CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
COMPRENSORIO CESENATE

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
COMPRENSORIO CESENATE

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserto di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

CONFCOMMERCIO PORTA A CESENA LA MOBILITÀ EUROPEA

IL COMMENTO

Esperti internazionali spiegano come spostarsi nella città accessibile

di AUGUSTO PATRIGNANI

Confcommercio cesenate, non spetta a noi dirlo ma stavolta peccherò di immodestia, vanta una considerevole tradizione come stimolatrice del dibattito pubblico anche attraverso la promozione di convegni cittadini che hanno coagulato grande interesse e promosso il confronto su problematiche riguardanti lo sviluppo e il miglioramento della città, in un'ottica mai solo corporativa, ma orientata all'interesse generale dei cittadini.

Sono dunque felice che si rinverdisca la tradizione con un convegno molto importante e di levatura internazionale che Cat Ascom Servizi e Confcommercio cesenate organizzano per l'11 novembre alle 15.30 a palazzo Ghini in corso Sozzi in cui verranno presentate proposte concrete e innovative desunte da esperienze in atto a livello nazionale e internazionale sul versante della micromobilità a servizio del centro, degli utenti e delle attività commerciali al dettaglio che ne costituiscono un pilastro. Di "Micromobilità sostenibile e sistemi di trasporto pubblico futuri nei centri storici" tratterà Joerg Schweizer, docente della Facoltà di Ingegneria-Dicam Università di Bologna, mentre "Le cargo-bikes nei centri storici" sarà l'argomento affrontato da Karl Reiter, esperto Ue di mobilità sostenibile. Ulteriori informazioni sul nutrito parterre di relatori le troverete all'interno, nella pagina dedicata al tema dell rigenerazione del centro storico di Cesena di cui quest'evento, al quale prenderà parte anche ll sindaco di Cesena Enzo Lattuca suggellandolo con la sua presenza, è parte integrante.
Gli esperti internazionali che ho appena citato sono due tra i più apprezzati studiosi di sistemi della mobilità a livello europeo e Confcommercio è riuscita a portarli a Cesena, un'operazione niente affatto semplice.

Per noi il dibattito pubblico è il sala della convivenza democratica e siamo orgogliosi di rilanciarlo in città; dopo il lungo oscuramento e il silenzio spettrale della pandemia, ecco che Cesena torna viva, vivace, pronta a discutere nella dialettica che sta alla base di ogni convivenza democratica. Dove vogliono ad andare a parare il Cat Ascom Servizi e la Confcommercio? Nell'ambito di un progetto in corso per realizzare interventi di rigenerazione urbana su brani di città, come si dice nel gergo urbanistico, in stato di degrado e di non adeguata fruizione, offriamo un'occasione di ascolto sulle migliori pratiche europee in termini di micromobilità sostenibile negli spazi dell'area antica e più in generale della città. Sulla mobilità si gioca molto del futuro di Cesena e l'amministrazione comunale sta procedendo con il Piano della moblità sostenibile. Noi vogliamo offrire spunti, piste, percorsi su cui poter attuare innovazione al servizio di un centro e di una città massimamente fruibile, con sistemi di plurimobilità, senza che nessuno di essi venga etichettato come inadeguato.

Bentornati dunque cari convegni e il caso vuole che ad ospitare il nuovo evento sia palazzo Ghini dove sei anni fa si tenne un altro importante evento sul progetto di piazza della Libertà.
A Cesenatico, invece, il 18 novembre al palazzo del Turismo, Confcommercio promuoverà insieme alla consorella di Cervia un convegno di alto livello sugli strumenti finanziari per sostenere le imprese ricettive e turistiche. Anche la ripartenza della convegnistica è dunque in pieno atto: discutere e partecipare alle scelte e pungolarle nella direzione più giusta è un impegno che come Confcommercio da sempre ci siamo assunti come corpo intermedio a servizio non solo delle imprese, ma della città.

INROMAGNA DMC HA INAUGURATO IL NUOVO PORTALE

Si promuove la Romagna città turistica metropolitana

In Romagna Dmc, Destination Management Company di Forlì, Cesena e Ravenna costituita da tutte le Confcommercio e le Confesercenti di questi territori per la prima volta insieme in questo grande progetto turistico, ha dato avvio alle attività.
Per l'inaugurazione è stato scelto il palcoscenico della fiera turistica Ttg che si è svolta a Rimini del 13 al 15 ottobre, in cui DMC si è presentata al mondo del turismo italiano ed estero in uno stand condiviso con il primo partner strategico del progetto, FA Forlì Airport, società di gestione dello scalo forlivese in cui DMC ha la sua sede operativa.
E in questa occasione è stato anche presentato il nuovo sito di promo-commercializzazione turistica dei territori ravennati forlivesi e cesenati, il cui dominio è www.inromagna.travel
"È dalla promozione in Italia e all'estero sulle rotte aperte dallo scalo di Forlì e dalla promo-commercializzazione on-line, infatti - afferma il direttore Roberto Zoffoli (nella foto) - , che parte la prima sfida di DMC: presentare e vendere il territorio come una destinazione turistica unica all'interno del più ampio quadro promozionale di Destinazione Romagna. I territori di Forlì, Cesena e Ravenna con le loro eccellenze turistiche, infatti, sono tutti concentrati nel raggio di 40 km dall'aeroporto di Forlì e grazie ai collegamenti ed alle brevi distanze possono essere tutti fruiti anche in pochi giorni di vacanza. L'omogeneità dell'offerta e la romagnolità che li contraddistingue, inoltre, consentono e impongono di presentarli in Italia e all'estero come una grande città turistica metropolitana in cui i visitatori possono cambiare tipo di vacanza con grande facilità anche nella stessa giornata: dal mare, alle foreste, ai luoghi culturali, a quelli del divertimento, alle terme , accompagnati ovunque dall'offerta enogastronomica di assoluto rilievo.
"Il sistema di vendita on-line di DMC InRomagna - prosegue il direttore Zoffoli - è stato pensato in chiave innovativa rispetto a quanto visto fino ad oggi in altre realtà che si occupano di incoming. Da un lato, infatti si propone al turista una nuova chiave di lettura turistica dei territori forlivesi, cesenati e ravennati e della loro promo-commercializzazione presentandoli al pubblico italiano ed estero come un'unica meta turistica nel più ampio quadro della Romagna. Dall'altro lato, per il settore b2c dei piccoli gruppi e dell'individuale, viene offerta al turista la possibilità di acquistare direttamente dal sito un ampia gamma di servizi e proposte, senza attese di conferma, in pochi click ed in un

unico portale: biglietti di aerei, treni ed eventi, noleggi auto e bici, esperienze in un giorno, in più giorni o in tour, assicurazioni turistiche, tutto in pochi click ed in un unico portale.La rete commerciale di InRomagna, invece, si occuperà della vendita aigruppi organizzati e le azioni di marketing che verranno messein campo in Italia ed all'estero coinvolgendo le compagnie aeree che volano su Forlì e le principali istituzioni regionali e del territorio attiveranno le vendite".
"Oltre allo sviluppo dell'incoming nei nostri territori - concludono il presidente e la vicepresidente di InRomagna Dmc Augusto Patrignani (nella foto) e Monica Ciarapica - la mission che le Confesercenti e le Confcommercio di questi territori hanno assegnato a DMC è di incentivare la sinergia degli operatori turistici locali più qualificati e di attivarsi quindi non solo come tour operator innovativo, ma come rete propulsiva. InRomagna, infatti, collabora con alcuni tra i professionisti più qualificati di tutto il territorio per offrire proposte turistiche di qualità a gruppi ed utenti individuali".

