio di chiusura. Con questo atto di fatto si parificano le due attività che nascono con finalità completamente diver-

se e che vedono applicati regimi fiscali, urbanistici, igienico-sanitari, contrattualistici e oneri vari completamente diversi e si stravolge completamente la normativa sull'agriturismo che nelle originarie intenzioni definisce che per "attività agrituristiche si intendono esclusivamente le attività di ricezione ed ospitalità esercitate in aziende dagli imprenditori agricoli in rapporto di connessione con le attività agricole di coltivazione, allevamento e silvicoltura". Siamo dunque di fronte a un cambiamento di filosofia rilevante e inaccettabile che pone alle imprese della ristorazione un ulteriore elemento di concorrenza nel momento delicato della ripartenza. L'auspicio è che e si modifichi la norma, lasciando la situazione come quella odierna.



*Presidente Fipe Confcommercio ristoratori

NUOVE CONVENZIONI CONFCOMMERCIO

Energia verde e pulita a costi convenienti

Puregreen è l'azienda di vendita del Gruppo PLT energia che produce esclusivamente energia green da impianti di proprietà dislocati sul territorio nazionale.

Il Gruppo PLT energia gestisce tutta la catena del valore, dalla progettazione degli impianti alla produzione di energia e garantisce alla vendita energia 100% da fonti rinnovabili, non inquinante, a zero emissioni di anidride carbonica. L'Energia pu-

lita viene prodotta in una logica di sostenibilità con benefici per ambiente, sviluppo e persone: i tre pilastri su cui si fonda PLT puregreen. Confcommercio, nell'ambito dell'estensione dei suoi servizi, ha sottoscritto una nuova convenzione per le imprese associate per l'utilizzo di energia pulita per attività imprenditoriali e a uso domestico. Per info: Lisa Briigliadori tel. 0547 639843 e.mail: l.briigliadori@ascom-cesena.it


RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

“Sindaci, è ora di abbassare l'Imu per le attività commerciali”

“Occorrono misure che contribuiscano a dare ossigeno alle imprese, stremate dalla crisi e chiediamo o pertanto che le amministrazioni comunali di Cesena e del comprensorio che hanno fissato l'Imu al massimo delle aliquote deliberino una loro modifica, abbassando quelle previste per gli immobili in cui sono esercitate le attività commerciali”. Lo richiede Confcommercio cesenate. “La pressione della fiscalità sulle imprese, anche a livello locale, è fortissima - rimarca il presidente Augusto Patrignani -. Alle amministrazioni comunali e ai sindaci chiediamo di intervenire abbassando il peso dell'Imu sul commercio, in primo luogo, per una questione di equità, ma soprattutto, per dare alle imprese del settore un segnale forte di vicinanza, di sostegno in un momento molto difficile, di riconoscimento di un ruolo di servizio e animazione del territorio, che è insostituibile per garantire non solo qualità della vita e coesione sociale, ma le condizioni fondamentali per lo sviluppo”.

“Da parte degli amministratori che non sono orientati alla diminuzione dell'Imu che Confcommercio richiede da anni - prosegue il presidente Patrignani - si obietta generalmente che, dal momento che in larga parte gli operatori commerciali non sono proprietari degli immobili in cui esercitano l'attività, il beneficio ricadrebbe sui proprietari, ma in realtà la leva dell'abbassamento dell'imposta potrebbe avere effetti immediati sul calo dei canoni per i commercianti. Si potrebbero studiare anche soluzioni premianti per quei proprietari che certificano di avere ridotto il canone. Quel che è certo è che nel corso degli anni si è venuta a creare una situazione in virtù della quale l'Imu pare essere diventata un totem intangibile, mentre invece abbiamo esempi virtuosi di sua applicazione anche nel nostro territorio comprensorio con aliquote non fissate al massimo, da cui dovrebbero prendere esempio quei Comuni che invece hanno scelto di inasprire al massimo la leva fiscale. Sono, questi, tempi eccezionali per la salvaguardia della rete distributiva e si debbono adottare provvedimenti eccezionali per sostenerle impedendo quella che sarebbe una autentica rovina delle nostre città, lo spopolamento commerciale. L'applicazione dell'Imu è una precisa scelta politica da cui si può comprendere in che modo le attività commerciali sono tenute in considerazione o meno”.

