

# CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

## L'ORA DELLA RIGENERAZIONE

IL COMMENTO

di AUGUSTO PATRIGNANI

**Dalla periferia  
al centro  
via il degrado  
e far bella la città**

Abbiamo scelto una foto emblematica: un negozio che torna a riempirsi, in uscita (speriamo) dalla pandemia, le colonne di un edificio che hanno bisogno di rigenerazione, alcune biciclette, uno dei mezzi di trasporto che favoriscono una equilibrata plurimobilità urbana, insieme all'auto, che è assurdo demonizzare visto che rappresenta il principale strumento degli spostamenti, e ai mezzi pubblici. È stata scattata in via Zeffirino Re, nel cuore urbano. Ci occupiamo in profondità di centro storico all'interno, ma qui vorrei fare un discorso più ampio. Confcommercio lavora per la città intera, dalla periferia al centro. Da sempre, da 76 anni, quando iniziò il radicamento nel nostro territorio. Noi agiamo per contribuire a rendere la città meno degradata, più vivibile, fruibile e accessibile, con sempre maggiori servizi, a partire da quello del commercio al dettaglio che come organizzazione di categoria ogni giorno affianchiamo con i nostri servizi e le nostre consulenze nella impegnativa partita dello sviluppo.

Per Cesena e per molti altri comuni comprensoriali si sta per chiudere il terzo anno di legislatura e andiamo verso la stretta finale, l'ora della verità. Ne restano due, è ora di stringere con i fatti e le opere.

Scatta l'ora della rigenerazione. Riguarda il centro storico, ora di nuovo al centro dell'attenzione, ma riguarda anche tutti e dodici quartieri cittadini del comune capo comprensorio e anche tutte le altre municipalità, inclusa la splendida Longiano dove si andrà al voto per eleggere sindaco e giunta il 12 giugno.

Che cosa significa rigenerare? Rilanciare la città con interventi che rendano fruibili spazi e luoghi per i servizi, il commercio, la vita comunitaria. La sfida riguarda in primo luogo il centro storico, per il quale la giunta ha approvato un piano straordinario di rilancio, ma anche tutte le frazioni da Ruffio a Borello, da Pievesestina a Macerone, per citarne solo alcune.

Rigenerare significa anche collegare fra loro in modo armonico le piste ciclabili indirizzandole in continuità verso

il centro, concretizzando il progetto di bicipolitana presentato dal Comune. Rigenerare significa intervenire su edifici dismessi, su porticati e gallerie trovando accordi tra pubblico e privato per dare un volto nuovo e più bello alla città. Rigenerare significa rilanciare la rete distributiva, sottraendo all'inerzia e al buio locali sfitti. Rigenerare significa illuminare di più i nostri quartieri periferici in cui esistono situazioni di preoccupante degrado, che fomenta insicurezza e alimenta i crimini. Rigenerare significa incrementare i servizi nelle parti di città in cui sono carenti.

Tutta la città deve essere più servita, accessibile, vivibile, con una mobilità agevole per tutti mezzi di locomozione e con la sosta comoda a servizio di uffici e negozi, dalle frazioni periferiche al cuore della città. In centro storico bisogna riportare funzioni, debbono reinsediarsi uffici, oltre ai negozi. Va alimentata la vita urbana, e la periferia deve essere sottratta al degrado. Ci sono due anni per far scattare la rigenerazione, con fatti e opere concreti.



## Più sosta in centro, è ora di intervenire

È l'adeguamento in senso rafforzativo della sosta una delle questioni all'ordine del giorno per il rilancio del centro storico che l'amministrazione comunale si prefigge di realizzare con un piano strategico su cui ci confronteremo con la consueta disponibilità? Secondo Confcommercio sì. Una delle questioni. Non la questione. Così la pensano gli imprenditori commerciali insediati nell'area antica che se fossero contattati ad uno alla domanda se la sosta agevole e consistente è indispensabile, risponderebbero sì. Per tutte le forme distributive. Confcommercio in questi anni ha offerto tanti contributi allo sviluppo del centro, promuovendo iniziative e progetti sulla rigenerazione, sulla micromobilità, su interventi di arredo urbano e di lotta al degrado nelle parti del cuore più degradate. Tutto si potrà dire, ma non che il nostro approccio non sia equilibrato e multilaterale, nella sottolineatura che per rilanciare il centro si debba agire su più versanti. Fra questi, annoso, figura il versante della sosta. L'amministrazione comunale ha inserito nel programma di legislatura un intervento per nuovo parcheggio a servizio del centro storico. Di quale si tratta? Quando verrà realizzato? Non è ora di svelare le carte e agire? L'ultimo parcheggio al servizio del centro non è stato realizzato, ma tolto: quello di piazza della Libertà, storicamente il più utilizzato. La nostra associazione ha avanzato varie proposte per mettere a disposizione altri posti per la sosta, ma dopo un iniziale utilizzo per una ventina di posti del cortile dell'ex caserma dei Carabinieri in via Montanari, nessuna soluzione è stata apportata. Di parcheggi agevoli e non distanti dal centro hanno bisogno i clienti dei negozi del centro e i residenti stessi, per i quali abbiamo chiesto un parcheggio ad hoc.

Confcommercio cesenate si augura che l'amministrazione comunale nel suo progetto di rilancio del centro includa un intervento di adeguamento della sosta, indispensabile per aumentare l'attrattività e fruibilità del centro. Se non fosse contemplato, a parte il non rispetto del programma di legislatura, si tratterebbe di un intervento monco destinato a non sortire effetti positivi. Agire solo sul versante della pedonalizzazione senza creare nuova sosta sarebbe un approccio non equilibrato, non sostenibile e siamo certi che l'amministrazione non incorrerà in un errore del genere.

Ribadiamo: i parcheggi non solo il problema del centro, ma uno dei problemi. Il centro si rigenera affrontandoli tutti in maniera sistemica, incluso la rifunzionalizzazione del cuore urbana, che a noi, insieme alla rigenerazione su cui abbiamo presentato un progetto all'amministrazione comunale, la vera grande sfida: ridare più funzioni al centro storico come luogo di vita, incontro, socializzare azione, lavoro, con più uffici, più servizi, più negozi. Per anni si è pontificato che dal centro si doveva espellere. Noi riteniamo che si debba interdire rotta e che si tratta di riportare attività e uffici, di re-includere. Vanno bene i pubblici esercizi, ma un centro solo di bar e ristoranti sarebbe una mutazione genetica che toglierebbe identità al cuore della città. Quindi più vita e più servizi, perché la gente va dove c'è vita.

**Augusto Patrignani**  
(presidente Confcommercio cesenate)



LE NOSTRE PROPOSTE PER INTERVENTI IMMEDIATI

## Il decalogo di Confcommercio per il rilancio del 'cuore'

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Nel ritrovato dibattito sulla rigenerazione del cuore urbano, di cui Confcommercio cesenate è sempre stata alimentatrice, e che prende spunto dall'approvazione del piano strategico di rilancio del centro storico approvato in consiglio comunale, ci permettiamo di presentare un decalogo, fatta salva la nostra disponibilità al confronto con l'amministrazione comunale sullo strumento elaborato.

Primo punto: pragmatismo. Vanno definiti interventi chiari, con identificazione dei tempi di realizzazione, senza mettere troppa carne al fuoco e perdersi in annunci roboanti.

Secondo punto: evitare approcci ideologici, fumosi, che trattano la materia prendendola alla lontana con frasi fatte e con linguaggio morto. Favorire un sostegno concreto alle funzioni del commercio e della cultura pilastri del centro. Dimostrare di avere un approccio laico alla mobilità non facendosi paladini di sistemi integralisti che pretendano di rieducare i cittadini agli spostamenti, ma rispettando la loro libertà in una pluralità di modalità considerando che il mercato dell'auto è indirizzato verso la svolta elettrica. Fornire

più spazi per la sosta agevole in particolare nella zona del teatro Bonci, ma non solo. Procedere alla attuazione realistica di zone pedonali in luoghi di particolare pregio; ripensare l'arredo urbano nelle piazze e nelle vie



del centro studiando un piano uniforme e armonico. Realizzare interventi calmieranti sui negozi sfitti per ridurre l'Imu a chi li dà in locazione a canoni abbassati. Procedere all'approntamento di un piano di eventi di qualità per elevare l'attrattività del centro

coniugando le due funzioni culturale e commerciale.

