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

ALLUNGHIAMO LA STAGIONE TURISTICA

Il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, tra il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci

IL COMMENTO

L'evento sul tartufo ha messo in vetrina la Valsavio

di AUGUSTO PATRIGNANI

Entrato in operatività il nuovo Governo guidato dal primo premier donna nella storia della Repubblica, le imprese attendono interventi sul caro bollette per arginare una situazione di tremenda complessità e onerosità che mette a rischio la loro sopravvivenza stessa, con costi proibitivi, impreventivabili e con l'enigma del tempo di durata di questa situazione drammatica: per quanto dovranno resistere imprese e cittadini in queste insostenibili condzioni? Ci siamo confrontati su queste problematiche con i sindaci di Cesena Enzo Lattuca e di Forlì Gian Luca Zattini ad un incontro a Teleromagna a cui hanno preso parte anche imprenditori e il presidente di Confcommercio di Forlì Roberto Vignatelli. I sindaci hanno comunicato che non sono in grado di erogare ristori come fecero per la pandemia, oppressi anche loro nei bilanci dai costi raddoppiati per le utenze degli edifici comunali e per l'illuminazione pubblica. Ma interventi nazionali ed europei sono indifferibili: quelli che attendiamo per evitare che le imprese soccombano.

Ci aiuta, per il momento, il beltempo perdurante e un ottobre mai così mite e caldo che invita a ragionare su un tema da sempre caro alla Confcommercio: l'allungamento della stagione turistica, nostra grande risorsa, il petrolio da estrarre come diciamo spesso con una metafora illuminante. Stagione da allungare in tutti i turismi integrati della nostra bella Romagna, da quello marittimo con gli stabilimenti balneari e gli alberghi nonché la filiera dell'indotto, ma anche quello collinare e dell'entroterra.

Quest'anno abbiamo realizzato un intervento che va nell'ottica dell'allungamento stagionale, la splendida manifestazione Truffle Week, promossa dal consorzio Natura e Natura presieduto da Giuseppe Crociani e Confcommercio cesenate. Per una settimana a Bagno di Romagna e nella Valle del Savio è andata in scena l'apoteosi del tartufo. Buon afflusso e favorevoli riscontri e nella serata di gala al palazzo del Capitano anche le neoparlamentari elette nel nostro territorio Rosaria Tassinari e Alice Buonguerrieri, nostre gradite ospiti, si sono complimentate per l'iniziativa e per il gioco di squadra che siamo stati in grado di mettere in campo coinvolgendo partner di assoluto rilievo e prestigio a cominciare dal Club italiano del Lagotto e l'Accademia del Tartufo. Complimenti per lo slendido coordinamento al presidente di Confcommercio di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani. L'anno prossimo Truffle Week verrà riproposta e la rassegna ambisce nel tempo a divenire o una vetrina dell'alta gastronomia e delle eccellenze italiane, magari anche con un bacino internazionale sfruttando il vicino aeroporto di Forlì e collegando la visita a Truffle Week alle altre attrattive. In questo modo si implementa la nostra offerta territoriale di turismi integrati valorizzando le peculiarità della splendida Valle del Savio, fiore all'occhiello della Romagna.

È anche così che si allunga la stagione puntando su eventi di qualità e attrattività. Su questa scia bisogna proseguire anche nelle altre località turistiche del territorio.

NUOVO PERCORSO FORMATIVO DI ISCOM PER VALORIZZARE I PRODOTTI TIPICI ATTRAVERSO LA CUCINA CIRCOLARE

Si formano ristoratori all'avanguardia che riducono gli scarti

Gioco di squadra tra partner eccellenti per promuovere la valorizzazione dei prodotti tipici attraverso la cucina circolare nonché la formazione di ristoratori all'avanguardia in questo segmento innovativo in fervida crescita. Si tratta del corso per "Tecnico esperto nella valorizzazione di prodotti tipici ed eccellenze enogastronomiche attraverso la cucina circolare", relativo alla specializzazione nazionale "Tecniche di progettazione e realizzazione di processi artigianali e di trasformazione agroalimentare con produzioni tipiche del territorio e della tradizione enogastronomica".

"Il vero punto di forza del nuovo percorso formativo di Iscom Formazione, fiore all'occhiello di Confcommercio cesenate - tiene a rimarcare il direttore Confcommercio Giorgio Piastra - è il coinvolgimento in questo intervento innovativo di diversi partner: oltre ad Iscom Formazione e Confcommercio sono coinvolti, l'Università di Bologna, l'Istituto d'Istruzione Superiore Artusi, l'Associazione Cuochi Forlì-Cesena, l'hotel Tosco-Romagnolo, Casa Artusi, Slow food, l'Associazione Albergatori di Cesenatico e diversi Consorzi di Prodotti Tipici della Regione, nonché altri consorzi che operano nel settore gastronomico. Il meglio, dunque, che potesse aggregarsi insieme per dare peso specifico e credibilità al percorso formativo. Ancora una volta la nostra capacità progettuale e la vasta gamma di relazioni si rivelano un valore aggiunto nella organizzazione dei corsi formativi sempre improntati all'eccellenza, a beneficio di chi sceglie di essere formato".

"Il corso - informa la coordinatrice Sara Parantelli - è destinato a giovani e adulti, non occupati o occupati, in possesso del diploma di istruzione secondaria superiore e prevede e 800 ore di formazione, tra aula e stage direttamente nelle imprese. Iscom Formazione mette a disposizione 20 posti: il termine ultimo di iscrizione è il 4 novembre contattando Iscom al numero 0547/639895 o all'indirizzo email s.parantelli@iscomcesena.it. Il percorso è completamente gratuito poiché co-finanziato da risorse del Fondo Sociale Europeo Plus e della Regione Emilia Romagna nell'ambito del progetto IFTS (Istruzione e formazione tecnica superiore – OP. RIF. PA 2022 – 17353/RER APPROVATA CON DGR. NUM. 1379 DEL 01/08/2022, COFINANZIATA CON RISORSE DEL FONDO SOCIALE EUROPEO PLUS E DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA)".

"Il corso - aggiungono il presidente e il direttore Iscom Formazione Pietro Babini e Giorgio Piastra - affronta tematiche e approfondimenti di carattere innovativo per chi vuole fare della ristorazione la propria professione. La figura professionale che verrà formata nel corso sarà infatti in grado di progettare e analizzare il processo produttivo: si tratterà di un professionista che conosce i prodotti tipici del territorio, sa valorizzarli per offrirli secondo diverse tipologie di clientela, in grado quindi di progettare e realizzare menù e piatti della tradizione sostenibili, in un'ottica di riciclo e non spreco".

"La specificità del corso - rimarcano il presidente Babini e il direttore Piastra - è proprio il fatto che si punta a formare una figura di ristoratore in grado di adottare tecniche innovative di preparazione degli alimenti per ridurre gli scarti, ottimizzare i processi di cottura e di servizio, per valorizzare attraverso la cultura del cibo e della cucina circolare le peculiarità del territorio e rispondere ai nuovi bisogni del turista-consumatore. Al termine del percorso il professionista formato associerà assocerà capacità gestionali a competenze specifiche: attraverso la conoscenza di tecniche di marketing, social media e storytelling, la figura formata sarà anche attrezzata per contribuire alla realizzazione di eventi promozionali (show-cooking, degustazioni, fiere e workshop) e di esperienze di eccellenza, per diffondere la cultura e la conoscenza della cucina circolare e della tradizione".

La lista dei partner completa del percorso formativo rende ragione del grande sforzo messo in atto e comprende Iscom Emilia Romagna, Iscom Formazione per le imprese scarl, Università Alma Studiorum Dipartimento di Scienze e tecnologie Alimentari, istituto d'istruzione superiore 'Pellegrino Artusi', Fondazione Casa Artusi di Forlimpopoli, Associazione Cuochi di Forlì-Cesena, hotel Tosco-Romagnolo, Consorzio del prosciutto di Modena, Consorzio di tutela dell'aceto balsamico tradizionale di Modena, Consorzio di tutela del vitellone bianco dell'Appennino centrale Igp, Consorzio di promozione e tutela della piadina romagnola; Cab (Cooperativa agricola brighellese), Strada dei Vini e dei Saporai dei Colli di Forlì e Cesena, Caseificio Mambelli Srl, ristorante Il Castello sas. L'iniziativa si svolge inoltre i collaborazione con Slow Food, Fondazione Its Tech&Food, associazione degli albergatori di Cesenatico e Fipe di Forlì-Cesena.

Nelle foto il presidente Fipe Confcommercio Angelo Malossi, Sara Parantelli di Iscom e un momento della presentazione del corso.