COSTITUITO DA CONFCOMMERCIO E ORGANIZZAZIONI SINDACALI

Un comitato per la tutela della sicurezza nel lavoro

Prosegue la piena collaborazione tra le parti datoriali e le rappresentanze sindacali per il contrasto e il contenimento della diffusione virus Covid - 19 negli ambienti di lavoro delle aziende del settore Terziario. Confcommercio cesenate, Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil, nel comune intento di garantire la salute e sicurezza dei lavoratori e dei terzi, pubblico e fornitori, che dovessero interagire nei locali aziendali, hanno costituito un comitato territoriale composto dai componenti dell'Organismo Paritetico Territoriale per la salute con l'obiettivo di fornire indicazioni operative finalizzate a incrementare, negli ambienti di lavoro non sanitari, l'efficacia delle misure precauzionali di contenimento adottate per contrastare l'epidemia di Covid 19”. Il Comitato proporrà l'adozione di una serie di azioni che integreranno il documento di valutazione dei rischi per prevenire il rischio di infezione nei luoghi



di lavoro contribuendo, altresì, alla prevenzione della diffusione dell'epidemia. Indicherà inoltre percorsi di formazione in favore delle aziende e dei lavoratori coinvolti dalle procedure di contrasto al contagio e potrà avvalersi di esperti quali medico del lavoro, psicologo del lavoro, tecnico Rsp, esponenti Ats e Inail territoriali). Il Comitato ha sede presso l'Ente Bilaterale Territoriale Ebit di Cesena via Giordano Bruno.

“Si intensifica l'impegno comune avviato immediatamente ai primi di marzo - affermano Confcommercio cesenate,

Filcams Cgil, Fisascat Cisl e Uiltucs Uil - per creare le condizioni di massima sicurezza nei luoghi di lavoro, nel rispetto di tutte le disposizioni utili a contrastare la diffusione dell'epidemia. Il Comitato è un ambito importante non solo per tenere monitorata la situazione, ma per promuovere tutte le azioni necessarie per favorire lo svolgimento del lavoro nelle modalità più compatibili con la situazione che, pur sensibilmente migliorata sotto il profilo sanitario, è ancora caratterizzata dalla convivenza con il Covid. Si tratta di una iniziativa che conferma negli ambienti di lavoro del settore terziario l'asse comune fra Confcommercio e rappresentanze sindacali nella sfida quotidiana della piena tutela della sicurezza del lavoro, che si prefigge di promuovere e diffondere capillarmente la cultura della prevenzione”.

Nella foto il presidente Confcommercio Patrignani, il direttore Piastra e il vice direttore Pesci

Un 2020 con meno rifiuti, vanno abbassate le tariffe

Il tema dell'efficienza del servizio di gestione rifiuti, insieme alla relativa tassazione costituisce da tempo oggetto di particolare attenzione per il mondo delle imprese del cesenate e lo diventa ancora di più in un anno, in cui per l'emergenza Covid la produzione dei rifiuti è sensibilmente diminuita.

Lo mette in luce Confcommercio cesenate, che chiede conseguenzialmente una riduzione delle tariffe. “Confcommercio Cesena - rimarca il direttore Giorgio Piastra (nella foto) - da anni è impegnata in un'azione di tutela delle imprese e di richiesta agli enti decisori di definire tariffe puntuali che rispecchino e rispettino l'entità dei rifiuti effettivamente erogati e smaltiti. Tra i vari tributi, la tassa sulla gestione dei rifiuti è quella che ha registrato i maggiori aumenti negli ultimi anni. Gli aumenti si sono riflessi in livelli tariffari ingiustificati e a tratti disomogenei fra territori. Numerosi sono i casi ove la spesa per la gestione dei rifiuti, per la stessa tipologia di servizio, manifesta scostamenti enormi anche tra Comuni limitrofi nel comprensorio cesenate. La nostra richiesta è quella di giungere ad una tariffa puntuale corrispettiva al reale peso dei rifiuti prodotti e nel contempo quella di prevedere una consistente riduzione delle tariffe per il 2020, non solo relativa ai mesi del lockdown ma anche all'intero arco annuale dal momento che la situazione di crisi che si è venuta a creare ha determinato un calo netto nella produzione dei rifiuti, quindi per equità bisogna alleggerire la leva tributaria”.

“Un altro problema molto avvertito dalle imprese - aggiunge Piastra - è l'attribuzione di bollette non suffragate da veridicità rispetto ai dati delle metrature e degli altri coefficienti che determinano l'ammontare delle tariffe. Per cercare di porre un freno a disagi e incongruenze, Confcommercio ha da anni istituito lo sportello Tari, rendendosi disponibile con la propria struttura a realizzare su richiesta degli associati una prima verifica della superficie soggetta a tassazione, propedeutica ad una eventuale successiva operazione di

revisione di superficie tassabile. Notevole è il gradimento dei nostri associati per questo servizio che ha consentito a molti di sanare situazioni ingiustamente penalizzanti”. “A livello territoriale - aggiunge il direttore Confcommercio cesenate Giorgio Piastra - abbiamo recepito il nuovo Osservatorio sulle tasse

locali di Confcommercio. Si tratta di uno strumento permanente on line dedicato alla raccolta e all'analisi di dati e informazioni sull'intero territorio relative alla Tari pagata da cittadini e imprese del terziario. In particolare per le imprese del terziario, si fanno sempre più evidenti distorsioni e divari di costo tra medesime categorie economiche a parità di condizioni e nella stessa provincia e territorio. Dal quadro che emerge appare sempre più urgente una profonda revisione dell'intero sistema che rispetti il principio europeo 'chi inquina paga' e tenga conto delle specificità di determinate attività economiche delle imprese del terziario al fine di prevedere esenzioni o agevolazioni”.