Dare concretezza a interventi di rigenerazione, da tempo caldeggiati da Confcommercio anche con uno studio del Cat Ascom Servizi, da effettuare su parti del centro degradate con ripristino e riutilizzo di edifici anche con funzione commerciale. In questo modo il centro storico può diventare più attrattivo e portare dentro grandi firme che possono renderlo più competitivo. In definitiva: pochi proclami e molti fatti con ben segnalati step e scadenze da rispettare e comunicando gli interventi in forma chiara, con ben specificati quando verranno definitivamente realizzati e saranno appannaggio effettivamente della città, tenendo conto che ci sono due anni di qui alla chiusura della legislatura per portarli a termine, almeno quelli fondamentali. Come fanno i buoni padri di famiglia che quando in casa informano che verrà acquistato o realizzato qualcosa indicano subito il tempo, e non si riferiscono genericamente al futuro.

**presidente Confcommercio cesenate**



RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

# Serve un parcheggio per i residenti dell'area antica



I residenti del centro storico reclamano stalli per i parcheggi e Confcommercio comprende perfettamente l'esigenza di coloro che nel cuore urbano abitano che insieme ai commercianti sono i protagonisti del centro, gli uni perché ci vivono e gli altri perché ci lavorano. Confcommercio ha sempre rimarcato che le rispettive esigenze vanno tutelate e rese armonicamente complementari, e questo riguarda anche la questione della mobilità e della sosta. Le case, come i negozi, debbono essere fruibili e accessibili in maniera agevole e non procurando disagi a chi li deve raggiungere, come in generale il centro storico

deve essere fruibile e accessibile alla città, visto che è la sua vetrina. Ecco allora che Confcommercio cesenate propone di realizzare un parcheggio nuovo per i residenti, o in ogni caso aree mirate per la loro sosta, così che gli stalli che usano già possano essere utilizzati dai fruitori del centro per l'apporto liberandoli. L'esigenza di sosta dei residenti va soddisfatta anche rendendo disponibili con un abbonamento calmierato quelli i posti dei silos. Confcommercio si fa dunque carico di una richiesta e di una istanza che proviene dai negozianti in centro storico, i quali auspicano che i residenti possano essere soddisfatti nelle loro giuste aspettative e segnalano che numerosi stalli su strada vengono utilizzati da chi abita in centro e parcheggia nei posti demarcati con la linea blu che i residenti possono utilizzare, e quindi approntare un parcheggio nuovo



per i residenti avrebbe l'effetto di soddisfare i loro bisogni ma anche di riflesso apportare benefici a tutti gli altri fruitori del centro storico. Ci sarebbero dunque vantaggi per il bene comune e collettivo. Ci pare infine che in tal senso fossero state date rassicurazioni in campagna elettorale nel programma del sindaco e quindi un intervento immediato per

realizzare un parcheggio per i residenti sia un atto dovuto, logico e conseguente, così come in generale sia doveroso rilanciare una politica della mobilità e della sosta che renda il centro uno spazio agevolmente raggiungibile perché la bellezza non va imprigionata in troppe gabbie.

**Augusto Patrignani,**  
**presidente Confcommercio cesenate**

L'ASSESSORE AL COMMERCIO FERRINI ILLUSTRÀ I PIANI DELL'AMMINISTRAZIONE

## “Il progetto della giunta di Cesena per ridare slancio al centro”

Nel consiglio comunale del 12 maggio scorso l'amministrazione comunale di Cesena ha approvato il piano strategico di rilancio del centro storico, con i voti favorevoli dei due gruppi di maggioranza, Pd e Cesena 2024, e contrari dei gruppi di opposizione, Lega, Cambiamo, Cesena Siamo Noi e M5S.

Sulla rigenerazione del centro storico di Cesena è in atto da tempo un dibattito e la pandemia ha accelerato i tempi garantendo una significativa e percettibile evoluzione sul fronte del commercio, della programmazione culturale e dell'interazione tra luoghi e cittadini. È questo, in sintesi, il riscontro fornito dall'assessore allo Sviluppo economico Luca Ferrini (nella foto) sulla base del percorso partecipativo per l'analisi, lo studio e l'elaborazione di prospettive di sviluppo del centro storico, affidato dall'Amministrazione comunale all'Associazione Principi Attivi, ma anche in riferimento ai dati demografici ed economici del centro storico e della Ztl elaborati dal Servizio statistica associato del Comune.

Dagli studi effettuati risulta come il centro cittadino di Cesena (5990 residenti), diversamente da altre aree della città, negli ultimi anni sia stato interessato da un ripopolamento, prediligendo un aumento dei nuclei familiari ridotti (spesso unipersonali). Tale incremento della popolazione residente non ha riguardato un'immigrazione straniera né, come evidente, è risultato determinato da un innalzamento del numero degli alloggi, essendo il patrimonio immobiliare rimasto



restituire vita agli spazi in disuso e creare occasioni di incontro tra commercianti e cittadini. “Dopo una concreta sperimentazione avviata nel corso di questi due anni – prosegue l'assessore Ferrini – nei prossimi diciotto mesi proseguiamo con azioni di sviluppo che seguiranno le strategie fino ad oggi attuate. In modo particolare ci concentreremo

invariato. Anche le realtà produttive e commerciali, a dispetto degli anni di crisi alle nostre spalle e degli effetti depressivi della pandemia da Covid-19, hanno registrato un progressivo aumento dei numeri, con particolare riferimento al versante della ristorazione e dei pubblici esercizi.

“Uno sguardo mirato sul centro storico – commenta l'assessore Luca Ferrini – ci consente di formulare una lettura aggiornata sull'andamento socio-economico e culturale del nostro territorio che, dati alla mano, segue la stessa tendenza di tutte le altre città italiane. Da tempo infatti i centri città sono interessati da una serie di politiche di promozione, valorizzazione e rigenerazione avviate dai Comuni, in collaborazione con gli altri enti locali e le Associazioni di categoria, nel momento in cui il commercio di vicinato ha subito un significativo indebolimento. La pandemia ha acuito alcune tendenze, creando gravi e preoccupanti difficoltà a famiglie e imprese, e ne ha modificate delle altre, ma ciò che emerge è un dato importante per Cesena: il nostro centro storico ha registrato non poche aperture di nuovi esercizi commerciali. Nonostante questo, occorre però continuare a so-

stenere lo sviluppo creando tutte le condizioni per favorire la giusta cornice in cui far crescere un commercio di qualità, capace di portare creatività e valore e di ridefinire gli spazi pubblici, rendendoli age-



volmente frequentabili, pedonabili e attraenti. Da oltre un anno con l'e-commerce di 'Io sono Cesena', e il relativo circuito del cashback, stiamo cercando di tutelare i negozi di prossimità, anche attraverso politiche attive tese alla costruzione di una proposta commerciale ed economica di rete che da un lato avvicina il consumatore all'offerta locale e dall'altra consente al cittadino di raggiungere facilmente il centro città”.

“Costruire il futuro del centro storico - aggiunge l'assessore Ferrini - significa dunque lavorare su cin-

que temi cruciali: utilizzo dei grandi spazi (come le piazze e le vie più ampie); grandi negozi e piccolo commercio di vicinato; pedonalizzazione; mettere al centro i giovani e gli anziani, anche attraverso il lavoro svolto dalle Associazioni operanti sul territorio; sviluppare ulteriori processi partecipativi al fine di rendere il centro città un grande e accessibile spazio pubblico multifunzionale”.