FIPE PER LA GIORNATA MONDIALE DELL'ALIMENTAZIONE

Ristoratori in campo per l'antispreco

di ANGELO MALOSSI

Il 16 ottobre scorso si è celebrata la Giornata Mondiale dell'Alimentazione, una ricorrenza istituita per ricordare l'anniversario della data di fondazione dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (Fao), il 16 ottobre 1945 a Québec. Nell'occasione Fipe Confcommercio, punto di forza nel sistema associativo di Confcommercio, ha sottolineato che la cultura antispreco passa sempre di più dai ristoranti, evidenziando che sono in costante crescita i locali che non solo danno la possibilità ai clienti di portare a casa il cibo che non consumano, ma invitano espressamente i clienti a farlo, per far superare loro remore e imbarazzi. A partire da quelli che hanno aderito al progetto "Rimpiattino", lanciato da Fipe-Confcommercio nell'ottobre 2018 per lanciare un segnale concreto di un cambiamento culturale nel modo di contrastare lo spreco alimentare nei consumi fuori casa" dando "addio alla doggy bag per un contenitore elegante, sobrio e sostenibile, per portare a casa il cibo non consumato superando quell'imbarazzo che spesso è la prima causa che non porta ad assumere atteggiamenti virtuosi".

Fipe ha sottolineato che le iniziative portate del mondo della ristorazione contro lo spreco alimentare rappresentano un fattore qualificante per i locali stessi, il 70% dei cittadini le ritiene positive e il 22% arriva addirittura a scegliere il locale sulla base di queste iniziative".

Il lavoro portato avanti negli ultimi anni da Fipe-Confcommercio per promuovere e incentivare l'asporto dei cibi e delle bevande non interamente consumate al tavolo sta dando i suoi frutti. Le persone che si sentono in imbarazzo al momento di chiedere quella che una volta veniva impropriamente definita doggy bag sono sempre meno e questo è merito sia del personale di sala che spinge in questa direzione, senza timore di offendere nessuno, sia del progetto Rimpiattino ideato da Fipe-Confcommercio in collaborazione con Comieco.

Nei giorni prossimi Iscom Formazione territoriale, il nostro centro formativo, avvierà un importante percorso formativo per nuovi ristoratori formati a ridurre gli sprechi, per una cucina sempre più virtuosa e circolare. Innovazione e sostenibilità vanno a braccetto, le imprese sono coinvolte e così anche le nuove leve.

IN COLLABORAZIONE CON FONDAZIONE ALMERICI, ROMAGNA SOLIDALE E IMPRESE

Iscom, corso per diplomati ragionieri in dirittura d'arrivo

Si concluderà il 28 ottobre il corso promosso da Confcommercio cesenate e finanziato da Fondazione Amletici per studenti con il diploma all'istituto tecnico economico di Ragioneria, in collaborazione con aziende che al termine della parte di formazione teorica li hanno ospitati per periodi di stage in impresa che possono essere propedeutici ad una eventuale assunzione.

Il corso, coordinato da Sara Parantelli, vede la partecipazione di 16 ragionieri diplomati che hanno colto l'opportunità di affinare la loro preparazione e di entrare in collegamento con le imprese per velocizzare il fatidico momenti dell'ingresso nel lavoro. "Questo corso - mettono in luce il presidente di Iscom Formazione Pietro Babini e il direttore Giorgio Piastra - rappresenta un fiore all'occhiello die nostri percorsi anche per la sinergia messa in campo con la Fondazione Almerici punto di riferimento educativo e formativo storico nel territorio cesenate, e la fondazione Romagna Solidale. Il patto educativo tra enti e forze in campo è decisivo per innalzare la qualità della formazione nel territorio, valore aggiunto per chi fa impresa e per la crescita economica. Una collaborazione, quella tra Confcommercio, il suo centro formativo Iscom, Fondazione Amletici e Fondazione Romagna Solidale che siamo certo proseguirà in futuro come benefiche cadute sul territorio e la comunità".

Nella foto i promotori e i partecipanti al corso

PUBBLICI ESERCIZI

Abaco per le pedane, Confcommercio chiede incontro ai Comuni

Nella direzione di un maggiore decoro urbano va senz'altro il nuovo abaco dei dehor che l'amministrazione comunale ha annunciato di voler rendere operativo dall'autunno dopo l'accordo con la Sovrintendenza". Dehors e gazebo armonizzati possono concorrere all'obiettivo di una città più bella, ma i provvedimenti debbono tutelare le attività, i pubblici esercizi, e quindi sarebbe inaccettabile che pedane installate in spazi da anni fossero fatte rimuovere senza poterle sostituire. In questo caso non sarebbe salvaguardato il decoro, ma messe fuori gioco le imprese. Questa la posizione che fin da subito ha assunto Confcommercio sulla disciplina del nuovo abaco che dovrà essere introdotto nei comuni della Valle del Savio e anche altre associazioni stanno ponendo forti dubbi a tutte le amministrazioni comunali della Valle del Savio sulla applicazione dell'abaco, soprattutto in questo drammatica congiuntura in cui i pubblici esercizi sono gravati da spese eccezionali e hanno bisogno di poter lavorare per far fronte al caro costi.

Confcommercio e le altre associazioni di rappresentanza hanno richiesto in tal senso un incontro congiunto a tutti i comuni dell'Unione Valle Savio per chiedere alcune modifiche al regolamento dell'abaco a partire da tempi di adeguamento più lunghi, dagli incentivi per l'acquisto di nuovi arredi, facilitazioni tributarie e arredi mirati per agevolare i clienti all'esterno dei locali nei mesi invernali. Alcuni Comuni, come Cesena in particolare e Mercato Saraceno, hanno già attivato con le associazioni il confronto sulle nuove regole di uniformità degli arredi e delle dotazioni esterne, dei pubblici esercizi collocati nei centri storici. Dal primo gennaio le concessioni su suolo pubblico dovranno essere coerenti con la nuova regolamentazione definita con la Sovrintendenza dei Beni artistici e culturali. Non pochi imprenditori dovranno operare investimenti importanti per rendere coerenti gli arredi (tavoli, sedie, paratie, coperture e dehors) con la nuova regolamentazione finalizzata all'ottenimento delle concessioni di utilizzo del suolo pubblico. L'obiettivo comune deve essere quello che la Sovrintendenza territoriale adotti pareri più flessibili per rendere sostenibile con il fare impresa in modo redditizio l'introduzione del nuovo abaco.

INCONTRO DI CONFCOMMERCIO CON I SINDACI DI CESENA E FORLÌ E GLI IMPRENDITORI

Lattuca e Zattini: "Caro bollette, non siamo in grado di dare ristori alle imprese"

"Un salto nel buio" è stato il tema del Vox populi-tavola rotonda promosso da Confcommercio cesenate su come fronteggiare la tempesta perfetta in atto con i costi energetici e delle materie prime alle stelle, il rialzo esponenziale dell'inflazione stanno generando una emergenza economica ancor più grave di quella scaturito a dalla pandemia. Un salto nel buio da qui, tuttavia, bisogna assolutamente uscire 'per rivedere le stelle'. L'incontro si è tenuto a Teleromagna e sono intervenuti Augusto Patrignani, presidente Confcommercio comprensorio cesenate, Roberto Vignatelli, presidente Confcommercio Forlì; Enzo Lattuca, sindaco di Cesena, Gian Luca Zattini, sindaco di Forlì; Letizia Zignani, presidente Figisc Emilia Romagna, Nicola Pozzati, imprenditore e il giornalista Paolo Morelli. Ha condotto Elisabetta Zandoli, giornalista di Teleromagna. Sono state mandate in onda alcune pillole di interviste a commercianti, tra i quali Raffaele Bernabini, presidente Confcommercio San Mauro Pascoli, che sono entrati nel merito delle gravissime difficoltà provocate dal caro energia. Bernabini ha condiviso l'aumento esponenziale del costo delle bollette di energia elettrica nella sua macelleria-gastronomia, pari al 350%. Dal canto suo l'imprenditore Pozzati si è detto molto preoccupato della situazione per il futuro delle attività che scontano ormai tre anni di crisi totale che impedisce una serena ripartenza e una programmazione dell'attività, a causa delle enormi difficoltà scaturite prima dal Covid e poi dal caro costi. Situazione emergenziale anche nel settore dei distributori di carburante, ha messo in luce la presidente Letizia Zignani.