CONFCOMMERCIO PROTAGONISTA DEL RILANCIO

Partono i lavori al lago di Quarto

Al lago di Quarto stanno per iniziare i lavori di riqualificazione che puntano a una maggiore valorizzazione turistica e ambientale. Il progetto a cui collabora Confcommercio prevede il ripristino della sentieristica e la creazione di nuovi sentieri all'interno del Cammino di San Vicinio, una passerella a bordo lago con percorso ad anello in sicurezza, un'aula didattica multifunzionale realizzata con le canne presenti nel lago per ospitare gruppi e scolaresche a cui illustrare la biodiversità che contraddistingue la zona umida, un capanno per praticare birdwatching. Programmata anche a creazione di un pontile per l'attracco delle canoe.

«Il progetto è stato possibile

grazie al finanziamento di 125mila euro ricevuto dal Gal l'Altra Romagna, a cui si aggiungono 30mila euro del Comune di Sarsina. I lavori saranno completati entro la fine dell'autunno. “La var-

lorizzazione della valle dei laghi e il rilancio in grande stile del lago di Quarto come attrazione turistica - dicono il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani

(nella foto) e il presidente Confcommercio di Sarsina Romano Rossi - è da anni un obiettivo di Confcommercio che in collaborazione al comitato Dilaghiamo, Pro Loco e Comune di Sarsina sta offrendo un pieno contributo per conseguire risultati in questo versante”.





UN ANNO DURO E COMPLESSO MA L'OFFERTA DELLA RIVIERA È SEMPRE ALTA

La stagione entra nel vivo grazie a commercianti e operatori turistici

di **GIANCARLO ANDRINI**
 La stagione turistica è nel cuore del suo svolgimento, pur nell'anno nero del covid. Confcommercio ringrazia gli imprenditori commerciali, i negozianti, quelli turistici, albergatori e operatori degli stabilimenti balneari per avere messo in piedi nella riviera cesenate un sistema dell'offerta eccellente nel rispetto del distanziamento e di tutte le regole previste dai protocolli per contrastare i contagi. I turisti e i villeggianti hanno trovato la stessa accoglienza, premura e ospitalità degli anni scorsi, anzi ancora di più, per tenere alto il nome e la reputazione di Cesenatico e di tutta la costa del nostro territorio. Una stagione iniziata in netto ritardo, complessa e difficile, in cui stanno venendo a mancare i turisti stranieri, ma la

risposta di quelli italiani è positiva e in crescita, dopo un giugno timido, già a luglio le presenze sono cresciute e si spera in un agosto migliore. Certo, non sono i numeri de-



gli altri anni, ma il dato positivo è che quasi tutti gli alberghi, alla fine, hanno aperto e l'accoglienza non tradisce la fiducia di chi ha scelto la riviera romagnola e cesenate. Gli eventi sono diradati, ma non mancano le occasioni di divertimento e il calendario

prevede comunque una serie di attrazioni, fra cui la riproposta della Notte Rosa, dal 3 al 9 agosto che, nell'anno del covid, assumerà necessariamente una connotazione diversa, per evitare resse e indebiti assembramenti, e facendo di necessità virtù può caratterizzarsi come una festa più familiare e sobria, ma non per questo meno coinvolgente. L'auspicio è che la stagione si allunghi più che si può e alla fine si faranno i conti. Sarà un anno duro e con bilanci diversi da quelli degli anni passati, ma tutta la filiera ha già vinto la sua partita non fermandosi e riproponendo la sua offerta con uno straordinario impegno e con risultati diversi da quelli degli altri anni, ma anche da quelli totalmente pessimistici che si paventavano tra marzo e aprile.