“Altri obiettivi sono organizzare eventi ai giardini Serravalle e giardini pubblici - aggiunge l'assessore Ferrini - ; incentivare l'utilizzo della bici con bike to shop, adottare servizi di sosta come MyCicero e rendere gratuito il parcheggio Mattarella nel fine settimana. Allestire eventi nei luoghi pubblici,

NEL CENTRO STORICO

### Insediate 1370 imprese

Nel 2021 sono 1.370 le imprese registrate nel centro storico: il 44% riguarda il commercio e turismo, il 39% i servizi e il 17% il resto. A partire dal 2016 il problema delle chiusure commerciali si è acuito tanto che la riduzione degli esercizi commerciali ha toccato il punto minimo

nel 2019, e il 2020, caratterizzato dal lockdown, non ha fatto registrare miglioramenti rispetto all'anno precedente. Di buon auspicio, invece, la situazione in centro storico che si registra a partire dal secondo semestre 2021: commercio, servizi e costruzioni sono in netta ripresa.

LA RICHIESTA DI FNAARC A TUTELA DEGLI AGENTI DI COMMERCIO

## Caro carburante, intervenga un'authority europea

“Contro il caro carburante l'impegno del Governo per interventi che riducano il prezzo, è apprezzabile, ma non sufficiente. Come già espresso dal ministro della Transizione Ecologica Roberto Cingolani, c'è in atto una speculazione ingiustificata. Occorre un'authority europea che sia immediatamente operativa per calmiere i costi ed intervenire sulle anomalie dei mercati delle materie prime”: lo propongono il presidente nazionale di Fnaarc Alberto Petranzan, la Federazione degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio e il presidente cesenate Augusto

Patrignani (nelle foto). “Per noi agenti che abbiamo nell'auto un vero e proprio ‘ufficio’ con una media annua di oltre 60mila chilometri percorsi – spiegano Petranzan e Patrignani – l'aumento del carburante incide in modo significativo: tra i 4 e 5mila euro in più sulla nostra attività con i margini già assottigliati per l'aumento dei costi e la diminuzione delle vendite a causa della caren-



za di materie prime. E il tetto di deducibilità del costo dell'auto, 25mila euro, è bloccato da tempo ormai memorabile e non ci consente di acquistare auto ‘green’”. “Gli sconti grazie all'extragetto Iva - ed anche il taglio delle ac-

cise, che noi stessi avevamo indicato fra le misure possibili - per abbassare la ‘febbre’ del prezzo del carburante, non sono più sufficienti a causa degli importanti rialzi del prezzo degli ultimi giorni, non risolvono il problema e riportano tutt'al più la situazione a un po' di giorni fa quando i carburanti costavano 15/20 centesimi in meno. Agire in fretta sui costi del carburante e dell'energia è indispensabile – sottolineano Petranzan e Patrignani – nonostante la drammatica guerra in Ucraina e le conseguenze internazionali, il rincaro così accentuato del carburante non trova giustificazione” Altro che ripresa. I mercati si stanno nuovamente bloccando. Bisogna agire in fretta per calmiere i costi e ridare così fiato e fiducia alle imprese”.

CONFCOMMERCIO A SALVAGUARDIA DELLE IMPRESE

## Pagamenti digitali, incentivazione senza sanzioni

di **GIORGIO PIASTRA**

La diffusione dei pagamenti elettronici va perseguita mettendo in campo scelte decise di abbattimento delle commissioni e dei costi a carico di consumatori e imprese, a partire dal potenziamento dello strumento del credito d'imposta sulle commissioni pagate dall'eser-

cente e prevedendo la gratuità dei cosiddetti micropagamenti.

È così che Confcommercio commenta l'anticipazione al prossimo 30 giugno, rispetto alla scadenza fissata in precedenza al primo gennaio 2023, della multa (sanzione amministrativa fissa di 30 euro più il 4% della transazione rifiutata) per gli esercenti che non dovessero accettare pagamenti con carte di credito e di debito.

La misura fa parte del “pacchetto” di norme fiscali inserite in un decreto di attuazione di alcuni obiettivi del Pnrr approvato dal Consiglio dei ministri. Puntare asimmetricamente sulle sanzioni non giova ai processi di modernizzazione del sistema dei pagamenti, peraltro già in pieno sviluppo. La misura verrà ap-

plicata a tutti coloro che già dovrebbero accettare carta e bancomat con un Pos. Questo significa che la norma riguarda chiunque offre prodotti e servizi al pubblico. Esercenti quindi, ma anche professionisti come medici, avvocati, tassisti. Già in passato erano stati fatti tentativi in questa direzione mai però trasformati in sanzioni. Puntare solo sui provvedimenti sanzionatori non giova ai processi di modernizzazione del sistema dei pagamenti secondo Confcommercio che ha già espresso la sua contrarietà alle sanzioni e ha chiesto una riduzione generalizzata degli oneri economici legati all'accettazione dei pagamenti elettronici in modo da non penalizzare imprese e professionisti tenuti al rispetto degli obblighi normativi.

L'8 giugno si svolgerà la 36ma Assemblea generale di Confcommercio all'Auditorium della Conciliazione di Roma con il tradizionale intervento del presidente Carlo Sangalli (nella foto) e la partecipazione di rappresentanti dell'esecutivo. L'appuntamento, si terrà alle ore 15. L'incontro di quest'anno ricopre un valore simbolico straordinario perché è il ritorno alla normalità. Infatti, dopo le edizioni contraddistinte dal covid, si torna ad una partecipazione

ampia di moltissime delegazioni territoriali. Anche i contenuti della relazione del presidente Sangalli

richiameranno gli ultimi effetti della pandemia con la necessità di dare una prospettiva di maggior crescita all'economia. Crescita che può avvenire solo a due condizioni: il successo della diplomazia

internazionale per fermare la guerra in Ucraina e la messa a terra del Pnrr per sfruttare a pieno e bene le risorse che ci vengono dall'Europa.



FELLONI NUOVO PRESIDENTE NAZIONALE

## Nuove cariche in Federmoda, Vignatelli nel consiglio nazionale

Rinnovo delle cariche in seno a Federmoda Confcommercio. Giulio Felloni, imprenditore del tessile abbigliamento a Ferrara, è il nuovo presidente nazionale di Federazione Moda Italia-Confcommercio per il prossimo mandato 2022/2027. Lo ha eletto il 9 maggio a Roma l'Assemblea generale della Federazione, che rappresenta circa 30mila imprese attive nel settore moda del tessile, abbigliamento, calzature, pelletterie, accessori, tessile casa e articoli sportivi.



“È davvero con emozione – commenta il neopresidente Felloni – che mi accingo ad affrontare questo nuovo incarico. Prestigioso perché mi darà l'opportunità di valorizzare il ruolo e le caratteristiche peculiari del negozio di vicinato nella filiera del tessile abbigliamento ed all'interno della strategia turistica del nostro Paese. Impegnativo perché veniamo da due anni complessi ai quali dovremo rispondere con ini-

ziative e progetti che promuovano il Made in Italy, fornendo inoltre chiarezza sulle normative, facilitando l'accesso al credito, e condividendo programmi con il mondo della Cultura, Istruzione e della Professione a tutti i livelli. Rivolgerò una particolare attenzione, insieme a tutto il nuovo consiglio nazionale di Federazione Moda, a sostenere le imprese già esistenti sul territorio ed a favorire l'apertura di nuove realtà commerciali

– conclude Felloni – soprattutto attuate da imprese femminili e da giovani imprenditori. Il negozio di vicinato rappresenta il fulcro della città oltre che sul piano economico anche sociale”.

Nel consiglio nazionale è entrato a far parte il presidente di Confcommercio di Forlì Giuseppe Vignatelli, (nella foto) vicepresidente dell'Unione provinciale di Forlì-Cesena, presieduta da Augusto Patrignani.

Ha chiuso l'attività e una carriera professionale di alto livello Ivana Arrigoni (nella foto), presidente uscente di Federmoda Confcommercio cesenate, titolare del negozio di abbigliamento ‘Nereidi’ in via Strinati.