Il sindaco di Cesena Enzo Lattuca ha rimarcato che l'emergenza del caro costi investe attività commerciali e anche l'industria, oltreché i cittadini, mentre durante la pandemia alcuni comparti erano riusciti a cavarsela. "Le imprese piccole hanno meno fiato e ossigeno per resistere a un prolungato periodo dell'extracosti' con difficoltà a scaricare i prezzi sull'utenza. Il nostro territorio tuttavia - ha messo in luce il sindaco - ha più riserve e capacità di resistenza di altre parti d'Italia anche perché può far conto su un'alta quota di risparmi procapite. Ma bisogna capire quanto potrà durare questa situazione: se è solo un inverno sarà difficile ma la gran parte resisterà, rinunciando ai margini e mettendo mano alle riserve, ma se il periodo si prolungherà la situazione diventerebbe veramente drammatica. Noi come Comune ci troviamo nella impossibilità di intervenire con ristori come durante la pandemia perché il problema del caro costi è fuori scala rispetto alle nostre possibilità. Sono raddoppiati anche i costi delle nostre utenze, che si sono raddoppiate arrivando a circa nove milioni. L'unica cosa che è nelle nostre possibilità di Comune è quella di ridurre al massimo i costi ,abbassando di un grado la temperatura degli edifici pubblici e riducendo di un'ora il tempo di accensione della illuminazione pubblica, nonché procedere con interventi di efficientemente energetici per prevenire ulteriori rincari". Anche il sindaco di Forlì Gian Luca Zattini ha rimarcato che non è nelle disponibilità dei Comuni la possibilità di intervenire per mitigare i costi del caro bollette carico di imprese e cittadini. "Ma io sono preoccupato ha detto - anche della resistenza sul breve termine, perché se l'incremento dei costi è così alto come risulta, le imprese non possono resistere a lungo e potrebbero essere costrette a rallentare o sospendere l'attività. Anche noi Comuni siamo al centro di una tempesta perfetta: accanto a questa tremenda impennata dei consumi energetici c'è la realtà del rinnovo dei contratti e non sappiamo ancora se lo Stato integrerà i costi enormi che andremo a sopportare. In questa situazione così complessa le erogazioni che abbiamo fatto durante il Covid non siamo in grado di poterle fare". Il presidente di Confcommercio Forlì Roberto Vignatelli ha condiviso il forte allarme di tutta la rete distributiva per questa nuova emergenza successiva al Covid. "Difficilissimo poter lavorare e programmare con la spada di Damocle del rincaro senza freni dei costi energetici senza sapere quanto durerà. Servono interventi tempestivi: resistere è difficile in una situazione del genere".

"Dovremo fare sforzi straordinari - ha messo in luce il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - per passare 'la nuttata', sperando che i tempi di questa emergenza non si allunghino. Gli imprenditori però debbono conservare l'ottimismo e non abbattersi anche se è dura. Al momento ciò che pesa di più è lo stato di incertezza generale sullo scenario futuro. La nostra Confederazione nazionale ha stimato che da qui al primo semestre del 2023, sono a rischio chiusura circa 120.000 imprese con un rischio occupazione nell'ordine di 370.000 unità. E la situazione, se non si trova urgentemente una soluzione soprattutto a livello europeo, potrebbe anche peggiorare. Servono dunque interventi a livello europeo e da parte del governo e l'auspicio è che il credito d'imposta del 30% per i cosiddetti non energivori, destinato a contenere l'impatto delle bollette elettriche, venga esteso nel tempo. Andrebbe previsto un più forte ristoro per quelle bollette con incrementi dei costi dei consumi elettrici superiori al 100%. Tra le misure necessarie per supportare esigenze di liquidità e per contenere gli impatti finanziari a carico delle imprese, dev'esserci il rafforzamento degli strumenti di garanzia, la ristrutturazione dei prestiti, l'allungamento della durata dei prestiti garantiti, e infine il rinnovo delle moratorie creditizie».

Nelle foto un momento del Vox populi a Teleromagna e i partecipanti all'incontro "Un salto nel buio".

SUCCESSO DEL MERCATO DOMENICALE

Fiera d'autunno col pienone, ambulanti protagonisti

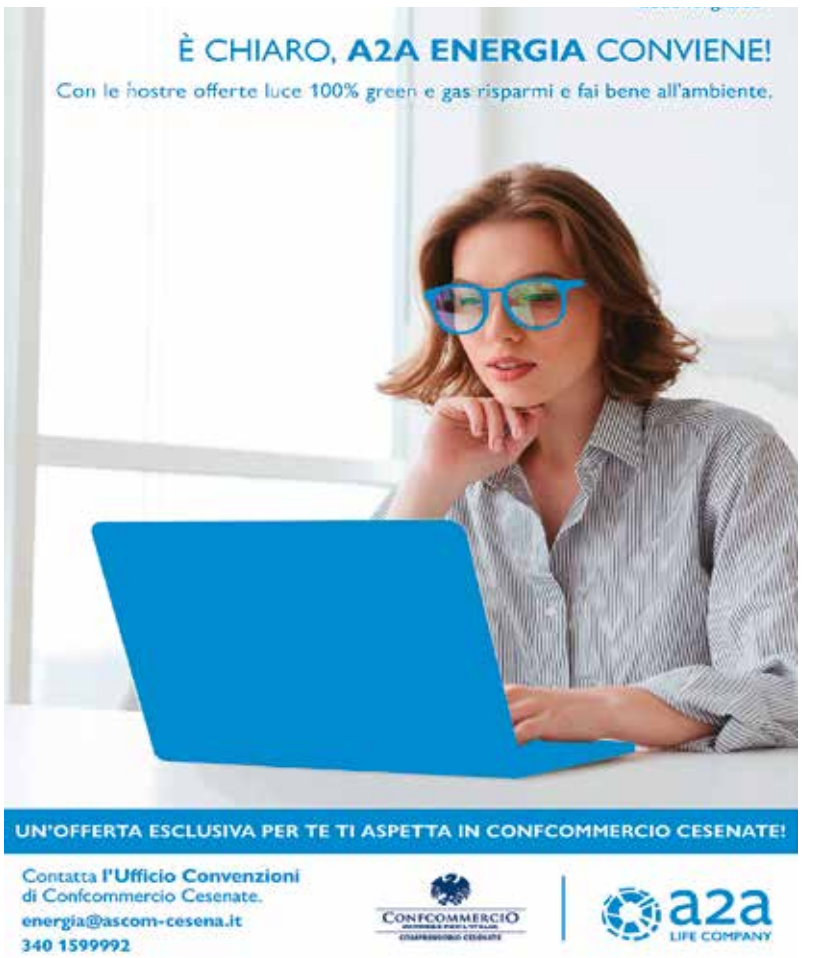
Si è felicemente riproposta domenica 16 ottobre, in centro storico, nello spazio del mercato ambulante la tradizionale Fiera d'autunno, uno degli appuntamenti più amati del calendario di iniziative promosse da Fiva Confcommercio e Anva Confesercenti. Salutato da una grande partecipazione di visitatori e clienti si è tenuto l''evento al mercato per celebrare l'arrivo dell'autunno, ulteriore e attesa occasione per fare acquisti tra le vie del centro storico cittadino godendo della bellezza della città. Bancarelle aperte dalle 8 alle 20, da mattina a sera, secondo il classico format. "Si è trattato di un evento da sempre molto partecipato - rimarcano il presidente e il vicepresidente di Fiva Confcommercio cesenate Alverio Andreoli e Massimo Sagginati- (nella foto). Nell'occasione i commercianti su area pubblica del settore abbigliamento hanno presentato capi e occasioni per la stagione autunno inverno. Un'occasione propizia per rinsaldare il rapporto fiduciario con la affezionata clientela nel centro commerciale naturale per eccellenza all'aperto, nel cuore della città, storica sede del mercato cittadino". "Fiva Confcommercio - aggiungono Andreoli e Sagginati - continua ad essere accanto agli operatori commerciali su area pubblica impegnati a riqualificare il mercato cesenate il sinergia con l'amministrazione comunale e a proporre, da soggetti propulsivi quali sono, iniziative di attrazione per richiamare in centro storico visitatori e clienti grazie all'interesse che suscitano i mercati ambulanti in cui il piacere dello shopping si unisce alla opportunità di incontro e di ritrovata socialità nel cuore della città".

OPERATIVO DAL 1° OTTOBRE

Centro storico, lo Street tutor controlla la sicurezza

di SARA MONTALTI

Dal primo ottobre è stato attivato principalmente nel centro storico di Cesena un servizio sperimentale di presidio e controllo del territorio da parte di Street Tutor. Questa attività è svolta con il coordinamento della Polizia Municipale e ha principalmente lo scopo di prevenire rischi e mediare i conflitti che possono sorgere nelle aree della movida, anche con la collaborazione dei pubblici esercizi del centro Storico. Il progetto verrà presentato in il 27 ottobre alle 15.30 alla sala consiliare del comune di Cesena in un incontro in cui verranno raccolti spunti utili alla sua più efficace organizzazione. L'iniziativa è promossa dal Comune di Cesena in collaborazione con le associazioni di categoria e Confcommercio è come sempre impegnata in prima linea sul versante della salvaguardia della sicurezza. Interverranno Luca Ferrini, assessore allo Sviluppo economico, legalità e sicurezza, Andrea Piselli, comandante della Polizia locale di Cesena, Mercato Saraceno e Montiano e PJ Investigation, impresa affidataria del servizio. Gli Street tutor sono dei mediatori della convivenza civile che operano a favore del miglioramento della vivibilità e della sicurezza del centro storico: una figura particolare di addetto alla sicurezza, disciplinato dalla legge regionale, che viene impiegato come facilitatore di strada per le zone sensibili, attivo sulla prevenzione dei rischi e la mediazione dei conflitti. Che sarà presente con una pettorina di riconoscimento in particolare nei luoghi di aggregazione, della movida e nelle aree o spazi pubblici adiacenti ai pubblici esercizi.



MORTO A NOVANT'ANNI, DA 70 SOCIO DI CONFCOMMERCIO

Addio a Fusconi, il commerciante missionario

È morto sabato 22 ottobre, confortato dalla fede cristiana che sempre lo ha sorretto nella sua vita Bruno Fusconi, associato alla Confcommercio da settant'anni, gli stessi che l'anno prossimo compirà l'impresa fondata da lui e dai fratelli e proseguita dai suoi nipoti nel settore dei ricambi e degli accessori di auto, con sede nella zona delle concessionarie. Avrebbe compiuto 90 anni il 28 gennaio prossimo.