CORPI INTERMEDI ALLA SFIDA DELLA MODERNITÀ

Rappresentanza d'impresa, il ruolo delle periferie

Quale sfida per la rappresentanza d'impresa speriamo ormai non lontani dall'uscita del tunnel della pandemia? Il quesito è centrale nella fase di uscita ci auguriamo progressiva e rapida dalla pandemia e si deve costruire un modello di corpo intermedio sempre più adeguato per far fronte all'urgenza dei tempi. A porre il quesito è il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Pa-trignani.
"L'esperienza emergenziale del Covid - afferma Patrignani - ha richiesto e tuttora richiede un accompagnamento straordinario della nostra associazione e in generale dei corpi intermedi a fianco delle imprese che stiamo assolvendo con una dedizione e una professionalità straordinari, sul campo, in trincea da un anno e sette mesi a questa parte, e ora che abbiamo imboccato la strada della ripartenza duratura dobbiamo rivolgere anche a noi stessi rappresentanza d'impresa il monito all'innovazione e alla ricerca dell'eccellenza come percorso senza sosta che richiediamo ai partner istituzionali e alle imprese stesse".
"Dobbiamo ripartire da una ridefinizione del nostro ruolo rispondendo con i fatti e dimostrando che i corpi intermedi che qualcuno sperava di affossare, sono insostituibili nella misura in cui, risultano efficaci, propositivi e sostenibili. Una rappresentanza d'impresa efficace – aggiunge Patrignani - deve essere trasparente, non autoreferenziale, pragmatica, come le imprese che rappresentiamo: deve premiare il merito e le competenze sul territorio, correggere le situazioni non virtuose, avere il coraggio di tagliare i rami secchi e improduttivi e tutto ciò che confligge con la mission di una grande organizzazione d'impresa. Si deve inoltre rispondere alle esigenze delle imprese valorizzando le periferie dove ogni giorno si gioca la partita dello sviluppo, accompagnando le imprese nel mercato".
"La valorizzazione delle eccellenze all'interno del sistema associativo di cui Confcommercio è ricca - prosegue Patrignani - è una componente fondamentale per il potenziamento di una rappresentanza d'impresa 4.0 adeguata ai tempi, che agisca come un corpo vivo in tutte le sue espressioni a fianco dell'impresa, la cui centralità continua ad essere la nostra bussola. Le sfide del post pandemia, imposte da una società che si evolve e che deve mettere al centro il valore della persona, richiedono certamente un impegno più consapevole e una forte propensione al cambiamento innovativo anche ai corpi intermedi, che possono ricomprendere e rivalorizzare il loro ruolo centrale nella progettualità e nella spinta dal basso verso la creazione di un futuro migliore per le imprese, per i lavoratori e per le loro famiglie. C'è stato un momento in cui i corpi intermedi in genere sembravano irrimediabilmente in crisi, per la diminuzione del grado di fiducia, ormai a livello planetario, tra Paesi, tra cittadini di diversa estrazione, tra cittadini e istituzioni, tra singole persone e loro aggregazioni. Con la pandemia abbiamo saputo dimostrare la nostra centralità a fianco delle imprese. Lungi dalla tentazione di concepirsi come solo corporazioni di interessi e princìpi particolari abbiamo vissuto la riscoperta della grande responsabilità educativa di educare la persona e l'imprenditore alla resilienza, alla responsabilità, alla sussidiarietà, alla solidarietà, all'integrazione tra il bisogno dei singoli e i bisogni sociali".
"Una dimensione etica irrinunciabile a cui si unisce anche quella – conclude Patrignani - di piena sostenibilità rispetta alla nostra mission di organizzazione di rappresentanza di impresa, quale da 76 anni Confcommercio è, che deve rispondere del suo operato, della sua capacità di governance e della sua efficienza ed efficacia operativa, nello stesso modo in cui ne risponde una impresa. È qui che si gioca la partita ed è qui che dobbiamo vincerla senza rendite di posizione e logiche che siano diverse da quelle del merito, della competenza, della trasparenza, della forza e della rappresentatività sul territorio con la ricaduta a terra degli effetti benefici del nostro lavoro a favore delle imprese".

FNAARC PLAUDE AI RIMBORSI PER I RITARDI NEGLI SPOSTAMENTI

Autostrada, il cashback piace agli agenti rappresentanti

Soddisfazione di Fnaarc, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio, per l'introduzione del cashback sulla rete autostradale, attraverso l'utilizzo dell'AppFree to x, con il rimborso dei ritardi a causa dei cantieri.

"Il nostro plauso ad Autostrade per l'Italia – affermano Alberto Petranzan, presidente di Fnaarc nazionale e Augusto Patrignani, presidente di Fnaarc cesenate (nelle foto) –. Daremo ampia diffusione informativa di questo strumento di rimborso che risponde a un problema molto sentito. Gli agenti e rappresentanti di commercio (220 mila in Italia) percorrono mediamente ogni anno, per lavoro, 60mila chilometri e la conseguenza dei ritardi negli spostamenti si traduce in costi in più da sostenere, mancati guadagni e perdita di opportunità di vendita".
Il rimborso per i ritardi in autostrada per i tempi di percorrenza troppo lunghi dovuti è punto centrale del "Manifesto per la mobilità" di Fnaarc – proseguono Petranzan e Patrignani -: stiamo conducendo una campagna da diverso tempo su questo tema. Le autostrade sono un servizio molto importante e la mobilità per gli agenti di commercio, che hanno nell'auto un vero e proprio ufficio, non deve costituire un problema, ma un'opportunità: lo sviluppo economico passa da un'efficiente mobilità".

CONVEGNO PROMOSSO DA CONFCOMMERCIO DI CESENA

Innovare la micromobilità urbana, esperti internazionali a raduno

"Il centro storico di Cesena: attività commerciali e accessibilità" è il tema del convegno promosso da Confcommercio nel salone di palazzo Ghini a Cesena giovedì 11 novembre alle 15.30. All'iniziativa verranno presentate proposte concrete e innovative desunte da esperienze in atto a livello nazionale e internazionale sul versante della micromobilità a servizio del centro, degli utenti e delle attività commerciali al dettaglio che ne costituiscono un pilastro. Aprirà i lavori Augusto Patrignani, presidente Confcommercio di Cesena, quidi interverrà per portare il suo saluto il sindaco di Cesena Enzo Lattuca. Verranno quindi presentati i risultati di una indagine condotta tra gli operatori commerciali e i clienti visitatori del centro storico di Cesena dall'esperto Luciano Natalini di Asso.

Di "Micromobilità sostenibile e sistemi di trasporto pubblico futuri nei centri storici" tratterà Joerg Schweizer (nella foto), docente Facoltà di Ingegneria-Dicam Università di Bologna. "Le cargo-bikes nei centri storici" sarà l'argomento affrontato da Karl Reiter (nella foto), esperto Ue di mobilità sostenibile. Al centro della comunicazione anche "Le consegne a domicilio in bicicletta: il progetto local-express di una start up di Saronno". A trarre le conclusioni sarà Francesca Lucchi, assessora all'Ambiente e alla Mobilità Comune di Cesena.

"Nell'ottica di propositività che da sempre contraddistingue Confcommercio _ rimarca il presidente Patrignani - volgiamo fornire alla città un'occasione di approfondimento su come poter favore la mobilità cittadina in centro storico, ma anche nelle sue altre parti, in chiave sostenibile, per rafforzare gli spostamenti plurimi. Si tratta di un contributo che siamo certi possa alimentare il dibattito e fornire piste di intervento in una città in cui l'amministrazione comunale sta allestendo il Piano della mobilità urbana sostenibile.

L'obiettivo secondo Confcommercio è di avere una città nel contempo accessibile, fruibile e sostenibile consentendo le più ampie possibilità di spostamento che consentono la piena fruizione del centro e degli altri quartieri, di cui si può avvantaggiare il commercio al dettaglio, la cui salvaguardia deve essere al primo posto dell'agenda degli amministratori. Se si spegne il commercio la città diventa di fatto insostenibile. Quanto alla mobilità, nelle sue plurime manifestazioni, è un aspetto cruciale per la qualità della vita. La mobilità deve essere al servizio delle persone e non il contrario, pertanto i modelli di spostamento vanno pensati e realizzati tendo conto delle esigenze concrete, quotidiane di chi si sposta per fruire della città, coniugandole con il rispetto dell'ambiente".

CONDOTTO DA CAT ASCOM SERVIZI IN COLLABORAZIONE CON IL COMUNE

Cesena, avanza il progetto di rigenerazione del centro storico

Un progetto di rigenerazione del centro storico di Cesena in chiave di riutilizzo e rifunzionalizzazione nell'ottica della sostenibilità ambientale. Lo sta conducendo il Cat Ascom Servizi in seno alla Confcommercio cesenate. "L'amministrazione comunale di Cesena – rimarca il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - è disposta a recepire suggerimenti e indicazioni su progetti di rigenerazione del centro storico, che possano essere anche in sintonia con i requisiti per intercettare i fondi del Pnrr, proposti da Cat Ascom Servizi.

È emerso all'incontro tenutosi in Confcommercio, fra il presidente Augusto Patrignani, il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci con gli assessori comunali all'Urbanistica Cristina Mazzoni, alla Sostenibilità ambientale e Politiche della mobilità Francesca Lucchi e allo sviluppo economico Luca Ferrini del comune di Cesena, collegati online. Erano presenti anche gli esperti Alessandro Anghileri e Luciano Natalini (nella foto i partecipanti all'incontro nella sede Confcommercio) che hanno presentato nella prima parte dell'incontro i risultati di un'indagine sulla percezione del centro storico da parte di una ottantina di imprenditori commerciali e frequentatori dell'area storica.

"Le tre azioni che l'amministrazione comunale dovrebbe intraprendere per sostenere e rilanciare le attività commerciali - stando a quello che è emerso dall'indagine - hanno rimarcato i tecnici - sono nuovi parcheggi gratuiti o più economici a ridosso del centro, l'allestimento di un programma coordinato di eventi con una strategia mirata di marketing per accrescere l'appeal del centro storico, la creazione di punti di interesse specie nei luoghi meno frequentati del centro per favorire gli spostamenti dei cittadini, unitamente al sostegno a nuove forme di integrazione commerciali-artigianali per fornire più servizi ai cittadini. Di queste esigenze emerse dal basso occorre tener conto nei progetti di rigenerazione.