“Ho iniziato a lavorare in banca,

- rievoca - poi ho coronato il mio sogno di divenire imprenditrice nel commercio aprendo il negozio in piazza della Libertà poi trasferito in via Strinati anche a causa dell'odissea di interventi nella piazza della Libertà con la chiusura del parcheggio che ha causato lo spopolamento commerciale. Mi sono battuta sempre con trasporto per la valorizzazione del centro storico che deve essere reso attrattivo con servizi e piena accessibilità e dal canto loro gli imprenditori commerciali debbono puntare sulla qualità del servizio e sul rapporto fiduciario con i clienti, utilizzando anche l'e-commerce in appoggio al negozio fisico insostituibile, ma debbono essere messi in condizione di operare al meglio da chi amministra servendo il centro anche di una rete adeguata di aree della sosta e promuovendo eventi di alto livello. Purtroppo negli ultimi quin-

CHIUSO IL NEGOZIO NEREIDI IN VIA STRINATI

## Ivana Arrigoni va in pensione, commerciante che ha fatto scuola

dici anni questo non è avvenuto e sono state condotte scelte deleterie a danno del centro. Il mio auspicio è che i giovani entrino in questo bellissimo anche se complesso mestiere portando linfa nuova nel settore. Fondamentale è anche servirsi di portali per promuovere online la propria attività, ma la centralità del negozio fisico resta un punto fermo.

In via Strinati in questi anni c'è stata grande collaborazione tra i commercianti e abbiamo realizzato iniziative e interventi di abbellimento della nostra arteria commerciale. La gioia più grande sono state le attestazioni di stima, affetto e gratitudini delle mie clienti”.

“Confcommercio ringrazia per il suo impegno in seno a Federmoda Ivana Arrigoni - mette in luce il presidente Augusto Patrignani -. È una delle imprenditrici commerciali di maggior spicco, dinamismo, lungimiranza e apertura all'innovazione nel nostro territorio, una degna presidente di categoria che ha tenuto alta la grande tradizione del commercio di abbigliamento cittadino e le auguriamo un meritato riposo dopo la sua appassionata e proficua attività”.

CONFCOMMERCIO ACCOMPAGNA LE IMPRENDITRICI ALL'ACCESSO AI FINANZIAMENTI

## Un fondo incentivante per il rilancio delle imprese rosa

Di ALBERTO PESCI



Per le imprese femminili si concretizza un'opportunità importante per crescere e consolidare la propria attività. Si tratta del "Fondo impresa femminile" previsto dal Mi-

nistero dello Sviluppo Economico per realizzare progetti innovativi nei settori dell'industria, artigianato, trasformazione dei prodotti agricoli, servizi, commercio e turismo. Le nuove imprese o quelle costituite da meno di 12 mesi potranno presentare le domande di adesione a partire dal 19 maggio mentre per tutte le altre la data è quella del 7 giugno. Sul piatto ci sono 200 milioni di euro (160 di fondi Pnrr e 40 milioni già stanziati nella legge di bilancio 2021) sotto forma di contributi a fondo perduto e finanziamenti agevolati. Le imprese femminili associate a Confcommercio Cesena sono circa seicento. Le categorie di

imprese femminili maggiori sono agenti immobiliari (16%), bar e ristoranti (14%) abbigliamento (9%), ambulanti (7,5%), ma in generale si rinviene un eclettismo sviluppato e creativo da parte dell'universo imprenditoriale femminile.

I problemi delle imprese rosa sono né più né meno quelli delle piccole imprese dettaglianti alle prese con il lungo tunnel della crisi acuito da guerra e pandemia: la crisi dei consumi, la difficoltà nell'accesso al credito agevolato, il non sempre valorizzato ruolo del commercio e del terziario nei nostri comuni come si evince anche da scelte urbanistiche e sulla circolazione non premianti

per le imprese. A questi problemi che si sono cronicizzati si aggiungono altre annose difficoltà, per così dire di genere, cioè peculiari delle imprese guidate da donne, a partire dalla difficoltà di conciliare i tempi di lavoro con quelli della famiglia, a causa anche di un sistema degli orari dei principali servizi che mette in difficoltà le imprenditrici madri che debbono aver cura anche della famiglia.

'Terziario donna' è sorto in Confcommercio cesenate vari anni e stiamo lavorando su alcuni temi cruciali come l'assistenza e consulenza alle donne, imprenditrici o aspiranti tali, che hanno bisogno di

orientarsi sul mercato del lavoro, di capire le opportunità di inserimento e di crescita della loro attività e professionalità; la formazione finalizzata a far nascere e crescere una cultura d'impresa al femminile; l'informazione ed approfondimento sulle politiche delle pari opportunità e la consulenza sulle leggi di finanziamento che riguardano l'imprenditoria femminile, fra cui spicca il Fondo Impresa femminile, un treno da non perdere e il Servizio Credito di Confcommercio, unitamente a Ri-Genera Impresa, è a fianco delle imprese rosa per fornire tutte le necessarie consulenze.

APPELLO DI SIB E CONFCOMMERCIO AL PREMIER DRAGHI

## "Le spiagge non debbono andare alle multinazionali"

Il settore degli operatori balneari in queste ore è in fibrillazione con il presidente del Consiglio Draghi intenzionato a portare a compimento l'iter del ddl concorrenza al cui interno è contenuta anche la riforma delle concessioni balneari che dal 1° gennaio 2024 saranno riassegnate attraverso una gara con procedure a evidenza pubblica. Per quel che riguarda la nostra riviera si tratta di un comparto strategico della filiera turistica con ben 17 stabilimenti balneari di cui ben 127 a Cesenatico.

Simone Battistoni, presidente Sib Confcommercio regionale e vicepresidente nazionale, rivolge un appello al presidente Draghi: "La partita delle concessioni è aperta e rimane ancora da sciogliere il nodo degli indennizzi alla attività esistenti, che hanno investito e lanciato in orbita le strutture. Per Sib Confcommercio è prioritario tutelare un settore vitale per il turismo e l'economia del Paese. Senza mezzi termini bisogna rimarca-



re il rischio che incombe, quello delle multinazionali e dei fondi di investimento pronti ad acquisire gli stabilimenti con la spada di Damocle di disperdere il patrimonio della nostra valorosa imprenditoria territoriale, ma noi abbiamo la fiducia che il premier e l'esecutivo abbiano piena contezza dei danni che scaturirebbero se si verificassero ingressi di questo tipo nel settore. La conduzione familiare, la personalizzazione del servizio, sono stati i tratti distintivi del boom

turistico rivierasco avviato dai nostri padri nel Dopoguerra ancora oggi sono le nostre peculiarità, i tratti somatici del fare impresa degli stabilimenti balneari. E quindi non solo è doveroso, ma assolutamente dovuto riconoscere il valore aziendale dell'azienda. Si tratta di un passaggio chiave anche per favorire gli investimenti nel futuro e ciò vale per chiunque siano i concessionari. Si tratta di difendere il modello turistico romagnolo. Ci fa molto piacere che molti partiti e che il

presidente regionale Bonaccini e l'assessore al turismo Corsini si siano schierati dalla nostra parte e che sia emersa la consapevolezza generale che sarebbe un delitto colpire un modello sorto sulle fondamenta della professionalità, della dedizione al cliente, della ospitalità e dei servizi alle famiglie".

"La battaglia del Sib - aggiungono il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini - è anche la nostra battaglia. Gli imprenditori degli stabilimenti balneari hanno investito in strutture e professionalità e hanno creato un modello di turismo rivierasco che il mondo ci invidia. Vanno tutelati e salvaguardati. Il Governo non può e non deve assumere provvedimenti che provochino la dispersione di questo patrimonio del Paese".

Nelle foto da sinistra Augusto Patrignani, Simone Battistoni e Giancarlo Andrini

ELEZIONI AMMINISTRATIVE IL 12 GIUGNO. LE RICHIESTE DI CONFCOMMERCIO

## Longiano da rilanciare: più imprese, turismo e cultura

Il 12 giugno si terranno le elezioni comunali a Longiano per designare il nuovo sindaco che rileverà il testimone da Ermes Battistini e la nuova giunta.

I candidati sono tre: Mauro Graziano, attuale vicesindaco, per la lista di centrosinistra, Matteo Venturi, per la lista 'Siamo Longiano' di centrodestra e Valerio Antolini con la lista "Viva Longiano". Si tratta dell'unico comune del cesenate chiamato al voto in questa tornata amministrativa.