"Bruno Fusconi - dicono commossi il presidente Augusto Patrignani, il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci - è stato il prototipo dell'imprenditore associato che ogni organizzazione di rappresentanza si sognerebbe di avere nelle sue fila: presente, attivo, nonostante i molteplici impegni nella missione in cui prestava servizio in Africa dal 1976, mite, equilibrato, generoso, costruttore. Nell'agosto scorso Confcommercio cesenate gli aveva consegnato una targa al merito non solo per la lunga militanza associativa, ma soprattutto per la sua vita dedicata al servizio agli altri: ai clienti nel suo negozio e ai bisognosi nella terra africana, in cui per oltre quarant'anni da missionario laico part time ha prestato la sua opera in stretto collegamento con il territorio e la comunità diocesana. E al servizio anche dei familiari e degli amici".

"Bruno Fusconi non si è sposato e non ha avuto figli - proseguono il presidente, il direttore e il vicedirettore - ma si può dire che ha sempre avuto un atteggiamento di vicinanza familiare alle persone, grazie anche alla temperanza di carattere che lo ha sempre aiutato a smussare controversie e ad avere in ogni circostanza un atteggiamento positivo e costruttivo".

"Alla premiazione era accompagnato dal nipote Gianluca a cui era molto legato - proseguono Patrignani, Piastra e Pesci - e ci ha raccontato brevemente la sua storia imprenditoriale e soprattutto umana condividendo la gioia per avere potuto scrivere e pubblicare un libro sulla sua vita intitolato "Il grande albero" in cui si sofferma in particolare sull'attività missionaria che tanto lo ha coinvolto. Qualche mese fa Fusconi aveva presentato la sua fatica letteraria al palazzo del Ridotto condividendo con la città la sua lunga esperienza esistenziale così ricca di avvenimenti positivi e di speranza. In particolare era stato protagonista per le opere che anche grazie al suo apporto erano state realizzate nella missione di Gambo, dove ha convissuto con i lebbrosi: l'ospedale, la scuola, i servizi ai poveri derelitti. Ricordiamo che il giorno della consegna della targa in associazione Bruno, già sofferente, ci è apparso sereno e in pace, grato alla vita per avere potuto vivere e fare del bene così a lungo. Il libro che aveva scritto durante la pandemia mettendo insieme gli appunti di una vita compendia perfettamente questa luminosa esistenza".

"Era particolarmente orgoglioso della sua impresa familiare 'Fratelli Fusconi' - aggiungono il presidente, il direttore e il vicedirettore di Confcommercio cesenate - e perfettamente padrone dell'attività e della sua crescita aziendale. Anche questo per lui era motivo di gratificazione e di gioia: sapeva che l'azienda era in buone mani per un futuro di successo. Una bellissima impresa familiare che è un vanto di tutto il territorio. La giunta direttiva di Confcommercio, lo staff, tutti noi siamo accanto ai familiari e porteremo sempre nel cuore il caro Bruno Fusconi, un nostro parente aggiunto, che lascia una scia luminosa per chi ha avuto la fortuna di incontrarlo e condividere con lui parte della vita. Ci mancherà molto, Bruno, ma continuerà ad esserci accanto col suo sorriso e la sua protezione".

Nella foto il conferimento della targa a Bruno Fusconi da parte dei vertici di Confcommercio cesenate consegnata in agosto e, sotto, Bruno Fusconi in missione con una donna etiope lebbrosa.

CHIESTI PIÙ CONTROLLI CONTRO I CRIMINI

I consigli di quartiere Confcommercio fanno la mappa dei luoghi insicuri

La sicurezza, bene primario da salvaguardare scricchiola nel territorio cesenate, ed è doveroso intervenire con tempestività ed efficacia. Lo afferma il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (nella foto).

"É stata presentata un'interpellanza dalla Lega in consiglio comunale per fare il punto sulla sicurezza nel comune di Cesena - afferma il presidente Augusto Patrignani - e per Confcommercio è un fatto positivo che si tenga politicamente sotto i controllo la situazione dei crimini, non solo a Cesena ma in tutto il territorio comprensoriale e provinciale. Sull'emergenza sicurezza è auspicabile trasversalità di impegno e collaborazione fra tutte le forze politiche e piena incisività dell'amministrazione comunale negli interventi che può mettere in campo di concerto con le forze dell'ordine".

"Dai nostri presidenti e consigli dei dodici quartieri in cui Confcommercio è presente da più di 15 anni e monitora il territorio dalla periferia al centro - aggiunge Patrignani - non mancano le segnalazioni di fenomeni criminali in crescita, dai furti nelle case, nei garage e anche nei negozi, da spaccate nei pubblici esercizi aa atti di vandalismo e teppismo e a situazioni di pericolo nelle zone più degradate e meno illuminate, specie nelle frazioni periferiche e isolate. Si tratta per Confcommercio di contemperare con molta attenzione la necessità di produrre risparmi nell'utilizzo dei corpi della pubblica illuminazione con la priorità esigenza di salvaguardare la sicurezza dei luoghi e delle persone. I dodici consigli di quartiere Confcommercio stanno predisponendo una mappa dei luoghi e delle situazioni più a rischio in tal senso, sul versante della sicurezza"

"Da quando Confcommercio nel novembre 2017 ha presentato un'indagine sulla esperienza relativa alla criminalità delle imprese cesenati e provinciali da cui emerse che più della metà degli intervistati erano stati vittima di un reato e una non esigua percentuale anche di più crimini, la situazione purtroppo non è cambiata di molto - prosegue Patrignani - . Garantire adeguati livelli di sicurezza rappresenta un fattore determinante. Il diritto alla sicurezza ed alla qualità della vita urbana. Il problema è complesso e va affrontato su più piani:servono leggi del Parlamento sulla certezza ed efficacia della pena per punire adeguatamente chi delinque e impedire la reiterazione dei crimini a causa di scarcerazione immediata o comunque troppo ravvicinata in rapporto all'entità del delitto; adeguamento e potenziamento delle forze dell'ordine, che stanno operando con grande impegno, per dotarle di organici adeguati a contrastare i crimini, protezione territoriale attraverso i sistemi di videosorveglianza e telecamere. Non bisogna abbassare la guardia e l'interpellanza presentata in consiglio comunale a Cesena con le giuste preoccupazioni sull'escalation di furti e atti criminosi è utile per rilanciare gli interventi e la prevenzione contro i crimini urbani".

GRANDE SUCCESSO DELL'INIZIATIVA DI CONFCOMMERCIO CESENATE E 50&PIU'

Camminata Solidale da incorniciare: convivialità, divertimento e beneficenza

Il capitale umano delle persone che vi fanno parte è il grande valore aggiunto di un'organizzazione di rappresentanza economica radicata da quasi 80 anni sul territorio e la riprova è stata la splendida Camminata Solidale tenutasi sabato 15 ottobre, promossa da Confcommercio cesenate e 50& Più, il sistema associativo di Confcommercio degli imprenditori pensionati . Si è trattato della settima edizione e hanno partecipato centinaia di persone fidelizzate: associati, loro familiari, staff in un clima di affettuosa convivialità e amicizia, ravvivato dallo spirito di sportiva competizione tra i gruppi. Il format è collaudato: l'evento ha preso il via dalla in via Giordano Bruno 118, dalla sede associativa di Confcommercio e 50& Più, varie centinaia i partecipanti, accolti dallo staff, dalla direzione e dai dirigenti di Confcommercio. Esaurite le iscrizioni, si è snodata la Camminata Solidale con due percorsi tradizionali a seconda delle esigenze e del livello di preparazione: di 13 chilometri e di cinque, entrambi lungo il fiume Savio., in una cornice ambientale di grande suggestione e piacevolezza.

Al termine sono stati premiati i due Gruppi più numerosi e si è tenuto un piacevole momento gastronomico e di convivialità, il pasta party.

Il primo è risultato "Non solo bar" di San Cristoforo di Cesena, capitanato dal titolare del pubblico esercizio Cristian Zannoni. Il secondo è invece risultato quello che fa capo al caffè 'Incontro' di Marusca Severi e Roberto Blonda.

Organizzazione esemplare, giornata splendida dal punto di vista metereologico, passeggiata rigenerante lungo il fiume, tanta amicizia. Una Canmminata solidale con i fiocchi.