"Che dovranno comprendere - ha osservato il presidente Confcommercio Patrignani - anche interventi rigenerativi su brani di centro storico degradati e sottoutilizzati. in termini di edifici e spazi urbani, che rilancino le funzioni peculiari del centro storico, vale a dire il commercio e la cultura. Il Cat Ascom Servizi si vuole porre come partner dell'amministrazione ed elaborerà spunti per un progetto concreto di intervento".

Dal dialogo con gli amministratori è emerso che l'Italia è uno degli Stati con le motorizzazioni private più alte al mondo e l'esigenza è quella di favorire forme di mobilità green meno inquinanti. Quanto ai parcheggi l'assessora Lucchi ha sottolineato che l'impegno è quello di fornire risposte sulla sosta per i residenti e per le fasce che non possono scegliere altre modalità di spostamento rispetto all'automobile.

"Le nostre forze ora si concentreranno - ha chiuso il presidente Patrignani ringraziando gli assessori per la disponibilità a recepire la progettualità di Cat Ascom Servizi - sulle indicazioni per un progetto fattibile e sostenibile di rigenerazione del centro storico che si colleghi anche ad un intervento innovatore sulla micromobilità sostenibile in centro, che recepisca virtuose esperienze avviate in Europa e nel mondo, sul quale verrà promosso un convegno con esperti di livello internazionale".

INIZIATIVA NEL CENTRO DI CESENA PER DIFFONDERE IL NUOVO MODELLO ECOLOGICO DI SPOSTAMENTO

Cargo-bike, asso nella manica per potenziare lo shopping

Una pedalata per le vie del centro con lo scopo di unire shopping e mobilità ecosostenibile. Si è svolta in piazza del Popolo e le vie del centro storico di Cesena che si sono popolate di cargo bike e di eBike epowered By Bosch, testate direttamente dai cittadini che si recano in centro per fare acquisti. L'iniziativa si è inserita nell'ambito del progetto Valle Savio Bike Hub e della Settimana Europea della Mobilità Sostenibile, rivolta ai negozianti del centro e ai cittadini al fine di riscoprire insieme i benefici garantiti dai piccoli spostamenti sulle due ruote.

"Dopo aver promosso il Bike to school e il Bike to work – commenta l'Assessora alla Mobilità Sostenibile e Viabilità Francesca Lucchi – anche grazie al sostegno del mondo delle aziende, abbiamo voluto sperimentare il Bike to shop, con lo scopo di sviluppare la mobilità sostenibile insieme ai negozianti. In questo senso è preziosa la collaborazione delle associazioni di categoria .Confcommercio e Confesercenti. Nelle loro molteplici forme, le biciclette offrono soluzioni per qualsiasi tipo di spostamento – laddove è realmente possibile – essendo dei mezzi di trasporto pratici e rispettosi delle persone e dell'ambiente. In più, le cargo bike sono ideali per il trasporto di generi alimentari, più sicure per accompagnare i bambini e, come spiegato da Bosch, complementari alle attività di distribuzione last-mile. Chiaramente abbiamo presentato un evento puramente dimostrativo, che se apprezzato dai cittadini potrà essere considerato in futuro".

Non solo ruote, tutela dell'ambiente e benessere fisico, ma anche innovazione e tecnologia. Alcune delle biciclette presentate questa mattina da Bosch eBike Systems Italia sono dotate di connettività. Questo mezzo diventa dunque un hub digitalizzato inserendosi in un contesto di città che cambia e che si innova. "Cesena – commenta la Marketing Manager Bosch eBike Systems Italia Federica Cudini – potrebbe essere un esempio per tutte le altre città italiane. In un momento in cui l'utilizzo della bicicletta in ambito urbano è sempre più ampio, il Bike to shop a bordo di questi mezzi di ultimissima generazione rappresenta una grande opportunità essendo sinonimo di praticità e relax. In Bosch eBike, attraverso i nostri prodotti, lavoriamo costantemente per mettere la tecnologia al servizio delle persone e disegnare la mobilità del futuro, una mobilità in cui siamo convinti che la bicicletta elettrica possa essere sempre più protagonista".

L'eBike infatti è un mezzo ideale per affrontare sia brevi spostamenti quotidiani, sia lunghi tour nel tempo libero. È perfetta per muoversi nei centri urbani in un modo più attivo, riducendo l'impatto ambientale, diminuendo i tempi di percorrenza e semplificando il trasporto di carichi. Ai cittadini che hanno preso parte all'evento e alla pedalata a bordo delle cargo bike e alle eBike epowered By Bosch sono state consegnate delle shoppers contenenti materiale informativo.

Nella foto i promotori dell'iniziativa.

COME CONIUGARE CONSUMI E AMBIENTE

Confcommercio coglie la sfida della transizione energetica

La transizione energetica e il cambiamento climatico in atto impongono alle imprese un diverso approccio per adeguare la propria attività a nuovi modelli di produzione e offerta incentrati su un consumatore sempre più sensibile e attento all'ambiente. Per questo, Confcommercio è impegnata in prima istanza e ha da tempo avviato un'importante attività di supporto alle imprese verso gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

La nostra Confederazione è inoltre parte attiva della'Alleanza Italiana per lo sviluppo sostenibile' che riunisce attualmente oltre 200 tra le più importanti istituzioni, associazioni e reti della societa' civile. "Un impegno – rimarca il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - che attraversa tutti i settori dall'ammodernamento delle tecnologie per il trasporto, alla sostenibilità a misura di esercizio commerciale fino alla sensibilizzazione di turisti e cittadini verso le diverse forme di inquinamento. Confcommercio vuole essere in prima linea nella transizione verso un nuovo modello di sviluppo per costruire un futuro a basse emissioni di carbonio e sicuro per il clima, caratterizzato da una green economy dinamica, una società prospera e un ambiente sano".

PRESENTATO DALLA FAMIGLIA BRACCIAROLI A MERCATO SARACENO

Caffè Centrale, il libro sui duecento anni donato alla città

In un'atmosfera raccolta e familiare al teatro Dolcini di Mercato Saraceno è stato presentato lunedì sera 25 ottobre il libro "Il Caffè Centrale a Mercato Saraceno. Dal 1822 due secoli di storia" di Edoardo Maurizio Turci, studioso di storia locale, comandante della Compagnia dei vigili di Cesenatico, che per 25 anni è stato in servizio a Mercato Saraceno. Turci ha scritto l'opera in spirito di amicizia e di affetto nei confronti della famiglia Bracciaroli donando il suo tempo e le sue competenze per realizzare un obiettivo a lungo caldeggiato.

Il libro ripercorre la storia del caffè, ma è anche un affresco su momenti e personaggi di storia paesana. Sul palco Bruno Bracciaroli, attuale titolare del Caffè ed erede della dinastia che lo gestisce dal 1923, l'autore e il sindaco Monica Rossi. Tra il pubblico tanti mercatesi amici della famiglia Bracciaroli che ha promosso la stampa del libro, il presidente di Confcommercio Augusto Patrignani, il vicepresidente Alverio Andreoli e il presidente della Confcommercio Valle del Savio Giuseppe Crociani.

Il primo caffettiere nel 1822 fu Giovanni Mazzotti, soprannominato 'Palmieri'. Il locale pubblico diventerà poi Caffè del teatro (nell'attuale municipio aveva sede un teatro a cui si accedeva passando dal caffé). A partire dal 1923 il Caffè Centrale sotto il Comune è gestito dalla famiglia Bracciaorli. Da allora attorno al balcone si sono succedute tre generazioni: Emilio Bracciaroli, il capostipite, i figli Lorenzo e la moglie Rosanna (Rosi), il nipote Bruno con la moglie Patrizia, in attività.

Il libro è dedicato a Renzo e Rosi. "Quando lasciai l'incarico di comandante dei vigili urbani a Mercato Saraceno, per intraprendere nuove sfide professionali, la mamma di Bruno pianse per dei giorni", ha ricordato l'autore Turci nella sua sobria ma appassionata presentazione, in cui ha rimarcato che ripercorrere la storia del Caffè Centrale significa tracciare la storia e la dinamica sociale del territorio perché quel locale pubblico è stato vettore di identità collettiva e coesione sociale, mantenendo salde le radici e accompagnando nei momenti di svago e serenità il venire e l'andare di tante generazioni di mercatesi.

Semplice e diretto come sempre Bruno Bracciaroli. "L'abbiamo fatto stampare e lo doniamo ai mercatesi e a tutti quelli che vorranno venire a prenderlo al Caffé, basta che lo chiedano. Si chiude il cerchio con questo libro in cui Caffè Centrale e paese sono tutt'uno". Lui, la moglie, le figlie e le nipoti hanno distribuito il libro agli intervenuti: un atto di amore per i cittadini, gl amici e gli avventori. "Sono orgoglioso che il Caffè Centrale e persone così belle come i Bracciaroli e il nostro Bruno, impareggiabile presidente di Mercato Saraceno, siano parte viva e importante di Confcommercio", ha detto il presidente Patrignani.