"Per Confcommercio Longiano è un fiore all'occhiello del territorio provinciale e romagnolo - afferma il presidente di Confcommercio Giovanni Anselmi - e una meta privilegiata dei turisti e dei visitatori. Bisogna pertanto incrementare questa peculiarità con iniziative culturali di livello che ruotino attorno ai suoi poli consolidati, dal Petrella al castello Malatestiana con la Fondazione Balestra, e sostenere le attività commerciali che concorrono a rendere più attrattiva l'immagine del paese, cercando di potenziare la rete distributiva" Dopo l'intervento di rigenerazione urbana nel borgo storico del paese, abbellito e rilanciato, bisogna proseguire l'opera con la promozione di eventi di richiamo per rinverdire la fama di Longiano, meta



pregevole e attrattiva. Per quel che riguarda invece le imprese di pianura sull'asse della via Emilia, motore economico del territorio, vanno accompagnate nel loro sviluppo creando un ambiente sempre più favorevole al fare impresa. Si tratta del fiore all'occhiello del comparto produttivo che necessitano di interventi usl versante infrastrutturale per rendere più agevole ed efficaci gli spostamenti. All'amministrazione chiediamo di ridurre il peso fiscale e burocratico e di rendere più agevole il fare impresa".

"La presenza di Confcommercio a Longiano è storica - rimarca il presidente - e il nostro contributo ad iniziative identitarie come ad esempio la Settimana Longianese è radicato nel tempo. Anche a Longiano le imprese sono la spina dorsale del territorio e risorsa per la comunità e vanno sostenute con politiche efficaci e incentivi per le neoimprese anche per evitare la desertificazione commerciale. Il ripopolamento commerciale del borgo deve essere un obiettivo della nuova amministrazione da realizzare con interventi incentivanti a favore delle piccole imprese".

PROSEGUE LA NOSTRA BATTAGLIA A FAVORE DEL TESSUTO PRODUTTIVO

## Camera di Commercio, serietà non polemiche Confcommercio Cesena e Forlì tutelano le imprese

Un rappresentante Cna di Forlì-Cesena ha sostenuto sulla stampa locale che sulla Camera di Commercio Romagna bisogna dare uno "stop alle polemiche e mettersi a lavorare".

Parole, spiace doverlo rilevare senza alcun senso, dal momento che la disputa che ha tenuto campo in questi mesi sulla nomina del presidente dell'ente camerale non può essere definita una polemica, né per i toni, corretti ed educati, sia per i contenuti che riguardavano una questione esiziale. E neppure un dopo-lavoro, dal momento che mentre Confcommercio di Cesena e Confcommercio di Forlì si sono schierate dalla parte delle imprese stavano facendo il loro lavoro, come ogni giorno.

Confcommercio di Forlì e di Cesena, lavorando nell'ambito del patto delle associazioni di categoria siglato qualche mese fa, hanno infatti difeso la nomina di un presidente che rappresentasse le imprese, mentre le associazioni dell'artigianato, di cui Ferro è rappresentante, hanno proposto un nome fuori da questa logica andando contro l'accordo siglato nel patto sottoscritto tra le organizzazioni di categoria. Dove sono le polemiche? Confcommercio di Forlì e Cesena non hanno mai attaccato le persone né polemizzato contro alcuno, hanno semplicemente dife-

so la dignità e l'interesse delle imprese che sono le beneficiarie dei servizi camerali e che rappresentano la ragione del nostro lavoro, il nostro motivo d'essere.

Quindi nessuna polemica, almeno da parte di Confcommercio di Forlì e di Cesena, ma solo l'affermazione di un principio costitutivo dell'ente camerale che, con il prevalere di altre logiche, è stato stravolto a danno delle imprese. Stravolgimento così grave, che ci ha spinto a non fare parte del consiglio direttivo dell'ente camerale di cui è stato nominato presidente una persona una persona che non rappresenta le imprese

Confcommercio di Forlì e Confcommercio di Cesena hanno lavorato in questi mesi, e lavorano ogni giorno per tutelare i diritti, le esigenze e gli interessi delle imprese, quindi non siamo certamente noi che dobbiamo metterci a lavorare. Per quel che ci riguarda continueremo ad esercitare la nostra rappresentanza d'impresa in maniera seria, trasparente, seguendo come una logica di rispondere alle imprese e non ad altri e tenere sotto osservazione l'operato dell'ente camerale nell'interesse delle imprese.

Confcommercio Cesena e Confcommercio Forlì

CONFCOMMERCIO PLAUDE AGLI INVESTIMENTI DELLA GIUNTA

## Bagno, campagne promozionali potenziate sul territorio

di GIUSEPPE CROCIANI

Confcommercio di Bagno di Romagna esprime soddisfazione per il fatto che l'amministrazione comunale ha deliberato i investimenti a sostegno del settore turistico, stanziando una budget complessivo di oltre centomila euro, che va a finanziare vari interventi. Si tratta, nello specifico, di uno stanziamento di 25mila euro è stato investito per l'implementazione di nuove campagne promozionali di rilievo nazionale. Un budget di 20 mila euro è dedicato al finanziamento

di un intervento di riqualificazione e valorizzazione complessiva del Sentiero degli Gnomi. Il progetto di riqualificazione e promozione della rete sentieristica locale, già appaltato per un importo di

53mila euro, riceve un ulteriore stanziamento di 20mila euro, che finanzia la Fase 2, relativa alla realizzazione di materiali cartacei e bacheche per il centro dei borghi. Entra nella programmazione anche un progetto di realizzazione delle luminarie natalizie, che viene sostenuto con un finan-



ziamento di ventimila euro; altri diecimila euro sono stati stanziati per potenziare la capacità di finanziamento dei bandi per la gestione della Fiera del Martedì a Bagno di Romagna e del Festival a San Piero.

Anche il Bando Eventi riceve un maggior stanziamento diciottomila euro, che va ad implementare il plafond a disposizione degli organizzatori di eventi sul territorio, che l'amministrazione ha voluto premiare per l'importante mole di progetti candidati che daranno vita ad un ricchissimo calendario estivo. Ulteriori 15mila euro sono stati stanziati per l'acquisto di fiori per i centri abitati turistici del territorio, per stimolare l'accoglienza ed il decoro dei borghi comunali in vista

della stagione estiva. Per Confcommercio di Bagno di Romagna si tratta di stanziamenti utili per potenziare l'offerta e la promozione del settore turistico del nostro Comune, stimolo e traino per il settore privato locale.

IMPORTANTE RICONOSCIMENTO ALLA QUALITÀ DELLE ACQUE

## Toma la Bandiera blu per San Mauro Mare

di RAFFAELE BERNABINI



Traguardo importante per San Mauro Mare, che ha ottenuto il riconoscimento assegnato per la qualità delle acque e dell'ambiente, che così torna nell'alveo delle spiagge virtuose che si fregiano della Bandiera Blu con il riconoscimento della qualità della balneazione che torna ad esse-

re riconosciuta. "È un risultato che ci rende contenti, anche perché premia i nostri servizi di spiaggia e una gestione del territorio molto attenta all'ambiente, che abbiamo sempre avuto ed ora ci è stata riconosciuta ufficialmente", ha commentato il sindaco Luciana Garbuglia.

Confcommercio di San Mauro Pascoli è orgogliosa dell'ottenimento di questo prestigioso riconoscimento di buon auspicio per la stagione turistica in fase di decollo e per l'accrescimento del brand sammaurese anche sul mercato turistico.

APERTO DA TRE GIOVANI E ASSOCIATO A CONFCOMMERCIO

## 'Attracco', nuovo ristorante in viale Carducci

Si arricchisce ancora l'offerta gastronomica di Cesenatico. Ha aperto il ristorante "Attracco" sul lungomare Carducci 6A davanti al Grand Hotel da Vinci. I titolari sono Bruno Zeqiraj di 27 anni, il fratello Ivan di 23, e il socio Elvis Mero di 42 anni i quali hanno formato una nuova società e rilevato l'ex ristorante "Trinchetto". Il ristorante, associato a Confcommercio, propone piatti di pesce fresco, ricette tradizionali, ma anche innovazioni enogastronomiche. Al taglio del nastro erano presenti il sindaco Matteo Gozzoli oltre a Roberto Fantini e Giancarlo Andriani, responsabile e presidente di Confcommercio di Cesenatico (nella foto).



dei punti di forza di Cesenatico e dopo la lunga traversata della pandemia si registra un grande fermento a Cesenatico con nuove aperture e la ridefinizione dell'assetto delle attività. Il nuovo ristorante l'Attracco in viale Carducci è gestito da giovani intraprendenti e dinamici che hanno tutti le carte in regola per potenziare l'offerta del nostro centro turistico e Confcommercio è loro accanto con i servizi e l'accompagnamento sindacale".