LO CHEF E ALBERGATORE PAOLO TEVERINI

"Prenotazioni per soggiorni più lunghi"

Paolo Teverini (nella foto), chef di fama internazionale e precursore già negli anni Novanta della cucina naturale, titolare dell'hotel Tosco Romagnolo dalla ristorazione d'autore. Dal suo osservatorio, come si sta evolvendo una delle stagioni turistiche più difficili del Dopoguerra? "Che sia un anno complicato, per le ragioni che sappiamo, è evidente. Non dobbiamo fare paragoni con il passato - replica Teverini -, dopo la ripartenza lenta di maggio e giugno ora il lavoro si muove, ad agosto prevediamo un incremento e la mia speranza è che a settembre e ottobre si possa avere un graduale ritorno alla normalità per quel che attiene la questione sanitaria. Quanto alla mia attività, devo dire che siamo sotto



i numeri dell'anno scorso ma notiamo una clientela predisposta a una ristorazione di qualità e che non rinuncia stappare bottiglie importanti, forse è anche un modo per gratificarsi e uscire dall'incubo dei mesi scorsi. Le nostre proposte di cucina gourmet non hanno perso la loro attrattività. Quanto alle prenotazioni per agosto registriamo una tendenza interessante ad allungare i tempi di permanenza. Bagno di Romagna, San Piero in Bagno, l'Alta Valle del Savio con il verde, le bellezze naturali e ambientali, la salubrità e l'escursionismo sono un luogo ideale per vivere la vacanza anche nel rispetto del distanziamento e delle regole imposte dall'emergenza, sia pure attenuata, del covid".

IL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO REMO CASINI

Verghereto, si alza l'afflusso di turisti nel week-end



"Tutto quello che viene è guadagnato, viste quelle che erano le premesse". E' un realistico ottimismo, quello che non deve mai mancare agli imprenditori, quello di

Remo Casini, (nella foto) presidente di Confcommercio Verghereto che traccia così il consuntivo a metà estate. "Buoni afflussi grazie alle nostre spettacolari bellezze naturali ma limitatamente ai week-end - afferma - ma non mancano escursionisti e cicloturisti che si fermano negli altri giorni feriali. Le strutture recettive avranno au-



menti di utenza in agosto. Non è un anno naturalmente da alzare i calici per brindare, sapevamo in partenza che bisognava contenere i danni ma è veramente il caso di complimentarsi con commercianti e operatori turistici per come si sono messi in gioco per far partire una stagione anomala e tenere alto il nome di Verghereto, sempre attenti a prevenire i contagi. C'è una fetta di turisti che, per via del covid, ricerca luoghi a contatto con la natura in cui sia più naturale rispettare il distanziamento e l'Alta Valle del Savio può trarre grande giovamento intercettando questa clientela. Speriamo in un'estate che si allunghi a tutto settembre.



Mercato ambulante sul lungo fiume, la piazza Mazzini abbellita con le sedute di tanti tavolini nel suolo pubblico concesso dal Comune ai bar, i reputati ristoranti mercatesi meta di clienti che salgono dalla pianura e scendono dall'Alta Valle. Per Mercato Saraceno, l'estate del covid non è quel disastro che si temeva potesse essere a cavallo tra marzo e aprile, nel tunnel del lockdown

"Siamo ripartiti - afferma il presidente Confcommercio di Mercato Saraceno Bruno Bracciaroli (nella foto) - e anche le attività commerciali e dei pubblici esercizi stanno profondendo un grande sforzo per assicurare i servizi e attirare anche visitatori da fuori Comune. Dobbiamo ringraziare l'ammi-



BARISTI E RISTORATORI DELLA RIVIERA

"Anno duro, ma va meglio del previsto"

Un po' meglio di quello che si temeva, quando addirittura c'è stato un momento in cui la ripartenza sembrava una miraggio. Invece la stagione turistica è partita e i pubblici esercizi si stanno confermando un punto di forza e attrattività, nelle regole del distanziamento, della nostra riviera. "Per come si erano messe le cose qualche mese fa siamo soddisfatti dell'inizio di stagione e soprattutto per il fatto che i clienti sono ritornati - afferma Diego Lombardi del ristorante 'La Cava' a Cesenatico -. Siamo riusciti ad organizzarci in maniera efficace nel rispetto del protocollo e siamo stati premiati da un buon afflusso, certamente non pari a quello degli anni passati, ma non credevo di raggiungere questi discreti livelli viste le brutte premesse. Speriamo che le cose migliorino ulteriormente ad agosto". Salvatore Nestola gestisce da trent'anni Ciao Caffè in viale delle Nazioni tra Villamarina e Gatteo. "L'afflusso maggiore si registra nel week-end - afferma - la nostra è un'attività stagionale che apre ad aprile e si chiude a fine settembre. I primi due mesi sono andati persi,



il terzo è proceduto a scartamento ridotto e a luglio c'è stato un miglioramento. La nostra zona ha sempre potuto contare su un buon bacino di turisti stranieri e paghiamo lo scotto della loro assenza, speriamo di poter limitare i danni che sarebbe già un successo, ma è importante per l'immagine comunque che si sia aperta la Riviera ai turisti assicurando i nostri servizi di qualità e l'accoglienza, anche se alla fine temo che sarà molto dura quest'anno far quadrare i conti". "Noi siamo molto soddisfatti - mettono in luce Giacomo Domeniconi e Alessia Battistini (nella foto), titolari della locanda Remare sull'asta di Ponente del portocanale di Cesenatico -: dopo aver inaugurato la nuova gestione l'anno scorso, il locale è decollato quest'anno, con ottimi afflussi nel weekend e positivo movimento anche gli altri giorni. Piace la nostra proposta di ristorazione in uno dei luoghi più belli della riviera, in cui riusciamo ad assicurare un servizio di qualità in totale sicurezza".