Nella foto da destra il presidente Confcommercio Augusto Patrignani, Bruno Bracciaroli, la moglie Patrizia, l'autore del libro Edoardo Turci, il sindaco di Mercato saraceno Monica Rossi e il vicepresidente di Confcommercio cesenate Alverio Andreoli.

INDAGINE PRESENTATA ALL'ASSEMBLEA NAZIONALE CONFCOMMERCIO

Imprese ottimiste sulla piena ripartenza

In occasione dell'Assemblea nazionale di Confcommercio è stata presentata un'indagine che ha incluso anche il nostro territorio da cui emerge che la preoccupazione per l'aumento delle tasse, per l'inflazione e per la perdita di posti di lavoro pesa sul sentiment di famiglie e imprese più delle incognite politiche e sanitarie e determina una situazione di incertezza diffusa sul futuro.

Le imprese sono comunque più ottimiste (42,7%) rispetto alle famiglie (24,3%) e per i prossimi mesi cre-dono ad un miglioramento della propria attività (61%) e pensano ad un aumento degli investimenti (indicato da una impresa su 3), in particolare in innovazione e sostenibilità. Sul fronte delle famiglie invece, crescono i timori per un possibile calo dei redditi (per l'80% del campione) e dei risparmi (68,5%) e le previsioni di spesa negli ultimi mesi dell'anno indicano una sostanziale stabilità dei consumi di beni e servizi (per il 75,5%) e prudenza per viaggi e vacanze, tempo libero (spettacoli, concerti, stadio) e autoveicoli.

Per quanto riguarda la previsione degli imprenditori circa l'andamento della propria attività negli ultimi quattro mesi del 2021, la quota maggiore indica un lento ma costante miglioramento (60,9%), mentre il 30,8% prevede una sostanziale stabilità. Anche in tema di investimenti le previsioni sono sostanzialmente positive con un 60% di stabilità e un 33,8% di imprese intenzionate ad aumentare le dotazioni soprattutto in tecnologia/innovazione e nell'ambito della sostenibilità/green.

Quanto alle famiglie, il minore ottimismo rispetto alle imprese sulla ripresa economica risente maggiormente dei giudizi sulla situazione personale: le previsioni dell'andamento di redditi e risparmi, da qui a fine anno, sono ritenute prevalentemente stabili o in calo (i redditi per l'80% del campione, i risparmi per il 68,5%). Le previsioni di aumento sono, infatti, limitate a un quinto delle famiglie per i redditi e a quasi una famiglia su 3 per i risparmi.

L'economia è in fase di recupero e c'è più fiducia delle imprese. Prevale, invece, l'incertezza delle famiglie che temono più tasse, inflazione e perdita del lavoro. Incertezza che si traduce in meno consumi e dunque meno crescita. Ecco perché secondo Confcommercio è vitale che la riforma fiscale punti su semplificazione e diminuzione delle tasse, passaggio fondamentale, insieme all'utilizzo efficace del Pnr, per rimettere in moto il Paese.

Nella foto il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani all'assemblea nazionale di Confcommercio tenutasi a Roma, con 400 partecipanti.

Augusto Patrignani,
presidente Confcommercio cesenate

INDAGINE CONFCOMMERCIO

Crescono i consumi culturali: cinema e teatri si rialzano

Al Forum di Impresa Cultura Italia-Confcommercio è stata presentata l'indagine sui consumi culturali degli italiani al tempo del Covid. L'estate ha fatto segnare una ripartenza delle attività culturali con una crescita della spesa media mensile per famiglia di beni e servizi culturali pari a 73 euro a settembre 2021 (+ 6% su giugno 2021 e + 44,5% su settembre 2020) dopo il crollo registrato lo scorso anno (-55% a settembre 2020 rispetto a dicembre 2019). Resta inteso che i livelli pre-Covid sono ancora lontani (-35% a settembre 2021 su dicembre 2019).

Dai dati dell'indagine emerge che a settembre il 15% degli italiani ha acquistato biglietti per cinema (era il 4% a giugno), mostre e musei, il 7% per concerti e spettacoli all'aperto (contro il 2% di giugno), il 6% per teatro (rispetto al 3% a giugno); cresce rispetto ad un anno fa soprattutto la voglia di grande schermo, di festival e concerti, mentre tra le varie misure anticovid il green pass è quella che incide maggiormente sulla predisposizione a visitare i luoghi della cultura (per oltre il 30%).

Stabile la fruizione dei contenuti televisivi che vanno sempre più nella direzione delle piattaforme in streaming, soprattutto tra i più giovani: nella classe d'età 18-24 anni su 100 minuti di contenuti televisivi, 45 sono seguiti in piattaforme in streaming a pagamento e 26 su digitale terrestre; c'è un ritorno alla lettura di libri e giornali in cartaceo (34% e 20% di lettori abituali a settembre contro il 25% e il 12% di giugno), trend che si conferma anche per i prossimi mesi. In prospettiva prevale la tendenza ad assistere dal vivo a spettacoli teatrali, concerti e opera (per circa il 40%) rispetto alla fruizione in digitale, anche se la possibilità di seguire a distanza eventi culturali è tenuta in considerazione. Per circa un terzo di italiani la mancanza dell'esperienza dal vivo è stata la maggiore rinuncia del non poter accedere alle attività culturali live.

Per Confcommercio la ripresa dei consumi culturali anche nel territorio, fondamentale per chi ne fruisce oltreché per le categorie economiche che operano nel settore, va incentivata in maniera propulsiva. Non c'è ripartenza con i servizi culturali a scartamento ridotto. Uno Stato degno di questo nome deve investire in cultura valorizzando e incentivando i privati che operano nel settore.

Augusto Patrignani,
presidente Confcommercio cesenate

VOX POPULI IL 4 NOVEMBRE ALLE 21 SU TELEROMAGNA

Pnrr e opportunità per la Romagna

In uno scenario sanitario in miglioramento e verso un allentamento delle misure di contenimento, Confcommercio del comprensorio cesenate è fiduciosa che la ripresa economica è ormai alle porte e potrà riservare per il nostro territorio quel beneficio economico e sociale di cui necessita fortemente. A partire da queste ragioni Confcommercio promuove un confronto sul Pnr e sull'impatto in particolare che avrà sulle infrastrutture della Romagna e sulle attività economiche, attraverso il format televisivo Vox Populi e in collaborazione con Pubblisole-Teleromagna. L'occasione è straordinaria e unica per intercettare finanziamenti che possano favorire anche la ricaduta a terra di progetti annosi mai realizzati nonché interventi per favorire ripartenza dei consumi, importanti anche per la crescita del Prodotto interno lordo, insieme a un piano di sostegno alla liquidità delle imprese che altrimenti non potranno crescere".

"Il Piano nazionale di ripresa e resilienza – rimarca il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani – è dunque un'occasione irripetibile per la ripartenza di tutto il sistema Italia e quindi anche per la Regione Emilia Romagna, per migliorare la vivibilità e qualità della vita dei cittadini e delle imprese che la compongono. Confcommercio vuole stimolare confronto e progettualità e invita sindaci, parlamentari, esponenti autorevoli del sistema territoriale a fare il punto della situazione per mettere a fuoco le possibilità di intercettare fondi per progetti che elevino qualità della vita e sviluppo territoriale"Giovedì 4 novembre alle 21 il Vox Populi , condotto da Elisabetta Zandoli, andrà in onda su Teleromagna. Interverranno Augusto Patrignani, presidente Confcommercio del comprensorio cesenate, Pietro Fantini, direttore Unione Regionale Confcommercio Emilia Romagna; l'on. Jacopo Morrone(Lega), l'on. Marco Di Maio (Italia Viva), Enzo Lattuca sindaco di Cesena, Marco Baccini, sindaco di Bagno di Romagna e Matteo Gozzoli, sindaco di Cesena. Gianfranco Sanchi, consulente esperto in finanza agevolata e fundraising, project manager. Verrà effettuato un collegamento con l'ex sottosegretario Roberto Pinza.

SIGLATO UN ACCORDO DI PARTNERSHIP CON LA SQUADRA CESENATE DI PALLACANESTRO

Confcommercio e Tigers uniti per promuovere il basket cittadino

Nel Cesenate e nella Romagna terra del wellness lo sport recita un ruolo di primo piano, per praticanti, tantissimi, e per i tifosi, altrettanti. Una città, Cesena, che vanta una storia prestigiosa anche in materia di società sportive con trascorsi di primo piano nel calcio, nel basket, nella pallavolo e in varie altre discipline.