"Lo spirito comunitario - mettono in luce i presidenti di Confcommercio cesenate e 50&Più Augusto Patrignani e Roberto Vignatelli - è da sempre alla base della nostra vita associativa costituita di rapporti e relazioni che iniziative come la Camminata Solidale contribuiscono a cementare e ad approfondire. Anche quest'anno la nostra camminata insieme ha voluto avere una valenza solidale con la destinazione dei fondi raccolti all'associazione 'Diabete Romagna', presente con i suoi vertici, che opera meritoriamente nel territorio a favore dei malati di questa patologia nell'ottica delle prevenzione. Ringraziano come sempre i partner che ci hanno sostenuto, poiché la Camminata Solidale si è svolta in collaborazione con una serie di partner territoriali che hanno contribuito a sostenere questo importante momento di aggregazione. Un tratto distintivo della Camminata Solidale è la coralità sia a livello organizzativo, sia di partecipazione, nonché la partnership con vari interlocutori che sostengono l'evento. La nostra iniziativa promuove non solo la localizzazione, ma anche gli stili di vita corretti e favorisce il movimento socializzante in compagnia. I nostri imprenditori e i nostri pensionati hanno coinvolto familiari e amici dando una dimensione di popolo a un evento che per il settimo anno consecutivo si è confermato un punto fermo della nostra annata associativa".

Nelle foto alcuni momenti della Camminata Solidale con la partenza, la premiazione dei gruppi vincitori e la consegna dell'assegno dal presidente Patrignani ai vertici di Diabete Romagna

GRANDE SUCCESSO DELLA RASSEGNA CULTURALE E GASTRONOMICA PROMOSSA DA NATURA E NATURA E CONFCOMMERCIO

Truffle Week ha fatto centro: la Valsavio ha l'asso nella manica

È andata in scena l'apoteosi del tartufo. Dal 14 ottobre al 23 ottobre si è tenuto Truffle Week, la settimana e dedicata al tartufo e alla gastronomia e più in generale alla cultura correlata a questo prezioso tesoro da scoprire sin nelle più intime essenze, promossa dal consorzio Natura e Natura presieduto da Giuseppe Crociani e da Confcommercio cesenate presieduta da Augusto Patrignani.

"L'iniziativa -spiega il presidente di Natura e Natura Crociani- ha visto come anteprima il seminario "Il lavoro romagnolo, il cane rischio da tartufi della nostra terra" a cura del club italiano Lagotto à al palazzo del Capitano di Bagno di Romagna. Truffle Week è nata dal basso grazie al protagonismo dei nostri ristoratori e imprenditori territoriali. Il perno in cabina di regia di questa rassegna è il consorzio Natura e Natura che da 25 anni opera nel territorio montano con lo scopo di promuovere e commercializzare il territorio e i prodotti tipici della Valsavio. Grazie a questa spinta entusiasta sono stati coinvolti nella promozione dell'evento partner di assoluto rilievo e prestigio a cominciare da Confcommercio cesenate, il Club italiano del Lagotto e l'Accademia del Tartufo. Non si è trattato di una generica fiera, ma di una settimana di confronti, mostre, skowcooking, masterclass, arte e, soprattutto, gusto. Inoltre la nostra iniziativa ha avuto anche una importante appendice dedicata alla solidarietà e alla beneficenza. Una manifestazione di alto livello culturale e gastronomico, per promuovere il tartufo, la sua conoscenza e la degustazione di piatti tipici, che ambisce nel tempo a divenire o una vetrina dell'alta gastronomia e delle eccellenze italiane, con un bacino internazionale sfruttando il vicino aeroporto di Forlì e collegando la visita a Truffle Week alle altre attrattive".

"Truffle Week ha avuto successo e diventerà un valore aggiunto del territorio - mette in luce il presidente Confcommercio Patrignani - grazie all'impegno di Confcommercio cesenate unitamente al consorzio Natura e Natura per qualificare e implementare la nostra offerta territoriale di turismi integrati valorizzando le peculiarità della splendida Valle del Savio, fiore all'occhiello della Romagna".

Nella foto un momento convegnistico della rassegna Truffle Week.

IL PRESTIGIOSO CONVEGNO CONCLUSIVO DELL'ACCADEMIA NAZIONALE

Bagno di Romagna capitale nazionale del tartufo

Un grande appuntamento culturale a suggello della rassegna "Truffle Week" promossa dal consorzio Natura e Natura e Confcommercio cesenate. A promuoverlo è stata l'Accademia italiana del tartufo del mondo e si è intitolato "Il tartufo: elemento culturale di un possibile sviluppo economico". Si è tenuto il 23 ottobre al palazzo del Capitano di Bagno di Romagna, ultimo giorno della rassegna 'Truffle Week'. Sono intervenuti IQS per Accademia Italiana del tartufo, Confcommercio cesenate, consorzio Natura e Natura, Associazione Italiana Sommelier, Consorzi di prodotto Dop, cuochi e chef , le amministrazioni del territorio. Nell' occasione i promotori hanno presentato i loro brand: Paesi Custodi, Truffle & Bubble, Piatto della Perfezione . L'Accademia Italiana del Tartufo nel Mondo nasce dalla condivisione di una passione per il tartufo coltivata per anni da professionisti di vari settori che mettendo in gioco le proprie competenze hanno in animo di diffondere la conoscenza del tartufo considerando ogni aspetto che lo coinvolge.

"Le risorse naturali e la loro gestione da parte dell'uomo - spiegano il presidente Stefano Sandrucci e il direttore Davide Feligioni - attraverso l'agricoltura rappresentano il frutto di millenni di storia , i popoli hanno gestito il loro cibo in funzione degli aspetti ambientali : le vicende legate a questo rapporto , uomo, natura e territorio hanno creato una straordinaria biodiversità che ha poi sviluppato una gestione del cibo inventando la propria cucina dalle numerose gentis o popolazioni locali. La scoperta e la comprensione gastronomica della produzione tipica e della cucina locale è prima di tutto un approfondimento culturale di estrema qualità : non è solo la mente e la gioia della conoscenza che ci fa percepire queste culture locali, ma utilizzando i sensi del gusto ci troviamo immersi in una esperienza completa , in quanto il cibo entra dentro di noi e noi, in quel momento siamo parte di quella cultura , di quella storia millenaria. La valorizzazione di questa esperienza è completa e quindi assoluta solo in loco , solo provandola nella sua terra d'origine .

"I tartufi freschi – proseguono il presidente e il direttore dell'Accademia italiana del tartufo nel mondo - sono un'alta espressione di questa territorialità, e la cucina storica ha sviluppato molte preparazioni legate alla periodicità stagionale che non coinvolgono solo i tartufi ma anche tutte le altre produzioni tipiche. I nostri promotori del territorio debbono essere 'i colti narratori' di luoghi e regioni uniche , poiché unica è la produzione tipica così come la cucina che trasforma questi elementi indigeni in preparazioni di alto valore sensoriale. Crediamo che la crescita intorno a questi concetti sia alla base di una nuova idea di fare turismo, sviluppando economia locale e per generare Pil. Di tutto questo abbiamo discusso all'evento conclusivo di Truffle Week a Bagno di Romagna insieme alle autorità e alle maestranze di settore per conoscerci, imparare, costruire ed emozionarci generando nuovi orizzonti di qualità della vita".

Nella foto un momento conviviale della rassegna

AL PALAZZO DEL CAPITANO DI BAGNO DI ROMAGNA

Splendida serata di gala con sindaci e parlamentari

Truffle Week a Bagno di Romagna ha visto iniziative ed eventi sino a domenica 23 ottobre e nella suggestiva cornice del Palazzo del Capitano di Bagno di Romagna si è svolta anche la cena di gala, fulcro della rassegna promossa dal consorzio Natura e Natura e da Confcommercio cesenate, in stretta collaborazione con il club italiano Lagotto presieduto da Paolo Alessandrini.

"Parte del ricavato della splendida cena e della serata - affermano i presidenti Natura e Natura Giuseppe Crociani e di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - è stato destinato all'Irst di Medola rappresentata dal direttore Giorgio Martelli che nel suo intervento ha sottolineato l'importante ruolo svolto dall'ente come eccellenza del territorio ricordando il fondatore compianto professor Dino Amadori". Era presente il figlio Giovanni.

Alla serata di gala erano presenti i neoparlamentari del territorio provinciale Alice Buonguerrieri e Rosaria Tassinari e il presidente del Gal Bruno Biserni, che si sono complimentati per l'attrattività di Truffle Week auspicando che la rassegna possa essere ulteriormente potenziata per la nuova edizione del 2023.

"Abbiamo ricevuto da sindaci e parlamentari favorevoli riscontri sulla iniziativa di Truffle Week - mettono in luce Patrignani e Crociani - che ha il merito di proporre un evento culturale e gastronomico di grande richiamo allungando la stagione e contribuendo al pienone autunnale in Valle del Savio con grandi benefici a tutti i territori comunali".

Degno di nota l'intervento del presidente della Accademia nazionale del tartufo Stefano Sandrucci nel quale è stato messo in rilievo gli obiettivi di questo evento come strumento di promozione della offerta turistica del territorio e come punto di partenza per cominciare fin da subito a lavorare per rafforzare l'evento in vista della prossima edizione del 2023 nel segno della qualità e con l'obiettivo di elevare l'intero indotto enogastronomico e la ricchezza di produzione di cui è ricca la nostra terra".