IL PRESIDENTE DI CONFCOMMERCIO DI BAGNO DI ROMAGNA GIUSEPPE CROCIANI

"Gioco di squadra per dare il piacere della vacanza"

"Piano piano, ma sempre in lieve crescita la stagione termale e turistica a Bagno di Romagna è entrata nel vivo e, rispetto alle più fosche previsioni, si registra una situazione che nei mesi bui del lockdown, non ci saremmo aspettati". Lo mette in luce il presidente di Confcommercio di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani (nella foto). "La Valle del Savio ha tutte le caratteristiche per favorire soggiorni e vacanze compatibili con il tempo del covid - mette in luce Crociani - e nei fine settimana si registrano buoni flussi di turisti, visitatori, amanti del turismo ambientale e sportivo. Naturalmente per quel che attiene strutture termali, alberghi, pubblici



esercizi, negozi e tutto l'indotto bisogna attendere la fine della stagione per stilare un bilancio che presumibilmente non uscirà ad essere in linea con quelli passati, ma è importante che il sistema abbia retto e si sia presentato ai nastri di partenza pronto ad accogliere i turisti e l'auspicio è che le cose migliorino un po' alla volta, in agosto e anche, si spera, in settembre. Quello che si può certamente dire è che stiamo giocando di squadra per assicurare il piacere della vacanza in uno dei luoghi più belli della Romagna, anche grazie ad una serie di iniziative ed eventi che, pur con il distanziamento, accrescono l'appeal della vallata".

IL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO BRACCIAROLI

Piazza Mazzini a Mercato Saraceno, trionfo di tavolini all'aperto

nistrazione che con la concessione del suolo pubblico sostiene la categoria dei pubblici esercenti e offre l'occasione per i clienti di poter godere delle bellezze del centro nelle sedute all'aperto. Il mercato ambulante vicino al fiume sta funzionando e i riscontri dei ristoranti sono ottimi. Quanto ai consumi gradualmente sono ripresi, certo siamo in un periodo difficile, non paragonabile al passato, ma vogliamo uscirne tutti insieme. Importante è anche lo sforzo di assicurare occasioni di divertimento e ritrovo. La Notte Saracena si allunga e abbraccerà frazioni di Mercato Saraceno, per questo la tradizionale festa cambia nome e diventa "Piccole Notti Saracene e Palcoscenici d'estate". Nella foto i tavolini dei bar in piazza Mazzini

CONFCOMMERCIO PROMOTTRICE, TUTTI I GIOVEDÌ SERA

Trionfa il mercatino delle imprenditrici in piazza Costa

Tra le novità dell'estate di Cesenatico, spicca il mercatino delle imprenditrici locali Madamarosè, il mercatino "in rosa del territorio", ha già riscosso nella prima parte della stagione un ottimo gradimento da parte del pubblico e dei visitatori, con un notevole afflusso e qualità dei prodotti offerti.

Giovedì 16 luglio è stato inaugurato alla presenza del sindaco di Cesenatico Matteo Gozzoli. Ad organizzarlo Thomas Palazzi di Mixer, mentre le associazioni promotrici sono Confcommercio e Cna in collaborazione con Carducci Live, presieduta da Monica Rossi. Si tratta di un mercatino tematico di articoli selezionati di oggetti-



stica, artigianato e prodotti tipici del territorio.

"Dobbiamo complimentarci con le 15 imprenditrici che tutti i giovedì sera, di fron-

te alla ruota panoramica della piazza che si colora di rosa per l'occasione - mette in luce il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini - offrono un'opportunità di svago, divertimento, relax e di shopping in uno scenario ideale come quello della bellissima piazza Costa, incrementando così le attrattive di Cesenatico. L'offerta è ampia e variegata con uno spazio importante di visibilità per prodotti tipici e di qualità del nostro territorio".

Il mercatino si svolge tutti i giovedì dalle 19 in piazza Costa, fino a metà settembre.