In questo humus favorevole in cui lo sport è anche alimentatore di turismo e promozione del territorio viene a iscriversi l'accordo di partnership siglato tra i Tigers, associazione iscritta al Registro nazionale delle associazioni e società sportive dilettantistiche, rappresentata dal presidente Giampiero Valgimigli, e Confcommercio Cesena, a sua volta rappresentata dal presidente Augusto Patrignani.

I Tigers sono diventati a tutti gli effetti la squadra di pallacanestro di Cesena e disputano il campionato nazionale di serie B dalla stagione 2018-2019 utilizzando per le partite interne il Carisport.

"L'accordo di partnership - mettono in luce i presidenti Valgimigli e Patrignani - prevede una serie di collaborazioni e sinergie tra Confcommercio e Tigers che si riconoscono vicendevolmente rappresentatività e radicamento territoriale unendo le forze per promuoversi reciprocamente e per sostenere lo sviluppo dello sport cittadino, attraverso la squadra di basket della città. L'unione fa la forza e i contraenti dell'accordo si ritroveranno vicendevolmente potenziati dall'intesa sottoscritta".

L'accordo prevede, fra i vari punti, la concessione gratuita e l'utilizzo del proprio marchio per comunicazioni singole e congiunta. Nello specifico della propria attività sportiva, Tigers Cesena si impegna ad inserire il marchio di Confcommercio tra i brand presenti al Carisport in occasione delle proprie partite interne, sul proprio sito e su ogni comunicazione relativa ad iniziativa realizzata in collaborazione con Ascom Confcommercio Cesena. Tigers e Confcommercio si impegnano inoltre ad attivare azioni promozionali della partnership e alla promozione reciproca. Tigers Cesena concede a Confcommercio la possibilità di attività di volantinaggio e sampling (offerta pubblicitaria gratuita di campioni di un prodotto).

presso il Carisport in occasione delle partite interne, la possibilità di utilizzo di propri testimonial per comunicazioni e campagne promozionali, eventi, la possibilità di uscite social di comunicazione e promozione sulla propria fan-base. Verranno inoltre condotte azioni condivise e in co-marketing attraverso un comune Centro Servizi. Confcommercio inserirà nella propria offerta la possibilità per le imprese di aderire a pacchetti di sponsorizzazione a Tigers Cesena.

Confcommercio darà inoltre il suo contributo al progetto 'Tana delle tigri, Dipartimento di Tigers Cesena' dedicato ai giovani, promuovendolo presso altre società sportive del territorio, sensibilizzando i propri iscritti e ospitando una galleria dedicata a tale progetto presso la propria sede. L'accordo di partneriato prevede inoltre che Confcommercio Cesena si impegni nella ricerca, tra i propri associati, di attività di ristorazione disponibili ad offrire il servizio Hospitality presso il Carisport, in occasione delle partite Tigers. Tigers Cesena e Confcommercio collaboreranno inoltre ad ulteriori attività di co-marketing ideate congiuntamente.

"Confcommercio - mette in luce il presidente Patrignani - è da sempre vicina al mondo dello sport cittadino e al nostro interno opera un sindacato delle sport che affilia le società dilettantistiche e le palestre, humus della socialità territoriale e valore aggiunto della comunità cesenate. Lo sport praticato e seguito è un grande valore comunitario e Cesena, tradizionalmente ricca di società di alto livello, in vari sport cittadini, è lieta di poter contare su una squadra di basket che ci auguriamo nel tempo possa rinverdire i fasti della pallacanestro femminile cittadina a cavallo tra gli anni'80 e '90. Stimolante è anche il comune contributo che potremo dare attraverso la 'Tana delle Tigri' alla promozione del basket tra i giovani. Si tratta di un'Academy innovativa a livello nazionale, con un approccio diverso al mondo giovanile da parte di una società sportiva sportiva che intende proporre sul territorio di Cesena un unico grande movimento cestistico e aperto alle collaborazioni, con progettualità e iniziative concrete".

"Dal canto nostro - afferma il presidente dei Tigers Giampiero Valgimigli – abbiamo riconosciuto in Confcommercio un partner accreditato e radicato nel territorio per affiancarci nell'esercizio della nostra attività e in particolare nella promozione del movimento cestistico in città, che rappresenta uno degli obiettivi fondanti della nostra attività di società sportiva orientata a produrre benefiche ricadute sul territorio, in un'ottica di promozione piena della pratica sportiva apportatrice di benessere e rafforzatrice della coesione sociale".

CONFCOMMERCIO SUGLI ORARI DI APERTURA DELLA STRUTTURA DI PIEVESESTINA

Mercato ortofrutticolo, la partita è sulla qualità

Il mercato ortofrutticolo di Cesena è un importante tassello economico del nostro territorio ad alta vocazione ortofrutticola. Lo rimarca Confcommercio che ha seguito con attenzione le vicende che hanno portato la struttura di Pievesestina a innovarsi per diventare più competitivo a sostegno dello sviluppo e delle produzioni nazionali e che consentirebbe di potenziare la visibilità e l'export dei prodotti ortofrutticoli delle aziende emiliano romagnole, valorizzando le eccellenze e favorendone l'accesso a mercati internazionali.

"La dialettica apertasi sugli orari di apertura del mercato ortofrutticolo - rimarca Lisa Brigliadori (nella foto) di Confcommercio - secondo Confcommercio deve essere un'opportunità, partendo dalle esigenze degli operatori concessionari, per ragionare su come rendere sempre più funzionale e fruibile la struttura. Da quel che rende noto Alessandro Giunchi, Amministratore Unico di For, la pressoché totalità dei soci concessionari ha chiesto al mercato di attuare la chiusura al giovedì pomeriggio, dal momento non risultava più economicamente sostenibile, in termini di gestione aziendale visti gli scarsi ingressi degli acquirenti. Si tratta di una esigenza numericamente assai rappresentativa, la pressoché totalità, che va d'altra parte nella direzione dei trend a livello nazionale e europeo in cui si assiste ad una razionalizzazione degli orari nell'ottica di una sempre maggiore efficace sostenibilità dei tempi di lavoro che nulla toglie alle performances dei servizi".

"Secondo Confcommercio – prosegue Lisa Brigliadori - l'offerta qualificata del mercato ortofrutticolo deve avvenire attraverso l'erogazione dei servizi sempre improntati all'eccellenza, e in questo senso il nostro giudizio è che essa si assesta ad ottimi livelli, unitamente alla risposta piena alle esigenza degli utenti. In questo senso vanno senz'altro prese in considerazione proposte migliorative orientate a creare percorsi nuovi più efficienti orientati a favorire l'accesso di nuovi acquirenti, sempre in un'ottica di propositività, non di contrapposizione puntando in un'ottica partecipata di condivisione all'eccellenza dei servizi del mercato ortofrutticolo".

FIVA CONFCOMMERCIO SULL'INIZIATIVA NON SVOLTA IL 17 OTTOBRE

Fiera d'autunno soppressa, tenere aperto il confronto

La concertazione e la proficua collaborazione tra amministrazione comunale e organizzazioni economiche che rappresentano gli operatori ambulanti è stata in quest'anno e mezzo la chiave per riaprire il mercato in convivenza con la pandemia dandogli un nuovo assetto, efficace e gradito dai clienti. Questo confronto costante e programmatico è alla base anche delle iniziative promosse in area mercatale per incrementare l'afflusso in centro e per fornire occasioni di intrattenimento, come sagre, mercati straordinari e fiere che, come quella d'autunno del 3 ottobre, hanno ottenuto ottimi riscontri. "Purtroppo questa concertazione è venuta meno in occasione della fiera mercatale che avrebbe dovuto tenersi domenica 17 ottobre dal mattino alla sera - rimarcano il presidente Fiva Confcommercio Alverio Andreoli e il vicepresidente Massimo Sagginati (nelle foto) - , della cui soppressione da parte del Comune gli operatori commerciali su area pubblica e le organizzazioni Fiva Confcommercio e Anva Confesercenti sono stati messi al corrente solo due giorni prima, dopo la delibera. In realtà sarebbe stato un evento utile a incrementare la ripartenza del settore e a rispondere alle esigenze della clientela. Siamo certi che si sia trattato solo di un incidente di percorso e auspichiamo l'immediato ripristino della felice collaborazione che ha suggellato la ripresa durante la pandemia, in vista delle nuove iniziative natalizie, e per evitare in futuro che possano ripetersi situazioni come questa.

PROTOCOLLO SIGLATO CON L'ASSOCIAZIONE MAGISTRATI

Fipe nelle scuole per la buona movida

Lotta alla mala movida e ai suoi nefasti effetti. L'Associazione Nazionale Magistrati e Fipe-Confcommercio hanno sottoscritto un protocollo per diffondere legalità e consapevolezza sui rischi per chi somministra alcol ai minori. "Per Fipe pubblici esercizi cesenate – rimarca il presidente Angelo Malossi -l'unico vero antidoto alla mala movida, che stravolge i centri storici e le periferie è la consapevolezza dei rischi, di natura penale, amministrativa e sanitaria, che corrono da un lato i consumatori, anche minorenni, troppo spesso protagonisti di notti alcoliche sregolate che mettono a repentaglio la loro stessa salute, dall'altro i gestori dei locali, non sempre consci delle conseguenze legali di alcune loro scelte".