Ad accompagnare le prelibate pietanze a base di tartufo erano presenti le cantine vinicole di Mercato Saraceno: Casali, Bartolini, Braschi, Santa Lucia e Monte Sasso. L' associazione Sommelier della Romagna e a tutto lo staff dei ristoranti del territorio coinvolti per la occasione che hanno contribuito ad intrattenere con qualità i commensali. Ampio e fruttuoso per il successo dell'iniziativa il coinvolgimento dei ristoranti del territorio degli chef Gianluca Gorini, Paolo Teverini, i ristoranti del Lago, Bologna, Alto Savio, Giardino e la pizzeria Invito. "A dare ancora più ampia coralità alla splendida serata - concludono i presidenti Patrignani e Crociani - è stato l'esemplare servizio svolto dagli studenti della scuola Artusi e la collaborazione preziosa degli allievi del liceo scientifico Righi di Bagno di Romagna".

Nella foto le parlamentari locali Alice Buonguerrieri e Rosaria Tassinari, i presidenti di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e Natura e Natura Giuseppe Crociani e i sindaci di Bagno di Romagna Marco Baccini, di Sarsina Enrico Cangini e il vicedirettore Confcommercio cesenate Alberto Pesci.

SAN MAURO PASCOLI

Bollette aumentate in macelleria del 350%

Un aumento della bolletta dell'energia elettrica del 350%. A doverlo sostenere è Raffaele Bernabini, (nella foto) titolare della macelleria 'La bottega delle carni' a San Mauro Pascoli, presidente comunale Confcommercio.

Ci aspettavamo un aumento - afferma Bernabini - ma non certo di questa incredibili proporzioni che hanno fatto alzare i costi bimensili a oltre 10mila euro. La nostra è un'azienda attrezzata e consolidata e quindi in grado di poter reggere a questo tsunami almeno per qualche tempo, ma c'è chi sta soffrendo moltissimo e rischia veramente di chiudere. Se i costi di energia e gas continueranno ad aumentare entro fine anno, lo scenario è che il 20% delle attività del terziario potrebbe chiudere. Si tenga presente che ci sono già molte attività che hanno riconsiderato gli orari e li hanno ridotti per cercare di contenere i consumi e ridurre le bollette. Ciò si può riflettere pesantemente sulla tenuta del lavoro: chi chiude lascia a casa i dipendenti e chi riduce gli orari ha bisogno di meno personale".

"Confcommercio - prosegue il presidente Bernabini - ha fatto le sue proposte mettendo in luce che occorrono interventi tempestivi, rilevanti a livello pubblico da parte di Stato, Regione e Comuni, unitamente ad un forte impegno degli istituti bancari che devono fare la loro parte concedendo finanziamenti a tassi molto agevolati per aiutare le imprese a far fronte all'enorme emergenza di liquidità che serve per il pagamento delle bollette alle stelle".

GAMBETTOLA

Piazza Pertini sotto i ferri per tornare attrattiva

di FRANCESCO TOMASINI

Piazza Pertini, la piazza principale di Gambettola, all'ingresso di corso Mazzini, quello centrale e più terziarizzato del paese, si appresta ad andare sotto i ferri. Il Comune ha presentato un nuovo progetto per renderla bella ed accogliente, come da tanti anni richiede Confcommercio dando voce ai suoi imprenditori associati. L'inizio dei lavori, ha annunciato l'amministrazione comunale, è stato fissato per novembre. L'intervento di ristrutturazione realizzato nel 2014 con la scoperta degli scavi archeologici che vennero messi in mostra al centro della piazza, non ha favorito la frequentazione dello spazio e il buco degli scavi ricoperto da un vetro esteticamente non certo ottimale, non è stato un elemento di richiamo. Da allora la piazza, senza alberi e il refrigerio dell'ombra, è stata poco accogliente e poco frequentata al punto tale che i gambettolesi l'hanno soprannominata la 'piazza fredda'. Come Confcommercio abbiamo sempre sostenuto che se si vuole rilanciare il centro storico rendendolo accogliente e vivo, bisogna ripartire dalla sistemazione di piazza Pertini, per cui accogliamo con grande favore l'inizio dell'agognato intervento che ci auguriamo posa restituire piena fruibilità e attrattività alla piazza, finalmente riscaldandola, nel senso di darle vita e folla.

GRAZIE ALLA RETE RICETTIVA INCREMENTATA

Sogliano e Longiano, boom di turisti

di PAOLO VANGELISTA

Puntare sempre di più sul turismo dei piccoli borghi che intercettano visitatori del circuito rivierasco. Lo rimarcano i presidenti di Confcommercio Longiano Giovanni Anselmi e di Sogliano Andrea Carghini (nelle foto). "I dati turistici dei nostri comuni collinari del Rubicone quest'estate sono stati ottimi, basta pensare che a Sogliano da gennaio si è registrata una percentuale di crescita del 127% rispetto al 2019, cioè dal pre-pandemia, e a Longiano del 70%, e ciò è stato dovuto principalmente alla maggiore disponibilità di posti letto, soprattutto nuovi B&B, e al territorio più attrattivo. Per proseguire su questa strada occorre che le amministrazioni comunali incentivino la nascita di nuove attività non solo nel settore ricettivo ma anche più estesamente commerciale per aumentare la dotazione dei servizi e studino progetti e interventi per incrementare l'attrattività turistica dei comuni. Confcommercio è come sempre pienamente a disposizione per fornire suggerimenti e indicazioni orientate al rilancio della rete distributiva. Fondamentali sono anche interventi sul versante infrastrutturale per rendere i nostri borghi collinari più raggiungibili in modo agevole".

COMUNE DI GAMBETTOLA

Emergenza Covid, 160mila euro per le imprese

A seguito di sollecitazioni continue da parte dI Confcommercio e delle altre associazioni di categoria, il Comune di Gambettola ha messo a disposizione ulteriori importanti risorse per le imprese colpite dall'emergenza Covid, fondamentali per facilitare una ripartenza che è di fatto divenuta molto complessa anche per l'insorgere della nuova emergenza del caro bollette e del caro costi delle materie prime. Si tratta di una somma di 160mila euro di contributi a fondo perduto per le aziende del territorio. Il contributo massimo per ciascuna impresa sarà di 1.500 euro. Ad essere interessate sono soprattutto le attività dei pubblici esercizi, bar, ristoranti e pizzerie, commercio non alimentare di abbigliamento ed accessori, attività di artigianato di servizio, con sede legale ed operativa a Gambettola, iscritte attive alla Camera di Commercio, con regolarità contributiva Durc, un fatturato 2019 non superiore a 500 mila euro e nel 2021 un calo di fatturato di almeno il 12% rispetto al 2019.

Nella foto il presidente di Confcommercio di Gambettola Francesco Tomasini, la sindaca Letizia Bisacchi e il responsabile territoriale di Confcommercio Paolo Vangelista

FESTA DI SAN CRISPINO A SAN MAURO PASCOLI

Tombola Confcommercio con tremila partecipanti

Ancora una volta, in un clima finalmente di ritrovata normalità, la festa di San Crispino è stato un grande evento di popolo a San Mauro Pascoli , con una ampia partecipazione di pubblico anche da fuori Comune e un'organizzazione degli eventi riuscitissima. Come sempre Confcommercio di San Mauro Pascoli ha dato il suo contributo all'evento tradizionale svoltosi il 25 ottobre della tombola di San Crispino, patrono del paese calzaturiero. La tombola, partecipatissima, si è svolta a suggello di una edizione di piena ripartenza della fiera, con l'intervento della sindaca Luciana Garbuglia che ha rivolto i ringraziamenti ed i saluti dell'amministrazione comunale a tutti coloro che hanno dato il contributo per la felice organizzazione dell'evento identitario sammaurese. Splendido il colpo d'occhio su piazza Mazzini gremita per il tombolone, con circa tremila partecipanti. Sono state ben diecimila le cartelle stampate e con un montepremi del valore di 1.500 euro fra cinquina, decina e tombola. Ad aggiudicarsi cinquina e decina è stata Annamaria Casadei di San Mauro Pascoli, la tombola Annalisa Crivellaro di Villalta di Cesenatico.

Nella foto sul palco la sindaca Luciana Garbuglia con i vincitori e Paolo Vangelista di Confcommercio promotrice dell'evento.

IL PRESIDENTE ANDRINI INTERVIENE A FAVORE DELLE IMPRESE RICETTIVE

Approvato il Pug, Confcommercio: "Sbagliato frenare i condhotel"

Il Comune di Cesenatico ha approvato il Pug, il piano urbanistico generale, le cui caratteristiche salienti sono lo stop alla cementificazione del suolo, la rigenerazione degli edifici già esistenti e la possibilità di ricavare nuove strutture ricettive nelle colonie a Ponente, ma non nei condhotel che di fatto vengono stoppati, incentivi alla qualificazione degli hotel e di altre aziende.