Nella foto i promotori dell'iniziativa

INDAGINE DI FEDERALBERGHI, CALO DI PRESENZE DELL'80% RISPETTO AL 2019

Alberghi, giugno ad andamento lento



di ROBERTO FANTINI

A giugno 2020 si registra un calo di presenze negli hotel italiani dell'80,6% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. I dati allarmanti arrivano da Federalberghi. La burrasca del Covid-19 è ancora in corso e continua a flagellare il sistema dell'ospitalità italiana". I flussi dall'estero sono ancora paralizzati (-93,2%) e anche il mercato italiano è ben oltre la soglia di allarme (meno 67,2%). Per gli stranieri, l'apertura delle frontiere interne all'area Schengen, a metà giugno, ha fatto sentire i suoi effetti solo in minima parte, mentre permane il blocco di mercati strategici come Usa, Russia, Cina, Australia e Brasile. Per gli italiani poi, il ritorno alla normalità procede a



rilento. Molti hanno dovuto consumare le ferie durante il periodo di lockdown, tanti hanno visto il proprio reddito ridotto a causa della cassa integrazione, della contrazione dei consumi e per il blocco delle attività, tanti altri rinunciano a partire per recuperare parte del tempo perduto e lavorare, qualcuno ha ancora paura di spostarsi. Incidono anche la riduzione della capacità dei mezzi di trasporto e la cancellazione di numerosi eventi di richiamo per i turisti. Il settore è in grave sofferenza: solo a giugno, secondo Federalberghi sono andati persi 110mila posti di lavoro stagionali e temporanei di varia natura (-58,4%). E per i mesi estivi sono a rischio 140mila posti di lavoro temporanei.

I PRESIDENTI DEI NOSTRI ALBERGATORI DI CESENATICO E GATTEO MARE

Hotel quasi tutti aperti, ma occupati a metà

Nella riviera romagnola le cose vanno meglio che in altre parti d'Italia e nelle città d'arte, ma si tratta di una stagione che procede inevitabilmente a scartamento ridotto, pur con miglioramenti in luglio rispetto a giugno e ancor più ad agosto dove, covid permettendo, si attende un incremento degli arrivi. "A Gatteo Mare - informa il presidente dell'associazione Albergatori locale affiliata a Confcommercio Marco Morigi (nella foto sopra) - gli alberghi sono quasi tutti aperti con una occupazione che si attesta sul 50-60% della capienza. Per agosto ci sono tante richieste di prenotazione da parte di italiani ma nell'ordine di soggiorni di quattro, cinque giorni cercando di utilizzare il bonus vacanze che si è rivelato inefficiente per la nostra categoria, visto che non porta liquidità. I prezzi sono ancorati a quelli del 2019 e dall'estero continuano purtroppo ad arrivare cancellazioni, per colpa di una assoluta mancanza di promozione e di comunicazione chiara che la vacanza nella riviera romagnola avviene in piena sicurezza. Il Ministero preposto



avrebbe potuto e dovuto lavorare meglio e con più efficacia, sulla scia delle campagne nazionali, come ad esempio quella con Cevoli testimonial avviata dalla Regione".

"Giugno è andato molto male - se-
gnala Mauro Brighi (nella foto sotto),

presidente del sindacato Albergatori di Cesenatico aderente a Confcommercio - con un calo nettissimo da anno scorso, dopo aver perduto i ponti primaverili e di maggio con il flusso tradizionale dei clienti tedeschi. Gli alberghi più grossi hanno aperto a luglio e alcuni, a Villamari-
na, sono ancora chiusi. Le previsioni non sono rosee: dopo il 26 luglio sino a metà agosto il quadro è fosco, ci sarà la ripresa nella seconda metà del mese e, si spera, di allungare la stagione fino a metà settembre.

Tutta la filiera soffre, la politica è latitante, il turismo non è sostenuto come dovrebbe e la viceministra Castelli per quel che ha detto sui ristoratori che dovrebbero cambiare mestiere andrebbe cacciata, senza mezzi termini. È ora di finirla di essere governati da politici non all'altezza".

INIZIATIVA DI COMUNE DI CESENATICO E CONSULTA DEL TURISMO

'Angeli D'Amare', vacanza gratis per medici e infermieri



Confcommercio ha fornito il suo pieno appoggio a "Angeli D'Amare" l'iniziativa del Comune di Cesenatico rivolta a medici e infermieri che hanno combattuto contro il Covid-19 e che, questa estate, andranno al mare gratis. Un soggiorno gratuito per l'estate 2020, nel periodo di alta stagione, di una settimana in uno dei bed & breakfast che aderiscono all'iniziativa. Le prenotazioni possono arrivare da tutto il territorio nazionale e saranno accettate previa verifica della disponibilità.

Al Comune spetta il coordinamento dell'iniziativa e il pagamento della tassa di soggiorno, e anche le categorie commerciali come negozi, ristoranti e stabilimenti balneari aderiscono al progetto offrendo sconti e gratuità.