Ma quali sono i rischi se si viene trovati a somministrare alcol a un minore di 16 anni? E quali altri se si vende o somministra un superalcolico a una donna incinta? Inoltre, se si ordina un cocktail alcolico, mentendo sulla propria età, in quali tipo di sanzioni si incorre? Quesiti meno scontati di quanto si possa presumere. Servono formazione e informazione. Per diffondere legalità e buoni comportamenti, Fipe-Confcommercio, e l'Associazione Nazionale Magistrati, che rappresenta il 90% circa dei 9.657 magistrati italiani, hanno deciso di collaborare.

"L'idea – spiega Malossi - è quella di coinvolgere istituti scolastici e universitari nella predisposizione del materiale formativo sui corretti comportamenti da adottare. Inoltre, è prevista la diffusione dei materiali realizzati nel progetto #BereConsapevole, tra cui la 'Guida al servizio per un consumo consapevole' predisposta dalla Federazione in collaborazione con Federvini. Un pamphlet che analizza il fenomeno del consumo di alcol sia dal punto di vista del gestore del locale, che da quello dei consumatori, e punta a diffondere una serie di buone pratiche da adottare. Solo attraverso le competenze e una costante attività di formazione e sensibilizzazione degli operatori, è possibile arginare un fenomeno dilagante quale è quello della mala movida, lontana dalla nostra cultura e dalle nostre tradizioni, alimentata anche da chi vende e/o somministra, spesso abusivamente, alcol a basso costo o infrangendo leggi e regole. Siamo lieti che questa posizione abbia raccolto l'interesse dell'Associazione Nazionale Magistrati, con la quale avviamo questo percorso di collaborazione con l'obiettivo di favorire una socialità corretta e coerente anche con i valori etico-morali, attenti cioè al benessere delle persone, contrastando eccessi e devianze che alimentano disagio sociale e malattie alcol correlate".

IL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO ALLA NUOVA SINDACA TANIA BOCCHINI

Facciamo fare il salto di qualità a Sogliano

di ANDREA CARGHINI

Tania Bocchini (nella foto), sostenuta dalla ista di centrosinistra "Sogliano di tutti', è la prima sindaca nella storia di Sogliano eletta con il 51,90% delle preferenze nelle comunali del 3 e 4 ottobre, con uno scarto di 66 preferenze rispetto alla contendente Caterina Gattamorta, della ista civica di centrodestra 'Insieme per Sogliano al Rubicone".

Confcommercio di Sogliano augura alla nuova sindaca, alla giunta e nel contempo anche alle forze di opposizione di contribuire ciascuno nel rispetto delle proprie prerogative allo sviluppo di Sogliano che secondo Confcommercio, come abbiamo avuto modo di rimarcare in campagna elettorale rivolgendoci alle due candidate a sindaco, deve mirare a far fare a Sogliano un salto di qualità.Da che parte andare, dunque?

La direzione meno indicata sarebbe quella di veleggiare, forti della nostra condizione privilegiata di detentori di risorse grazie alla discarica, nel tran tran quotidiano, accontentandoci degli incentivi e dei servizi ai residenti e alle categorie che il Comune è in grado di erogare, grazie alla sua dote. Così facendo non andremmo lontani. Sogliano invece deve fare il salto di qualità, provando a creare lavoro, attraendo e portando aziende di livello nel suo territorio per potenziare economicamente e demograficamente il nostro Comune altrimenti inesorabilmente destinato ad assottigliarsi e svuotarsi. Sogliano è come se tenesse la Ferrari in garage e si muovesse con il Ciao, il motorino a presa diretta che tanti di noi hanno guidato da ragazzi.

Abbiamo tante potenzialità inespresse con le nostre dotazioni, che ci differenziano da tanti altri piccoli Comuni, e lo sforzo di chi amministra a beneficio di tutta la comunità deve indirizzarsi a questo potenziamento imprenditoriale, attirando nei confini comunali un tessuto produttivo di qualità, vale a dire grosse imprese in cerca di insediamenti di cui certamente il nostro Comune non è privo, basta girare un po' per rendersene conto.

Ciò può favorire la crescita della popolazione e delle famiglie che scaturisca dal nuovo lavoro che nasce, e non dal fatto che da fuori si mira a diventare soglianesi per poter fruire dei benefici e dei sostegni economici che il Comune è in grado di erogare. Non serve a Sogliano chi viene solo a prendere, ma chi porta lavoro e crescita.

Tutto il resto, secondo noi, sarà figlio di questa svolta che Confcommercio auspica e che è realizzabile, anche se Sogliano sconta territorialmente un suo isolamento geografico, ma i casi di Sant'Agata Feltria e Campiano nel comune di Talamello, solo per citarne un paio, dimostrano che le imprese di un certo livello possono essere attirate anche in periferia, se si è capaci di intercettarle.

Dalla fase più drammatica della crisi pandemica a oggi, l'economia italiana ha avuto una maggiore accelerazione, grazie prima alla corsa della manifattura e oggi allo sprint dei servizi di mercato. In questo scenario, in base alle previsioni macroeconomiche il biennio 2021-22 dovrebbe portare al pieno recupero della perdita di Pil subita nel corso della pandemia, anche se questo non consentirà di tornare sui livelli massimi del 2007. Obiettivo ancora lontano e per il cui raggiungimento sarà di fondamentale importanza utilizzare al meglio le risorse di Next Generation EU e le azioni previste dal Pnrr.

CONFCOMMERCIO AL NUOVO SINDACO ROBERTO PARI

Gatteo, potenziare turismo e commercio

Roberto Pari (nella foto) è il nuovo sindaco di Gatteo, eletto alle comunali del 3 e 4 ottobre con il 63,9%, prevalendo sul contendente Matteo Pivato. Pari era sostenuto dalla lista "Gattteo che vorrei2, di centrodestra. L'ex sindaco Gianluca Vincenzi resta in giunta come assessore.

Confcommercio di Gatteo augura alla nuova giunta buon lavoro così come alle forze di opposizione presenti in consiglio in modo che si possa sviluppare una sana dialettica costruttiva utile al miglioramento della qualità della vita e dello sviluppo di Gatteo, con interventi concreti come sono sono stati presentati in campagna elettorale. Confcommercio chiede di favorire politiche incentivanti per le imprese, di potenziare la qualità del turismo congiuntamente con gli imprenditori del settore e di intervenire con un piano straordinario di sostegno al commercio al dettaglio che renda più accessibili e fruibili le aree terziarizzate urbane e il centro storico, con una politica della mobilità e della sosta orientata in direzione della piena accessibilità.

Necessario anche proseguire nell'opera di rigenerazione del centro storico, già avviata con il progetto della riqualificazione della piazza e della vie centrali, per rendere Gatteo più bella, appetibile e vivibile.

SIGLATO DA CONFCOMMERCIO NELL'UNIONE RUBICONE E MARE

Protocollo con la polizia locale per favorire la cultura della legalità

Insieme per difendere la cultura della legalità. Unione Rubicone e Mare e le organizzazioni di categoria fra cui Confcommercio (nelle foto i presidenti dell'area Rubicone) dei comuni aderenti hanno sottoscritto un protocollo d'intesa per promuovere sinergicamente una cultura della legalità attraverso un concorso di azioni promosse da imprese ed ente locale per il rispetto delle regole, con particolare riferimento alla tutela della concorrenza, nonché alla difesa e alla fiducia dei consumatori e degli utenti.

Il comandante della polizia locale Alessandro Scarpellini (nella foto) e i rappresentanti delle associazioni hanno messo in operatività una chat in cui si discute all'occorrenza n via informale e possibilmente rapida, e si conviene sul tematiche riguardanti la corretta interpretazione delle normative di settore, con particolare riferimento alle norme di polizia amministrativa che disciplinano le attività del commercio, dei pubblici esercizi, delle strutture ricettive e delle attività artigianali, in modo che sia garantita una loro trasparente ed uniforme applicazione nel territorio dei comuni che hanno conferito la funzione di polizia locale all'Unione Rubicone e Mare.

La polizia locale si impegna ad istituire inoltre un registro delle ispezioni, in cui annotare gli estremi delle ispezioni da effettuare nelle imprese e riferire periodicamente sul loro andamento e individuare le criticità rilevate.

"Lo scopo di questa azione comune - rimarcano i presidenti di Confcommercio dei comuni dell'Unione Rubiconde e mare - è quello di mettere a punto i necessari interventi divulgativi per favorire la riduzione delle violazioni e un maggiore rispetto delle normative. la polizia locale dell'Unione si impegna inoltre a comunicare in anticipo l'esenzione di mirate campagne di controllo, evidenziando le norme di riferimento per le quali di intende verificare la corretta applicazione, allo scopo di consentire alle associazioni di favorire un autocontrollo preventivo da parte delle imprese. Sono inoltre aperte due sessioni formative sulle materie dei pubblici esercii e del commercio ambulante, sagre e fiere.