"Ringraziamo Confcommercio per la professionalità e la vicinanza anche umana con cui ci è stata accanto nel cruciale passaggio dell'apertura del ristorante dell'ingresso nel mercato", ci tengono a dichiarare i tre giovani nuovi ristoratori.

VALLE SAVIO, EMERGENZA INFRASTRUTTURALE

## Il Puleto non chiude, ma la viabilità alternativa è ferma



Se da una parte è positivo che Anas abbia escluso la chiusura del viadotto Puleto, anche se i nuovi lavori sul viadotto a corsia alternata creeranno disagi per gli utenti e imprese, secondo Confcommercio il problema da evidenziare è un altro. Lo rimarkano i presidenti di Confcommercio di Verghereto Remo Casini, di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani, di Sarsina Romano Rossi e di Mercato Saraceno Bruno Bracciaroli (nelle foto). "La questione principale in ballo non è la manutenzione sul Puleto, ovviamente necessaria - mettono in luce - ma l'immobilismo perdurante sulla viabilità alternativa. Sono

infatti trascorsi oltre tre anni da quando chiuse il viadotto e ancora non si è mosso un filo per gli interventi sull'ex Tiberina, necessari per assicurare un tragitto alternativo nel caso di una chiusura della E45. Nonostante gli impegni assunti dagli amministratori locali che hanno esercitato una forte pressione sui ministeri competenti, siamo ancora al punto di partenza ed è un pessimo segnale da parte della politica. Tutte le criticità restano irrisolte e bisogna agire con urgenza nell'interesse di chi si sposta e dei nostri territori".

IL GRAN RITORNO DELLE SAGRE

## Grande successo a Mercato Saraceno per la Fiera dei salumi e dei formaggi

Dopo la pandemia è tornata la Fiera dei salumi e dei formaggi a Mercato Saraceno, fin dal 1500, che si svolge nel primo weekend di maggio.

È una delle manifestazioni più rappresentative sia del borgo adagiato sulla Valle del Savio e che di tutto il territorio circostante, una fiera che onora le tradizioni contadine e gastronomiche e riserva un posto speciale alla produzione agroalimentare locale, composta da salumi e formaggi e numerosi altri prodotti tipici come il vino, che negli ultimi anni ha contraddistinto il territorio mercatese

per la sua grande qualità. Piazza Mazzini, la piazza principale del paese, è stata il fulcro dell'evento con la vendita di prodotti agroalimentari naturali e biologici. In piazzetta del Savio è stato allestito lo stand gastronomico a cura della Pro Loco, "La fiera dei salumi e dei formaggi di Mercato Saraceno è un fiore all'occhiello della nostra offerta - mette in luce Bruno Bracciaroli, presidente di Confcommercio di Mercato



Saraceno - per fare scoprire un borgo dalle tradizioni millenarie ed è stata organizzata dalla Pro Loco di Mercato Saraceno con il patrocinio del Comune".

INAUGURATO IL NUOVO NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO IN VIA MATTEOTTI

## San Mauro Pascoli va sul... "Velluto"

Un nuovo negozio di abbigliamento a San Mauro Pascoli, un'iniezione di fiducia per tutta la rete distributiva cittadina. È stato inaugurato a San Mauro Pascoli in via Matteotti. Si chiama "Velluto" ed è gestito da Cristiana Gullotta, imprenditrice bolognese residente a San Mauro Pascoli da un anno. Sono intervenuti la sindaca Luciana Garbuglia, l'assessore alle attività

economiche Stefania Presti e Paolo Vangelista responsabile Confcommercio della Valle del Rubicone. "Da vetrinista, questa la mia precedente attività - rimarca la titolare - sono diventata imprenditrice, un salto di qualità e una svolta professionale importante con l'obiettivo di proporre un



negozio al passo con i tempi con modelli e marchi di prestigio che attraverso anche l'esposizione curata dei capi possa fungere da polo d'attrazione per i sammauresi e non". "L'apertura del nuovo negozio - mette in luce il responsabile Paolo Vangelista - arricchisce la rete distributiva territoriale in un settore fondamentale per accrescere l'attrattività del centro cit-

tadino valorizzandolo come grande centro commerciale a cielo aperto con una ampia e variegata gamma merceologica". Nella foto l'inaugurazione del nuovo negozio "Velluto" con la sindaca Luciana Garbuglia e Paolo Vangelista per Confcommercio.

**RIPASCIMENTO A PONENTE, VALVERDE E VILLAMARINA**

## Avviato il Progettone, si allungano le spiagge



Ai primi di maggio è stato avviato a Cesenatico il maxi-ripascimento dell'arenile finanziato dalla Regione che porterà sulle spiagge di Ponente, Valverde e Villamarina circa 101mila metri cubi di sabbia. L'intervento straordinario (costo 22 milioni di euro) si prefigge l'obiettivo di restituire metri di spiaggia nelle zone più critiche dell'arenile. Il "progettone",

così definito per mettere in luce la portata straordinaria dell'intervento, consisterà nell'estrazione in mare di oltre un milione di metri cubi di sabbia. Durante le operazioni, per

non intralciare le ruspe e l'utilizzo delle grosse condutture d'acciaio da due chilometri di lunghezza che aspireranno la sabbia a diverse miglia dalla costa, nei tratti di costa interessati dall'intervento è stato istituito il divieto di balneazione. Ad occuparsi dei lavori la Società italiana Dragaggi specializzata in questo genere di metodica. A Ponente, dove si concentreranno in gran parte i lavori di ripascimento, saranno impiegati circa 84mila metri cubi di sabbia. I restanti 17mila saranno utilizzati a Valverde e Villamarina, le due zone più critiche di Cesenatico dove, in caso di mareggiata, l'acqua del mare raggiunge spesso anche viale Carducci.



"Sib Confcommercio - rimarcano i presidenti regionale Simone Battistoni e cesenate Roberto Zanuccoli - aspettava questo intervento da tempo ed ha grande aspettative. Il nostro auspicio è che i lavori procedano celermente visto che la nuova stagione turistica sta entrando nel vivo. La nostra proposta è che in futuro

gli interventi di ripascimento avvengano in maniera ordinaria e non con un carattere di straordinarietà, in modo tale da tenere monitorato ogni anno il problema del-

la scarsità di arenile per potervi fare tempestivamente fronte. La zona di Valverde e di Villamarina, che con questo Progettone si è vista destinare un quantitativo minore di sabbia rispetto a ponente, dovrà essere adeguatamente sostenuta con ingenti interventi di ripascimento. Il blocco dell'utilizzo della spiaggia ha creato il blocco dell'utilizzo della spiaggia in questo favorevole maggio, ma l'importante è condurre in porto felicemente e tempestivamente l'opera".

Nelle foto due immagini del ripascimento in corso e i presidenti Sib Battistoni e Zanuccoli.