Confcommercio è impegnata nella Consulta per il Turismo, che ha affiancato il Comune nell'organizzazione di questa iniziativa. La prima ad arrivare è stata Roberta Bosoni (nella foto accolta dall'albergatore) che lavora come infermiera nel

reparto di Rianimazione dell'ospedale di Mantova e vive a Suzzara. "Sono stati mesi difficili in cui siamo stati messi a dura prova - ha affermato -. Conosco e apprezzo Cesenatico da tanto tempo e appena sono venuta a conoscenza dell'iniziativa, ho voluto usufruire di questa preziosa opportunità. È una splendida iniziativa e sono contenta di essere qui all'hotel Lalla di Ponente, una delle tante strutture che si è resa disponibile".



CONFCOMMERCIO PROMUOVE L'ESTATE SAVIGNANESE

Negozi aperti in centro, eventi e isola pedonale

I commercianti del centro storico di Savignano tornano protagonisti della Dolce estate, il cartellone di iniziative nel cuore della città che si terrà fino al 20 settembre con il ripristino dell'isola pedonale tutte le sere dalle 19.30 alle 24, sabato e domenica inclusi. Erano 13 anni che l'isola non veniva istituita.

“Si tratta di un intervento temporaneo e utile - mette in luce il presidente Confcommercio Roberto Renzi (nella foto) - per mettere in sicurezza gli eventi. Purtroppo, a causa del perdurare della emergenza sanitaria, salteranno alcuni appuntamenti tradizionali dell'estate savignanese come Piadiniamo, Wine Festival, Loveria e la Note Romana, ma sappia-

mo che questo è un anno particolare, di transizione, e l'importante è contenere i danni e assicurare, come avverrà a Savignano, una serie di spettacoli aperti a tutti, dai film nello schermo gigante in piazza Borghesi agli eventi nell'alveo del Rubicone, e alla ginnastica nei parchi. I commercianti promuovono la rassegna Savignano Colori, ogni mercoledì sera, per tutta l'estate, e terranno aperti i negozi che, con le attrazioni musicali nelle piazzette e i giochi per i bambini costituiranno una grande occasione di ritrovo, anche per visitatori provenienti da fuori”.



LA NUOVA ORGANIZZAZIONE IN SICUREZZA PIACE AI CLIENTI

Mercati ambulanti del Rubicone, felice ripartenza



La ripartenza dei mercati ambulanti nei comuni del Rubicone è incoraggiante. Emerge da un monitoraggio effettuato da Confcommercio che mette a fuoco l'andamento degli spazi commerciali a cielo aperto in tutti i comuni del Rubicone. “I visitatori e i clienti sono tornati con piacere ai mercati - dicono i presidenti Confcommercio del Rubicone - ne hanno apprezzato l'organizzazione in sicurezza, la maggiore ariosità con disponibilità di spazi più ampi e distanziati, che favoriscono lo shopping in relax e con pieno agio. Vinte le remore psicologiche legate inizialmente

al timore degli assembramenti, l'afflusso risulta buono e soprattutto il gradimento dei visitatori è alto, con i prodotti alimentari che tirano, ma si registrano buone performances anche per quelli di abbigliamento. Va elogiato lo sforzo dei commercianti su area pubbliche e dei Comuni per l'approntamento dei mercati con la nuova organizzazione che sta valorizzando l'offerta”. Nella foto i presidenti Confcommercio di San Mauro Pascoli Bernabini, di Gatteo Magnani, di Sogliano Carghini e di Borghi Mandato

IL PRESIDENTE DI CONFCOMMERCIO DI BAGNO DI ROMAGNA

“Area piscina ed ex vivaio, serve un progetto di alto profilo”

Per Confcommercio l'area Bagno di Romagna Nord con il centro sportivo comunale e l'ex vivaio è un'occasione importante per lo sviluppo e la qualificazione del nostro territorio ed è bene che l'amministrazione comunale abbia aperto un confronto a trecentosessanta gradi sul suo futuro utilizzo.

Lo rimarca il presidente di Confcommercio di Bagno di Romagna Maurizio Crociani (nella foto). “Si tratta di una zona strategica - afferma Crociani - vicino allo svincolo e



quindi facilmente accessibile e fruibile. Il dibattito in corso sul suo rilancio è significativo e l'auspicio è che la progettualità possa dispiegare tutte le sue possibilità con un intervento di alto profilo. La nostra proposta è di affidare un incarico professionale ad esperti del settore investendo in una

borsa di studio europea e nel contempo ricercare idee e investitori con progetti ambiziosi che possano realizzare un progetto che crei attrattività e opportunità di lavoro, per il mantenimento della popolazione in loco e per il rilancio della Alta Valsavio.

Questo periodo di crisi scaturito dal coronavirus deve trasformarsi in un'occasione per ripensare in grande il nostro territorio valorizzando appieno tutte le sue potenzialità. In questo senso l'area della piscina e del vivaio rappresentano probabilmente l'ultima vera grande zona di sviluppo del territorio. Di strutture sportive e di zone relax il nostro territorio abbonda, quindi serve qualcosa di più, un progetto in grande stile che possa diventare un pezzo forte del territorio”.