TUTTI I SABATI FINO ALLE 13 IN PIAZZA PERTINI

Mercato dei produttori agricoli a Gambettola

di FRANCESCO TOMASINI

Ha debuttato il Mercatino dei produttori agricoli a Gambettola, il primo Farmers Market in assoluto nella storia della città con le aziende agricole territoriali con i prodotti a chilometro zero. Sabato 2 ottobre è stato inaugurato in piazza Pertini (nella foto il taglio del nastro con la sindaca Letizia Bisacchi) dove si svolgerà tutti i sabati mattina sino alle 13. Per il momento hanno aderito alcune aziende agricole ma l'auspicio è che i partecipanti possano aumentare. Confcommercio valuta positivamente questa iniziativa che contribuisce a vivacizzare l'offerta e l'attrattività del centro storico e della sua piazza Pertini dove, anche grazie alle nostre richieste, la giunta sta per dare il via a un progetto di riqualificazione per aumentarne la fruibilità da parte dei cittadini e dei visitatori.

INAUGURATO AL PALAZZO DEL CAPITANO DI BAGNO DI ROMAGNA

Il Centro visita del Parco potenzia il turismo

Suoni, immagini e installazioni multimediali per un'immersione totale nello straordinario patrimonio naturalistico del Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna, a partire dalle Faggete vetuste, la foresta primordiale che nel 2017 ha ricevuto il riconoscimento di Patrimonio mondiale dell'Umanità Unesco.

Lo offre a turisti, scolaresche, studiosi, ma anche a chi semplicemente vive nell'area protetta o nei dintorni, il rinnovato Centro visita del Parco, allestito al Palazzo del Capitano di Bagno di Romagna. L'inaugurazione è avvenuta l'8 ottobre alla presenza del sindaco Marco Baccini e del presidente del Parco Luca Santini,

Un nuovo modo di raccontare e promuovere la natura reso possibile anche dalle risorse regionali attraverso il programma europeo Por Fesr: 184 mila euro su un investimento complessivo di oltre mezzo milione di euro, per riorganizzare oltre al centro visita di Bagno anche quelli di Santa Sofia e Premilcuore, sempre sul versante romagnolo del Parco.

"Si tratta di un intervento - rimarca il presidente di Confcommercio di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani (nella foto) che favorisce la promozione del turismo verde e slow dei nostri territori appenninici e nello specifico della Valle del Savio".

CONFCOMMERCIO ALLA NUOVA GIUNTA DI CESENATICO

Avanti con le grandi opere per far più bella Cesenatico

di GIANCARLO ANDRINI

La nuova giunta comunale di Cesenatico è al lavoro. Matteo Gozzoli, centrosinistra, è stato confermato sindaco, prevalendo sull'antagonista Roberto Buda, centrodestra. (nella foto a sinistra del sindaco gli assessori Jacopo Agostini ed Emanuela Pedulli, a destra il vice-sindaco Lorena Fantozzi, new entry della giunta comunale), Mauro Gasperini e Gaia Morara.) Agli amministratori di Cesenatico Confcommercio ribadisce la sollecitazione fatta pervenire ai candidati in campagna elettorale.

Per Confcommercio servono opere pubbliche che cambino il volto della città: la vena Mazzarini, l'area ex Nuit, la zona di Valverde con l'area termale, l'area delle colonie a Ponente.

A quest'opera di miglioramento dell'immagine della città concorrono in gran parte i privati: alberghi, stabilimenti balneari, pubblici esercizi e quindi chi amministra, chiunque sia, deve avere un occhio di riguardo verso chi dà lavoro, favorisce lo sviluppo e alimenta la crescita e il benessere del nostro centro turistico. In questo senso il Pug è lo strumento già indicato per fornire ottime opportunità se veramente, con meno timidezza e più convinzione, si intenderà favorire il più possibile la realizzazione delle grandi opere, con una precisa volontà politica orientata in tal senso. Agli imprenditori deve essere data la possibilità di realizzare interventi nelle strutture ricettive che siano sostenibili economicamente, cioè che valgano l'investimento da parte loro.

Un'altra priorità è l'adeguatezza dell'arenile e occorre farsi portavoce in Regione dell'esigenza di intervenire con migliorie a Valverde e Villamarina, dove più alta è la concentrazione degli alberghi ma la dotazione di spiaggia è insufficiente. Il discorso vale naturalmente per tutta la spiaggia di Cesenatico e la manutenzione e dell'incremento dell'arenile deve diventare un impegno ordinario, annuale. Cesenatico vive di spiaggia, per noi è come l'acqua.

Confcommercio richiede inoltre un piano senza precedenti, a favore del commercio al dettaglio col Covid che ha aggravato seriamente una situazione già deteriorata. Servono anche un piano di rilancio per il centro storico e la creazione di parcheggi in particolare nella zona di Valverde e Villamarina. Ultima, ma non meno importante la questione della promozione turistica negli ultimi anni non adeguata. Occorre identificare un organismo che si occupi di promozione e commercializzazione turistica, come avviene a Riccione, Rimini e Bellaria.

CONFCOMMERCIO DI CESENATICO SULL'INSTALLAZIONE DI 75 PALE

Turbine in mare, dare voce agli operatori turistici

di GIANCARLO ANDRINI

Verranno installate anche al largo di Cesenatico le grandi pale eoliche nell'ambito di un progetto approvato dalla Capitaneria di Porto, concernente due campi in al-to mare dove verranno resi operativi impianti che sfrutteranno il vento per pro-durre energia eolica. Si tratta di 75 turbine eoliche oltre le 12 miglia delle costa, in acque internazionali, in cui gli enti locali non hanno voce in capitolo. Secondo Confcommercio la questione riguarda tuttavia tutti comparti della filiera turistica e l'intera città perché l'operazione può comportare impatti visivi negativi, pertanto siamo in apprensione. Ciò che spaventa è l'impatto visivo e ambientale.

La nostra proposta è di coinvolgere nel confronto cittadino con l'amministrazione non solo il comparto della pesca, il che è giusto, ma anche quello turistico, in modo che possa essere formulata e condivisa una posizione rappresentativa dell'intera filiera.

STAGIONE 2022, MANCA QUASI PER INTERO LA COSTA ROMAGNOLA

Campagna Apt, escluse dai video località turistiche importanti

di ROBERTO FANTINI

Nei giorni scorsi è stata presentata ufficialmente da Apt Servizi Emilia Romagna e Visit Romagna, la campagna promozionale per promuovere la nostra regione via web sul mercato tedesco per la stagione turisti-ca 2022. In particolare sono stati presentati cinque video, della durata ciascuno di sette minuti, con i quali si intende presentare la nostra Regione sul mercato estero. Confcommercio suo malgrado è costretta constatare che i video sono rappresentativi esclusivamente dell'area riminese, estesa limitata-mente a Santarcangelo, Bertinoro e Sogliano. Mancano nella pressoché totalità la parte restante della costa romagnola come l'entroterra ravennate e ferrarese. Non possiamo pertanto condividere una promozione dell'Emilia Romagna che neghi la visibilità a realtà turistiche come Cervia, Cesenatico o Bagno di Romagna e a città impregnate di storia e cultura come Ravenna, Ferrara, Cesena e Forlì. A nostro giudizio non è stato centrato l'obiettivo di promuovere eccellenze e bellezze dell'intera Romagna con una campagna promozionale che avrebbe dovuto essere più coerente nel rispetto di realtà prestigiose e delle presenze turistiche significative che rappresentano. Non vuole essere una sterile polemica ma piuttosto un contributo per lavorare sempre meglio. Comprendiamo le motivazioni che Apt ha spiegato e che è impossibile accontentare sempre tutti, soprattutto siamo consapevoli che certe opportunità quando si presentano vanno colte. Confidiamo però che le prossime azioni diano lo stesso risalto alle altre località della Romagna.

Torna la Festa del Pesce in centro storico C'è anche lo stand Arte-Confcommercio

Dopo un anno di stop a causa della pandemia, torna a Cesenatico dal 30 ottobre al 1° novembre la Festa del Pesce organizzata da Confcommercio e Confesercenti in collaborazione con il Comune di Cesenatico. Stand gastronomici, espositori ed ambulanti, eventi di intrattenimento e attività rivolte ai più piccoli, per le vie del centro di Cesenatico. Distanze e spazi maggiori per garantire le disposizioni anti-covid. Tre aree di somministrazione: una in Via Anita Garibaldi con i piatti delle associazioni dei ristoratori, uno presso l'area del mercato ittico con protagonisti i pescatori ed un terzo presso la piazza del Monte. Espositori dell'oggettistica e dell'artigianato lungo le sponde del Porto Canale, in Piazza Ciceruacchio e nelle vie del centro storico, il mercato ambulante tra via Garibaldi e viale Carducci. Confcommercio Cesenatico, oltre ad essere titolare ed organizzatrice della manifestazione, partecipa come tradizione anche con lo stand dei propri ristoratori sotto l'insegna di Arte-Confcommercio.