Il Pug ha abolito inoltre gli indici complicati del vecchio Prg con la possibilità per imprenditori e cittadini di fare i conti in base alle altezze massime consentite. Per quel che concerne le strutture alberghiere è consentito l'ampliamento in altezza con un piano in più e anche a terra, laddove siano disponibili spazi. Nei casi di demolizioni, ricostruzioni e accorpamenti viene data la possibilità di arrivare sino a 26 metri di altezza. Gli alberghi chiusi al 1° gennaio 2018 fino a venti camere e le strutture chiuse fino a quaranta camere, avranno la possibilità di convertirsi in condhotel. Dal canto loro gli stabilimenti balneari non potranno essere al centro di ampliamenti, ma sarà possibile riorganizzare le superfici coperte esistenti senza più divisioni tra superfici utili e accessorie . Il sindaco Matteo Gozzoli ha tenuto a rimarcare che il Pug appena approvato è il primo piano urbanistico non espansivo nella storia di Cesenatico, un segnale di discontinuità con il passato con l'obiettivo di incentivare la riqualificazione dell'esistente per migliorare la qualità ambientale del territorio.

Confcommercio di Cesenatico esprime tuttavia alcune perplessità sul Pug. "Più volte nella fase del confronto con l'amministrazione comunale Confcommercio si era soffermata – mette in luce il presidente Giancarlo Andrini (nella foto) – sulla necessità di dedicare la massima attenzione alla salvaguardia e allo sviluppo delle zone turistiche, offrendo nuovi stimoli alle attività imprenditoriali e incentivando investimenti nel settore per migliorare l'offerta turistica. Gli interventi di rigenerazione urbana vanno bene, ma una volta abbandonate rigidità e pesantezze del vecchio piano regolatore risalente al 1998, l'amministrazione comunale ora è chiamata ad avere coraggio e lungimiranza quando gli investimenti turistici prevederanno scelte e progetti moderni e avveniristici e ciò deve valere anche per ciò che concerne le questioni relative all'impatto ambientale. Un'altra esigenza molto avvertita riguarda lo snellimento dei tempi per l'avvio di progetti

edilizi discussi e presentati. Ma è evidente che negli interventi di riqualificazione si avverte la necessità di avere un'adeguata capienza ricettiva, a partire dai posti letto. Gli investimenti debbono in tal senso essere remunerativi per l'imprenditore".

"Quanto alla scelta operata dal Pug di frenare i condhotel - aggiunge il presidente Giancarlo Andrini - Confcommercio dissente perché è convinta che potrebbero essere utili per avviare la riqualificazione dei volumi ricettivi turistici attualmente in stato di degrado e di abbandono come ad esempio non poche colonie marittime. Per conseguire questi obiettivi servono investimenti che siano sostenibili. Pertanto per Confcommercio è evidente come i condhotel nella zona delle colonie, consentiti dalla legge e dalla normativa regionale, siano un'importante opportunità per il nostro territorio comunale e lo sviluppo del settore ricettivo e turistico".

INCONTRO IN CONFCOMMERCIO DEGLI STABILIMENTI BALNEARI SIB

"Nuovo governo, attesa una svolta sulle concessioni"

Si può aprire uno scenario di fiducia e ottimismo per i gestori degli stabilimenti balneari che stanno via via riacquistando la fiducia nella possibilità reale di poter mantenere le loro concessioni di spiaggia senza dovere passare dalle forche caudine delle gare che sono previste dalla direttiva europea Bolkestein e che da tempo stanno allarmando la categoria. È questo il fattore saliente emerso in un incontro del Sib che si è tenuto presso la sede di Confcommercio Cesenatico a cui hanno preso parte i i rappresentati provinciali del Sib-Confcommercio dell'Emilia Romagna, che associa 350 imprese del territorio di Forlì-Cesena. Erano presenti all'incontro presso la sede di Confcommercio Cesenatico, oltre al presidente regionale Simone Battistoni, i presidenti del Sib cesenate e provinciale di Forlì-Cesena Roberto Zanuccoli, di Ferrara-Comacchio Giuseppe Carli, di Rimini Guido Menozzi, di Ravenna Giacomo Rossi e di Cervia Gino Guidi.

Il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini ha fatto gli onori di casa e al confronto erano presenti tutti i presidenti provinciali del Sib insieme a quello regionale, Simone Battistoni, che è intervenuto per fare il punto della situazione. In questa fase interlocutoria, col Governo appena formato, l'auspicio è che possa essere concretizzato un mutamento di scenario a Palazzo Chigi, da parte del nuovo esecutivo, che possa eliminare l'incubo della revoca delle concessioni per la Bolkestein, che come è noto impone di svolgere gare per l'attribuzione delle concessioni demaniali marittime.

«In questo momento in cui attendiamo di verificare l'operato del nuovo Governo anche sulle problematiche che ci riguardano - mette in luce il presidente Sib Battistoni - il Sib è fiducioso che possano arrivare segnali di cambiamento di prospettiva, dopo che che in campagna elettorale la coalizione che è risultata vincitrice alle elezioni ha mostrato di capire l'importanza del settore e che l'interesse dell'Italia non è certo quello di svendere l'ennesimo asset strategico del Paese. Pertanto come Sib attendiamo di valutare quelle che saranno le proposte, auspicando un cambio di linea rispetto al passato».

«Il Sib, a scanso d'equivoci - prosegue Battistoni - non è mai stato favorevole a mettere a gara le concessioni e il nostro obiettivo è ottenere un dispositivo normativo che possa proteggere nel migliore dei mondi le imprese della nostra regione, che hanno investito i questi decenni nel loro sviluppo e insieme in quello del turismo territoriale. In passato era operativo un governo che aveva l'intenzione di mandare la categoria a gara, e ci siamo rapportati cercando di impostare le trattative per ottenere il risultato che tuteli maggiormente le nostre imprese. Ma con un governo che voglia intraprendere strade diverse e più a salvaguardia degli stabilimenti balneari non mettendo a repentaglio le concessioni, è evidente che da parte del Sib ci sarà la massima disponibilità e ragioneremo sulle ipotesi che ci verranno presentate a garanzia del nostro settore, che costituiscono il traguardo da conseguire».

Nella foto gli intervenuti all'incontro dei Sib provinciali della Regione Emilia Romagna svoltosi nella sede di Confcommercio Cesenatico, con il presidente regionale Simone Battistoni e il presidente Confcommercio Giancarlo Andrini che ha fatto gli onori di casa.

L'ESTATE SI È PROLUNGATA A TUTTO IL MESE DI OTTOBRE

Si ripropone la sfida dell'allungamento stagionale

di ROBERTO FANTINI

"Il mare d'autunno può diventare un affare", ha scritto Valerio Baroncini in un illuminante editoriale sulle colonne del Resto del Carlino ragionando sulla esigenza indifferibile dell'allungamento stagionale ed in effetti Confcommercio da tanti anni batte sul tasto della necessità assoluta di allungare la stagione, un obiettivo che ora è più conseguibile anche grazie al fatto che l'estate meteorologica si prolunga nel tempo con sempre maggiore frequenza, come prova anche questo eccezionale mese di ottobre con temperature altissime.

Giustamente il giornalista Baroncini si sofferma a considerare le straordinarie potenzialità di sfruttamento del turismo in Emilia-Romagna, dove è sempre più concreta la destagionalizzazione del mare. "Da una parte con la forte trazione del settore sportivo e congressuale ripartito dopo gli anni tetri del Covid; dall'altra soprattutto con l'azione propulsiva della cultura, dei borghi, delle mostre. Il mare d'inverno presenta però alcune sfide - mette in luce il giornalista . La prima riguarda l'accoglienza: non tutte le località e non tutte le strutture sono attrezzate per una vita su 12 mesi, sia per gli ostacoli dovuti ai costi e alla ricerca dei lavoratori, sia per una mentalità decisamente stagionale. Poi c'è il tema della mobilità: raggiungere i centri delle riviere con i mezzi pubblici non è ancora scontato, soprattutto nella fase invernale. Infine gli stranieri: sebbene il 2022 abbia segnato il ritorno di moltissimi turisti comunitari d'estate, d'autunno la situazione di Emilia-Romagna e Marche non è di certo paragonabile a quella di Toscana o Lago di Garda, giusto per fare due esempi vicini anche dal punto di vista geografico".

Parole sacrosante. Si tratta allora di mettersi seriamente al lavoro per confrontarsi su o come realmente operare, nel nostro territorio rivierasco e su come recuperare il terreno perduto, per l'allungamento della stagione, forti certamente del fatto che le presenze di luglio, agosto e anche della prima metà di settembre sono state in linea con i migliori dati di sempre, ma con un neo che deve fare riflettere: il fatto che il 32% di operatori che dichiara di non ospitare abitualmente clientela internazionale.

Confcommercio chiede dunque di sedersi dunque ad un tavolo per disegnare percorsi fattibili di allungamento stagionale con eventi sportivi, rassegne, eventi culturali e gastronomici in grado di attirare turisti e grande pubblico "Non solo sport, terme, congressi, ma anche vita lenta, sostenibilità, cicloturismo e soprattutto turismo residenziale, come avviene ad esempio alle Baleari.", suggerisce sempre Baroncini. La capacità progettuale del sistema territoriale è chiamata in causa per accogliere la sfida dell'allungamento stagionale come obiettivo per far fruttare il turismo, nostro petrolio. Confcommercio si dichiara presente.