**LE PROPOSTE DI CONFCOMMERCIO PER LE IMPRESE DEL TURISMO A CACCIA DI MANODOPERA**

## Sos personale, abbattere il costo del lavoro

La stagione turistica è di fatto in avvio nella riviera cesenate grazie anche a una splendida seconda parte del mese di maggio dal punto di vista del meteo, ma ancora divampa il dibattito sulla carenza di manodopera in tutti i principali comparti, dal settore alberghiero a quello della ristorazione e degli stabilimenti balneari. Ci sono attività che ancora cercano personale e si trovano in difficoltà con una situazione inedita rispetto al passato. Un'emergenza di filiera di cui ci siamo occupati nel numero scorso del giornale e che preoccupa non solo gli imprenditori i quali cercano con affanno manodopera,

ma le istituzioni e gli amministratori, nonché tutti gli attori del sistema economico e produttivo locale. "Su questa problematica - rimarcano il presidente e il responsabile di Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andriani e Roberto Fantini - bisogna intervenire senza aggravare le imprese, quindi con misure sostenute dallo Stato, che riguardino l'abbattimento del costo del lavoro e la detassazione, in modo che gli emolumenti in busta paga possano essere maggiormente remunerativi, ma senza che ciò si traduca in oneri a carico delle aziende. Serve dunque un intervento serio della politica che si prenda carico di questa emergenza che ha iniziato a riguardare pesantemente anche la filiera turistica. Come alcuni analisti mettono in luce, è cambiato anche l'approccio dei giovani nei confronti del lavoro in un mutato contesto sociale e culturale di cui si



deve tener conto: chi lavora mentre gli altri si divertono e sono in vacanza, chi è impegnato nei turni anche il sabato e la domenica deve trovare maggiore incentivazione economica, grazie agli interventi che Confcommercio richiede".

"È indubitabile - afferma Mauro Agostini, consulente del lavoro che collabora con Confcommercio di Cesenatico e Adac - che il lavoro stagionale abbia perduto in buona parte il suo appeal e la prospettiva di un'occupazione per tutta la giornata senza sosta, i giorni festivi e nel fine settimana attira molto meno che in passato. Occorre quindi ragionare su una proposta

più appetibile per i lavoratori sia per quel che concerne gli orari, sia per i compensi. Ridurre tuttavia gli orari di lavoro e di concerto incrementare le retribuzioni comporterebbe però una impennata di costi non sopportabile per le imprese, anche tenuto conto del fatto che i prezzi praticati in Riviera non sono alti e agendo in tal senso le aziende del settore turistico sarebbero portate fuori mercato. Ecco allora che una strada praticabile, con il coinvolgimento del Governo e della Regione, è quella di sottoscrivere un contratto integrativo per il turismo della Riviera romagnola, in particolare per la Provincia di Forlì-Cesena, che potrebbe attrarre di nuovo le giovani generazioni".

Nella foto il presidente Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andriani e il responsabile Roberto Fantini e la cameriera di un ristorante.

**SCOPERTA ATTIVITÀ ABUSIVA NEL RIMINESE**

## Lavoro negli hotel, serve massima cautela

di ROBERTO FANTINI



operanti nel settore turistico-alberghiero, senza però la stipula di regolari contratti di appalto.

La società di fatto si travestiva da Agenzia per il lavoro, senza però avere titoli e carte in regola per esercitare questo tipo di attività, un sistema scoperto dalla Guardia di Finanza che di fatto inquinava il mercato regolare, danneggiando le imprese che assumono i loro collaboratori e quelle che si rivolgono ad agenzie

A proposito del lavoro abusivo negli hotel, nei giorni scorsi ha tenuto banco il caso della agenzia abusiva scoperta a Rimini che ha inviato 361 dipendenti in sei strutture alberghiere, quattro delle quali a Bellaria. La manodopera, sebbene regolare assunta dalla società, veniva successivamente impiegata per varie mansioni in altre imprese

autorizzate. Inoltre sono stati riscontrati tredici lavoratori in nero e irregolarità sui riposi settimanali e un surplus di ore rispetto a quelle previste.

Confcommercio plaude all'intervento della Guardia di Finanza che ha portato alla scoperta di oltre trecento lavoratori irregolari in sei hotel. L'utilizzo di agenzie che assumono lavoratori facendoli lavorare all'interno degli alberghi è un fenomeno avviato da qualche anno e da sempre Confcommercio mette in guardia gli operatori del settore nostri associati, spiegando che se le agenzie commettono irregolarità rispetto alle assunzioni o alle modalità di impiego o di gestione dei lavoratori stagionali, oppure sono neppure iscritte negli elenchi del Ministero del lavoro, chi ne risponde con l'Ispettorato del lavoro sono comunque sempre gli albergatori. Inoltre è bene ribadire a chiare lettere con le agenzie non si paga di meno il personale, poiché il contratto è uguale per tutti.

**LA RABBIA DEGLI IMPRENDITORI COMMERCIALI E DEI PUBBLICI ESERCIZI**

## Allarme sicurezza. "Chi ruba non deve potere rifarlo subito dopo"

Gli imprenditori turistici e commerciali di Cesenatico sono molto preoccupati per la recrudescenza di fenomeni di criminalità, in particolare dei furti. Nonostante l'impegno, l'abnegazione e l'efficienza delle forze dell'ordine ci sono a monte delle contraddizioni che mettono a repentaglio la sicurezza e l'incolumità delle attività e delle persone. Lo denunciano accuratamente Confcommercio e i titolari delle attività commerciali del centro di Cesenatico e del lungomare, riferendosi in particolare a un fatto che è una sorta di cartina di tornasole di una legislazione che dovrebbe essere corretta e modificata per meglio garantire la repressione dei crimini e soprattutto evitare la possibilità che gli autori possano agire indisturbati rilasciati in libertà anche dopo averli commessi. Si è verificato - spiega il presidente di Confcommercio cesenate Giancarlo An-

drini (nella foto) - che un trentacinquenne marocchino arrestato per aver commesso un furto le settimane scorse sia stato immediatamente rilasciato ed è stato colto in flagrante mentre tentava di commettere

un ennesimo furto al locale Tintamar di Cesenatico successivamente, nella stessa notte, al pub Spavaldo che si affaccia sui Giardini Al Mare, dove ha forzato una finestra, si è incuneato nel locale, ma grazie al sistema d'allarme da cui fuoriescono fumogeni è stato costretto a fuggire a mani vuote, per poi essere bloccato dai cara-



binieri. Un episodio paradossale che non dovrebbe verificarsi: chi infrange la legge deve essere impedito da poterlo fare ancora a pochi giorni di distanza".



È possibile che un criminale che delinque sia rimesso in libertà e possa a pochi giorni di distanza ricominciare a commettere furti" - afferma Alberto Valdinoci, titolare

del pub Spavaldo - "Quel ladro seriale si è incuneato nel nostro locale per ben tre volte, e ha anche minacciato il mio socio. Tutto ciò genera paura e frustrazione, non è possibile che le cose continuino ad andare in questo modo. Bisogna tutelare la comunità".

Agostino Alvisi (nella foto) è il titolare del pub Clandestino. "Sono situazioni che angosciano e inquietano, queste che si sono verificate a Cesenatico e che non dovrebbero ripetersi, perché rischiamo di minare la coesione sociale oltre che aumentare il senso di incertezza e precarietà sul versante della sicurezza. I nostri complimenti vanno ai carabinieri che hanno fatto egregiamente il loro lavoro, ma chi delinque va messo nelle condizioni di non nuocere, il lassismo e il permissivismo non producono effetti positivi".

FONDO PARITETICO PER LA FORMAZIONE CONTINUA DEL TERZIARIO

## Fondo Forte, come richiedere i voucher formativi

For.Te. è il Fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua del terziario, costituito da Confcommercio, Confetra, Cgil, Cisl, Uil.

For.Te. opera a favore delle imprese, nonché dei relativi dipendenti, dei settori commercio turismo servizi, logistica, spedizioni, trasporto e di tutte le aziende aderenti, in una logica di qualificazione professionale, sviluppo occupazionale e competitività imprenditoriale nel quadro delle politiche stabilite dai contratti collettivi sottoscritti.

For.Te. ha emanato un invito a partecipare alla costruzione di un catalogo nazionale di iniziative di formazione continua, rivolto ad organismi ed enti specializzati accreditati a For.Te., sulla base del sistema di rating introdotto dal 2022.

Iscom ha presentato, grazie anche al rating Best raggiunto cinque diverse attività. La relativa procedura di selezione delle domande pervenute si concluderà con la realizzazione del Catalogo nazionale a disposizione delle imprese aderenti al Fondo, per il finanziamento di voucher formativi, pubblicato sul sito istituzionale del Fondo [www.fondoforte.it](http://www.fondoforte.it).