Nelle foto l'affollato stand Confcommercio nell'ultima edizione del 2019 e i vertici Confcommercio cesenate fuori dello stand.

CONVEGNO IL 18 NOVEMBRE AL PALAZZO DEL TURISMO

Imprese turistiche, il punto sui finanziamenti

Dalla collaborazione e dalla sinergia di Confcommercio di Forlì-Cesena, Confcommercio Cervia, RiGenera Impresa e Finpromoter, scaturisce un'iniziativa di grande portata che coinvolge gli attori della filiera turistica della nostra riviera, reduce da un'estate positiva ma che non si deve adagiare sugli allori della ritrovata piena ripartenza e deve puntare alla qualificazione e alla innovazione delle strutture e del comparto facendo tesorodegli strumenti incentivanti a disposizione.

Giovedì 18 novembre alle 16.30 al palazzo del turismo di Cesenatico in via Roma si terrà il convegno "Strumenti per il sostegno finanziario alle imprese turistiche". All'incontro, promosso da Confcommercio

Forlì-Cesena e Confcommercio Cervia con la collaborazione di Rigenera Impresa e Fin.promo.ter saranno approfonditi i principali interventi agevolati previsti per il settore ricettivo e le modalità più efficaci e performanti per realizzare un'ottimale gestione finanziaria delle imprese, dal momento che la solidità del singolo elemento della filiera è un prerequisito necessario per rende la squadra più forte eamalgamata nell'asticella alzata verso l'alto. "Il convegno – rimarcano i padroni di casa Augusto Patrignani presidente Confcommercio cesenate e Giancarlo Andrini, presidente di Confcommercio Cesenatico - sarà l'occasione per raccogliere stimolanti input per concorrere allo sviluppo e alla riqualificazione del nostro sistema ricettivo e dell'intera riviera in un'ottica di collaborazione fra realtà adiacenti come Cesenatico e Cervia". L'invito è stato esteso all'assessore regionale al turismo Andrea Corsini.

FONDI PER LO STOP FORZATO DETERMINATO DAL COVID

Sport dilettantistico, arrrivano i ristori

di ALBERTO PESCI

Impianti sportivi chiusi, campionati, tornei, corsi, competizioni annullate: la diffusione del virus Covid 19 e il perdurare della pandemia hanno duramente colpito il sistema sportivo regionale dilettantistico, che si trova ad affrontare una crisi economica senza precedenti. Per dare un sostegno concreto al settore dello sport scende in campo la Regione, mettendo a disposizione come ristori per le perdite subite - attraverso un bando approvato in questi giorni dalla Giunta - 4,5 milioni di euro, di cui 4 destinati alle associazioni sportive dilettantistiche e altri 488 mila alle società sportive dilettantistiche. Il contributo per ogni beneficiario sarà di 4.000 euro una tantum, che scenderanno a 2.000 nel caso di realtà che abbiano già ottenuto altri sostegni regionali nell'ambito delle misure di attenuazione delle difficoltà derivanti dall'emergenza Covid-19. Per partecipare al bando, associazioni e società dovranno possedere alcuni requisiti, tra cui avere sede legale e operare in Emilia-Romagna, essere iscritte al registro nazionale del Coni o al Cip (Comitato Italiano Paraolimpico), essere in situazione di regolarità contributiva; ulteriore condizione, quella di aver subito, alla fine del 2020, un calo dei tesserati maggiore del 20% rispetto all'anno precedente.

Si potrà presentare la domanda dalle ore 10 del 3 novembre fino alle ore 13 del 15 novembre autocertificando un calo dei tesserati maggiore del 20% alla fine del 2020, rispetto all'anno precedente. I contributi saranno assegnati seguendo l'ordine cronologico di trasmissione sulla piattaforma delle domande ammissibili, fino all'esaurimento delle risorse disponibili.

Finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione

di ANDREA CASADEI

Riapre il Fondo sull'internazionalizzazione grazie alle risorse dell'Unione Europea NextGeneration a valere sul Pnrr. È possibile richiedere un finanziamento a tasso agevolato con una quota a fondo perduto fino al 25%, nel limite di agevolazioni pubbliche complessive concesse in regime di Temporary Framework (subordinatamente alla preventiva autorizzazione da parte della Commissione europea), e senza necessità di presentare garanzie (fino al 31 dicembre prossimo e nel rispetto del plafond de minimis dell'impresa).

Sono previste tre tipologie di finanziamenti dedicate esclusivamente alle pmi: transizione digitale ed ecologica delle PMI a vocazione internazionale; sviluppo del commercio elettronico; partecipazione a fiere e mostre.

Il Comitato di Simest ha deliberato la riapertura, a decorrere dalle 9.30 del 28 ottobre 2021. È possibile accedere alla piattaforma per il precaricamento dal 21 ottobre. L'ordine di inserimento della richiesta non costituisce priorità di accesso ai fondi.

Investimenti in ricerca e sviluppo 4.0

La legge di bilancio 2021 ha modificato e potenziato la disciplina del credito d'imposta per investimenti in attività di ricerca e sviluppo, innovazione tecnologica e altre attività innovative (design e ideazione estetica) introdotto con la Legge di Bilancio 2020.

Il credito d'imposta è prorogato fino al 31 dicembre 2022, quindi copre tre annualità. Prevede specifici criteri per la corretta applicazione delle attività eleggibili (ricerca & sviluppo, innovazione tecnologica - anche con obiettivi green e 4.0 - design e ideazione estetica svolte dalle imprese dei settori tessile e moda, calzaturiero, occhialeria, orafo, mobile e arredo e della ceramica); Introduce aliquote differenziate in base alle attività agevolabili, da calcolare sull'intero ammontare delle spese ammissibili sostenute nel periodo d'imposta agevolato e non più sulla spesa incrementale come avveniva nella precedente disciplina (il triennio 2012-2014 diventa ininfluente). Può essere utilizzato esclusivamente in compensazione mediante modello F24 in tre quote annuali di pari importo, a decorrere dal periodo d'imposta successivo a quello di maturazione, subordinatamente all'avvenuto adempimento degli obblighi di certificazione contabile delle spese sostenute (rilasciata dal soggetto incaricato della revisione legale dei conti).

Sono considerate attività di ricerca e sviluppo ammissibili al credito d'imposta le attività di ricerca fondamentale, di ricerca industriale e sviluppo sperimentale in campo scientifico o tecnologicoSono considerate attività di innovazione tecnologica ammissibili al credito d'imposta le attività, diverse da quelle indicate previste per la ricerca e sviluppo, finalizzate alla realizzazione di prodotti o processi di produzione nuovi o sostanzialmente migliorati. Se legate al raggiungimento di un obiettivo di transizione ecologica o di innovazione digitale 4.0, tali attività ottengono una maggiore intensità agevolativa.

Sono considerate attività innovative ammissibili le attività di design e ideazione estetica svolte dalle imprese operanti nei settori tessile e moda, calzaturiero, dell'occhialeria, orafo, del mobile e dell'arredo e della ceramica, per la concezione e realizzazione dei nuovi prodotti e campionari.

Nella foto lo staff di Rigenera-Impresa

IMPRESE FEMMINILI

Il fondo regionale agevola gli investimenti

La Regione Emilia Romagna ha reso esecutiva una misura finalizzata a favorire l'avvio, la crescita e il consolidamento di attività imprenditoriali a conduzione femminile (con la maggioranza dei soci donne e professioniste). Sono ammissibili gli interventi relativi a ristrutturazioni edilizie, acquisto di macchinari, attrezzature, impianti, hardware e software, arredi, brevetti, iniziative promozionali e partecipazione a fiere ed eventi, consulenze specialistiche e spese per formazione.

I soggetti beneficiari sono micro e piccole imprese singole o associate (compresi consorzi, società consortili e cooperative) e professioniste con partita Iva con sede legale e o operativa in Emilia-Romagna che alla data di presentazione della domanda abbiano iniziato l'attività da non più di cinque anni. Per essere classificate come imprese femminili le società cooperative e di persone dovranno avere come soci almeno il 60% di donne; nel caso di società di capitali dovranno essere intestate alle donne imprenditrici almeno i due terzi delle quote di partecipazione (la stessa percentuale minima è richiesta per la composizione degli organi di amministrazione). L'agevolazione prevede un contributo a fondo perduto non superiore al 40% dei costi ammissibili, con un massimo di 30mila euro ad impresa (per la parte non coperta dal finanziamento agevolato eventualmente ottenuto attraverso i fondi Microcredito o Starter). L'intervento minimo ammissibile previsto ammonta a ottomila euro.