DOPO L'ESTATE INTERVENTI SULLE PIAZZE BORGHESI E GIOVANNI XXIII

I gioielli di Savignano sotto i ferri

Piazza Borghesi (nella foto) è il perno attorno al quale pulsa il centro storico di Savignano e Confcommercio considera un passaggio importante il progetto di riqualificazione del cuore urbano imperniato sul restyling delle piazze Borghesi e Giovanni XXIII, dietro il palazzo municipale, che comporterà una spesa di 860mila euro. Nel 2016 il Comune di Savignano ha avviato il Masterplan che ha visto finora gli interventi sulle vie don Minzoni, Faberi, Ponte Levatorio e del tratto più centrale del Parco urbano. Ora è la volta della piazza istituzionale cittadina e di quella retrostante che diventerà il parco urbano del centro. I lavori partiranno dopo l'estate e si terranno a strakki per evitare lo spo-

stamento del mercato ambulante del martedì, tra i più frequentati in Romagna. L'intervento progettato dai tecnici del collettivo Laprimastanza di Montiano, consisteranno nel ripristino della pavimen-



tazione di piazza Borghesi con cubetti in porfido già esistenti e con lastre a correre, sempre utilizzando i materiali presenti e nella installazione di un nuovo sistema illuminante per aumentare la visi-

bilità nelle ore notturne. L'arredo prevederà una seduta-panchina con nello schienale un'incisione che richiamerà storia e origini della città, la piantumazione di due file di tre frassini e di aiuole basse sempreverdi. In piazza Giovanni XXIII verrà inserito un tappeto verde, saranno posizionate panchine e sedute e l'arena verrà pavimentata con cubetti di porfido. “L'abbellimento e il recupero delle due piazze può costituire un'occasione di rilancio del centro storico - mette in luce il presidente di Confcommercio Roberto Renzi - , ma è fondamentale che sia accompagnato da un piano della mobilità e della circolazione che favorisca l'accesso e la fruibilità del centro urbano e delle sue attività commerciali”.

EROGATI DAL COMUNE DI GAMBETTOLA

Centomila euro per i negozianti in difficoltà

Il Fondo Sostegni per i negozi erogato dal Comune di Gambettola tocca quota 103mila euro e verrà destinato a quelle imprese che hanno subito maggiormente i danni del periodo di lockdown, in particolare del piccolo commercio di vicinato, spina dorsale del Paese. L'intervento è stato presentato in consiglio comunale che si è espresso favorevolmente all'unanimità sulla delibera che autorizza l'occupazione di suolo pubblico per le attività commerciali consenten-



do l'ampliamento dello spazio esterno. “Gli interventi finora messi in campo - commenta il presidente di Confcommercio di Gambettola

Francesco Tomasini (nella foto) - sono soddisfacenti e hanno fatto fronte all'emergenza scaturita dal covid. Bisogna però fin da ora aprire un grande confronto cittadino su come rilanciare il commercio nella fase del post-covid, quando sarà necessaria una forte azione propulsiva”.

RASSEGNA A CALBANO DAL 1° AL 18° AGOSTO

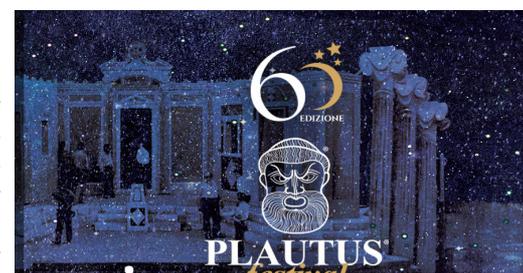
Torna il classico Festival plautino, gioiello dell'estate di Sarsina



quello classico. Verranno rappresentate commedie e opere drammaturgiche di Plauto, Eschilo, Aristofane, Molière e Goldoni nella suggestiva arena plautina, con attori del calibro di Massimo Venturiello, Vito, Marisa Laurito, Mario Scaletta, Massimo Boncompagni, Edoardo Siravo e Amanda Sandrelli.

Il Festival plautino di Sarsina torna in campo dal 1° al 18 agosto, con sei spettacoli che consentiranno al pubblico di immergersi nel fascino del teatro e, in particolare, di

“La rassegna plautina - rimarca il presidente Confcommercio di Sarsina Romano Rossi (nella foto) - è un appuntamento identitario dell'estate sarsinate, un pezzo forte della attrattività del nostro Comune, che calamita visitatori da tutto il territorio circostante per la unicità di questa proposta e Confcommercio plaude alla promozione della rassegna, sia pure ridotta rispetto al passato, che



fornisce un'opportunità per scoprire il nostro territorio, le sue piacevoli gastronomiche garantite dall'ampia e qualificata offerta di ristoranti e più in generale dalla rete distributiva territoriale”.