For.Te. intende finanziare iniziative di forma-

**SEMINARIO A ICOOK**

## Publici esercizi a scuola per lanciare in orbita il proprio locale

Proseguono con fervore le attività formative dei pubblici esercizi. Il 16 maggio si è tenuto a Icook un seminario sugli strumenti di controllo di gestione specifici per i titolari di pubblici esercizi dal titolo "Crea il successo del tuo locale - management, marketing, controllo di gestione e strumenti operativi al servizio dei pubblici esercizi".

L'iniziativa è stata promossa da Iscom, in collaborazione con Confcommercio e GPStudio. "Si è trattato di un evento formativo di forte presa - mettono il luce il direttore di Iscom Gior-

gio Piastra e il presidente di Fipe Confcommercio cesenate Angelo Malossi -: per avere un bar di successo non basta saper fare una buona tazza di caffè: bisogna conoscere il business. Il formatore Giacomo Pini ha propo-

**DOMANDE DAL 6 AL 20 GIUGNO**

## Contributi per discoteche, stanziati 20 milioni

Dal 6 al 20 giugno sarà possibile inviare le domande per i contributi in favore di discoteche, sale da ballo, night-club e attività similari. Le risorse stanziati, pari a 20 milioni di

zione individuale per i lavoratori delle aziende ad esso aderenti. I destinatari dell'attività formativa sono i lavoratori dipendenti per i quali i datori di lavoro sono tenuti a versare il contributo, compresi gli apprendisti, i dipendenti a tempo determinato della pubblica amministrazione ed i soci lavoratori delle cooperative.

Ogni azienda potrà richiedere un numero di voucher il cui valore complessivo non superi i 2.500 euro. Per quanto riguarda le aziende da 26 a 50 dipendenti, ciascuna potrà richiedere un numero di voucher il cui valore complessivo non superi i 4.500 euro.

L'impresa che intende acquisire i voucher potrà, a partire da lunedì 6 giugno registrarsi, per ottenere le credenziali di accesso; individuare sul Catalogo For.Te. l'iniziativa formativa alla quale intende far partecipare il lavoratore o i lavoratori; compilare la manifestazione di interesse, per essere contattato dall'ente formativo. In alternativa, potrà rivolgersi direttamente a Iscom Formazione.

Nella foto il presidente Iscom Pietro Babini e il direttore Giorgio Piastra



sto esempi di format in giro per il mondo e in Italia per capire perché funzionano e come rispondono alle nuove esigenze dei consumatori, inoltre sono stati illustrati modelli di business e come performano".

"Il successo di un locale per essere concreto deve fondarsi - rimarca il presidente Malossi - su ottimizzazione dei processi attraverso la generazione di standard per un servizio efficiente ed efficace; ingegnerizzazione del menu per creare una proposta vincente; controllo di

gestione per garantire crescita costante e sostenibilità nel tempo del modello di business. Il seminario ha fornito ottime sollecitazioni per rafforzare la professionalità degli imprenditori".

euro, saranno ripartite in egual misura tra i soggetti beneficiari, per un massimo di 25.000 euro ciascuno. Per informazioni rivolgersi alle sedi di Confcommercio cesenate.

SCOLARETTI AI FORNELLI

## ICook si apre ai centri estivi del cesenate

Prendi una cucina professionale nel cuore di Cesena, aggiungi un gruppo di bambini, una chef e delle materie prime di qualità ed ecco come passare una giornata fuori dagli schemi! È questo che ICook propone ai centri estivi del cir-

condario cesenate, un'uscita didattica originale, ovvero una mattinata in cucina, dove i giovani allievi si divertono nel preparare deliziose ricette che poi degustano insieme all'interno della mattinata.

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

Saper usare le mani vuol dire creare fisicamente qualcosa; la cucina permette di sviluppare la motricità fine; stimola nei bambini la fantasia, lo

sviluppo motorio, la socializzazione, la cooperazione e lo sviluppo cognitivo.

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

I bambini e i ragazzi sono divisi in gruppi per realizzare le ricette del giorno e, insieme alla chef, si divertono a preparare merenda

e pranzo in allegra brigata.

Sono coinvolti attivamente, stimolati e incuriositi a comprendere il mondo dei sapori, dei colori, delle manipolazioni, del cibo, per una sana e corretta alimentazione.



ISCOM FORMAZIONE

## Corso di autodifesa

Iscom organizza un corso di autodifesa composto da una parte teorica di tre ore in aula e le sessioni successive si svolgeranno in palestra, dove si apprenderanno le tecniche fondamentali.

Iscriviti subito, 20 posti disponibili

Partenza corso: 15 giugno

Info e iscrizioni allo 0547 639835, oppure al 373 7573047

Email [info@iscomcesena.it](mailto:info@iscomcesena.it)

## CORSI SICUREZZA MAGGIO 2022

Novità sul preposto e sulla sospensione dell'attività imprenditoriale: l'art. 18 D.Lgs. 81/08 prevede l'obbligo di individuare il preposto e l'INL fornisce ulteriori indicazioni in merito al provvedimento di sospensione dell'attività imprenditoriale, previsto dall'art. 14 D.Lgs 81/2008.

<b>SICUREZZA LAVORATORI BASSO RISCHIO</b> 8 ORE  30 e 31 MAGGIO ONLINE DALLE 14 ALLE 18	<b>AGGIORNAMENTO LAVORATORI</b> 6 ORE  30 e 31 MAGGIO ONLINE DALLE 14 ALLE 18	<b>ANTINCENDIO BASSO RISCHIO</b> 4 ORE  31 MAGGIO ONLINE DALLE 8:30 ALLE 12:30
<b>ANTINCENDIO MEDIO RISCHIO</b> 8 ORE  31 MAGGIO ONLINE 8:30 - 12:30 PRESENZA 14:30 - 17:30	<b>AGGIORNAMENTO ANTINCENDIO MEDIO RISCHIO</b> 5 ORE  31 MAGGIO ONLINE 8:30 - 12:30 PRESENZA 14:30 - 15:30	<b>AGGIORNAMENTO ANTINCENDIO BASSO RISCHIO</b> 2 ORE  31 MAGGIO ONLINE DALLE 8:30 ALLE 10:30
<b>ALIMENTARISTA/HACCP</b> 4 ORE  19 MAGGIO ONLINE DALLE 14:30 ALLE 18:30	<b>PRIMO SOCCORSO</b> 12 ORE  24/25/26 MAGGIO PRESENZA DALLE 14 ALLE 18	<b>AGGIORNAMENTO PRIMO SOCCORSO</b> 4 ORE  26 MAGGIO PRESENZA DALLE 14 ALLE 18
<b>PREPOSTI</b> 8 ORE  25 e 26 MAGGIO PRESENZA DALLE 14 ALLE 18	<b>AGGIORNAMENTO PREPOSTI</b> 6 ORE  25 e 26 MAGGIO PRESENZA DALLE 14 ALLE 18	<b>RSPP DATORE DI LAVORO</b> 16 ORE  18/23/25/30 MAGGIO PRESENZA DALLE 14 ALLE 18



Info e iscrizioni

0547.639897 [sicurezza@iscomcesena.it](mailto:sicurezza@iscomcesena.it)

## Costi elettrici, credito d'imposta

Per ridurre gli effetti degli aumenti dei prezzi nel settore energetico a favore delle imprese non "energivore" dotate di contatori di energia elettrica di potenza disponibile pari o superiore a 16,5 kW è riconosciuto un beneficio, sotto forma di credito d'imposta, pari al 12% delle spese sostenute per la componente energetica acquistata ed effettivamente utilizzata nel secondo trimestre 2022.

Possono accedere all'agevolazione in esame le imprese:

- diverse da quelle "energivore";
- dotate di contatori con potenza disponibile pari o superiore a 16,5 kW;

i cui costi per kW/h della componente energia elettrica, calcolati sulla base della media del primo trimestre 2022 al netto delle imposte e degli eventuali sussidi, hanno subito un incremento del costo per kW/h superiore al 30% relativo al primo trimestre 2019.

Il credito d'imposta in esame è cedibile ad altri soggetti, compresi gli istituti di credito / altri intermediari finanziari.

Chiedi informazioni a

[a.casadei@ascom-cesena.it](mailto:a.casadei@ascom-cesena.it)