STORICA ASSOCIATA DI CONFCOMMERCIO MORTA A 93 ANNI

Addio a Giuliana Manzi, anima della 'Gnaffa'

di GIANCARLO ANDRINI

La cucina romagnola si lega a personaggi leggendari che fanno epoca e ne sono ambasciatori e ambasciatrici coniugandola alla tradizionale ospitalità romagnola. A questa eccellente e virtuosa categoria apparterà per sempre Giuliana Manzi (in una vecchia foto con il marito), anima dello storico ristorante "La Gnaffa" per l'appunto, da sempre l'approdo culinario per eccellenza degli amanti della cacciagione, morta a 93 anni.

Associata storica di Confcommercio insieme al marito Goffredo Buratti e indiscussa protagonista del mitico ristorante nella frazione di Sala in via canale Bonificazione in uno dei più antichi ristoranti della Regione Emilia Romagna.. Per Confcommercio è stato un onore averla tra le sue fila e per tutti noi un piacere conoscerla e godere delle sue delizie culinarie, ma anche della sua carica di simpatia che generava un'accoglien-

za familiare. Dalla 'Gnaffa' è come essere a casa. Un vero e proprio simbolo della nostra tradizione gastronomica. Sempre fedele alla sua identità della più tipica cucina romagnola, il suo ristorante è stato ed è meta di vip, musicisti come Riccardo Muti e Lucio Dalla, attori, politici, giornalisti, calciatori e personaggi del mondo dello sport. Anche il compianto commissario tecnico della Nazionale di Calcio italiana Azeglio Vicini era un habituè della 'Gnaffa'.

Il ristorante venne aperto nel 1904 da Adelaide Sacchetti, detta per l'appunto la 'Gnaffa', la capostipite della dinastia e rappresenta una delle attività più longeve, non solo del territorio cesenaticense. Una dinastia di grandi capacità l'ha tenuto in vita e continua a farlo primeggiare nel mercato: oggi è condotto dai figli di Giuliana e Goffredo, i fratelli Paolo ed Ariella Buratti; e una nuova generazione di nipoti incalza pronta a prendere le redini.

PREVIDENZA COMPLEMENTARE

Patrignani entra nel cda del fondo Fon.Te con 250mila iscritti e cinque miliardi erogati

Il presidente di Confcommercio cesenate e dell'Unione provinciale Forlì-Cesena Augusto Patrignani (nella foto) è stato designato membro del nuovo consiglio di amministrazione di Fon. Te, l'importante Fondo pensione complementare per i dipendenti di aziende del terziario (commercio, turismo e servizi). uno dei più grandi fondi negoziali italiani. Comprende 250mila iscritti ed eroga cinque miliardi di euro di prestazioni.

Il cda è composto dai rappresentanti di Confcommercio Imprese per l'Italia, Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl e UilTucs. Maurizio Grifoni (Confcommercio Imprese per l'Italia) è stato eletto presidente e Michele Carpinetti (Filcams-Cgil) vicepresidente.

"Il Fondo Fon.Te - mette in luce il neoeletto consigliere di amministrazione del fondo Fonte Augusto Patrignani - nel corso dell'ultimo decennio si è affermato e consolidato come uno dei fondi negoziali più importanti ed estesi ma, anche a seguito delle modifiche statutarie intervenute ad aprile scorso, l'ampliamento del numero degli iscritti deve essere la priorità dell'azione del Fondo nei prossimi anni, unitamente all'erogazione di servizi sempre più efficienti e in linea con le esigenze dei nostri iscritti e delle aziende associate. La priorità del fondo rimane quella di sostenere gli iscritti nella costruzione di una prestazione previdenziale integrativa ma al contempo Fonte, come hanno rimarcato il presidente Grifoni e il vicepresidente Carpinetti, è chiamato con grande impegno verso le generazioni più giovani a promuovere campagne non solo informative ma formative sulla necessità ed opportunità di iscriversi a un fondo di previdenza complementare. Si tratta prima di tutto di un'operazione culturale di convincimento e di fidelizzazione che stiamo conducendo da tempo anche nel nostro territorio cesenate presso gli imprenditori associati, per richiamare la centralità della prevenzione e della lungimiranza investendo nella previdenza complementare facendo riferimento a un fondo di massima garanzia per le sue prestazioni".

INDAGINE SUGLI INTERVENTI A FAVORE DELLA INNOVAZIONE AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICA

Imprese femminili pronte alla sfida della sostenibilità

La Fiera del Levante ha ospitato l'incontro "Imprese femminili e sostenibilità" quarta tappa del progetto "Impresa è donna" organizzato da Terziario Donna Confcommercio e dedicato ai temi della parità di genere, della transizione ambientale e digitale, della sostenibilità sociale, del credito e della formazione. Nel corso dell'incontro, che ha affrontato in particolare i temi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica sono stati presentati i risultati di un'indagine sulle imprese femminili del terziario svolta in collaborazione con il Centro Studi delle Camere di Commercio "Guglielmo Tagliacarne", che ha coinvolto le imprese rosa del territorio cesenate e provinciale dove in seno a Confcommercio opera il Terziario Donna presieduto dalla imprenditrice Claudia Ricci. Ecco che cosa è emerso. Nove imprese femminili su dieci ritengono importante adottare misure green per ragioni di sostenibilità ambientale e il 47% prevede di fare investimenti orientati a ridurre gli impatti dell'impresa sull'ambiente per il triennio 2022-2024. Questa attenzione alla sostenibilità ambientale da parte delle imprese "in rosa" si è accentuata dopo la crisi pandemica e si incrementerà anche alla luce della crisi generata dal conflitto Russia-Ucraina, soprattutto in relazione ai temi dell'autonomia energetica.

Le imprese green sono più competitive: infatti, tra le imprese femminili che hanno effettuato investimenti in sostenibilità ambientale, il 45% ha dichiarato di prevedere un incremento di fatturato nel 2022 rispetto all'anno scorso, il 22% prevede di incrementare il numero dei propri occupati, il 14% prevede un ritorno ai livelli produttivi pre-Covid.

La maggior parte delle imprese eco-investitrici ha avviato innovazioni che riguardano il processo produttivo più che la realizzazione di prodotti green. Tuttavia, nel corso degli anni è aumenta la quota di imprese che punta ad entrambe le innovazioni. Questa tendenza non può che essere valutata positivamente e indica una sempre maggiore consapevolezza delle imprese sulle tematiche della sostenibilità ambientale.

Le imprese non eco-investitrici incontrano diverse barriere che impediscono loro di realizzare investimenti green. I tre principali ostacoli sono: l'insufficienza di risorse finanziarie, segnalato da più di un'impresa femminile su tre (34%) e da un'impresa maschile su cinque (20%); la mancanza di cultura green segnalata dal 21% delle imprese femminile e dal 28% delle imprese maschili; la scarsa conoscenza delle agevolazioni pubbliche e alla difficoltà di ottenerle (17% delle femminili e 22% delle maschili).

Le imprese femminili terziarie mostrano una maggiore attenzione alle tematiche legate alla sostenibilità sociale, curando maggiormente il rapporto con i fornitori (31% vs il 27% delle imprese maschili) e con i clienti (27% contro 16% delle imprese maschili).

Nelle foto la presentazione dell'indagine

FONDO ROTATIVO ATTESO A BREVE

Aziende turistiche, arrivano le agevolazioni

di ANDREA CASADEI

In arrivo treni carichi di incentivi appetibili per le imprese e, come sempre l'Ufficio credito di Confcommercio e Rigenera Impresa sono accanto alle imprese con le loro consulenze.

Il primo è il Fondo rotativo imprese turistiche. Aggiornamenti recenti prevedono l'uscita del bando, con la definizione delle date di presentazione delle domande, entro la fine dell'anno. L'iniziativa è dedicata alle imprese alberghiere, alle strutture che svolgono attività agrituristica, quelle ricettive all'aria aperta (campeggi), alle imprese del comparto turistico, ricreativo, fieristico e congressuale, inclusi gli stabilimenti balneari, i complessi termali, i porti turistici e i parchi tematici. L'agevolazione consiste in un contributo diretto della spesa e finanziamento agevolato, concesso in base alla dimensione di impresa per una percentuale nominale dei costi e delle spese ammissibili tra il 5 ed il 25%.

Un altro treno di rilievo è costituito da bandi in programmazione della Regione Emilia Romagna fra cui attualmente è stato pubblicato e gestito da Ri-Genera il primo relativamente al sostegno per la digitalizzazione delle imprese, supportando le aziende per la presentazione della domanda e/o per la redazione della Check List. Si attendono i bandi relativamente all'imprenditoria femminile e al sostegno degli investimenti. Si attende l'uscita di date e maggiori specifiche del bando con sintesi allegata, che riguarda il sostegno all'investimento per imprese che investono in macchinari ed impianti nel campo della ristorazione e delle gelaterie-pasticcerie. Il contributo concedibile è pari al 70% delle spese da sostenere.

LETTERA SULL'EMERGENZA FINANZIARIA

Ascom Servizi e Rigenera Impresa accanto alle aziende

La congiuntura storica che stiamo attraversando è forse la più complicata di tutti questi ultimi decenni ed è difficile comprendere quale strada intraprendere contando solo sulle proprie forze. Per l'imprenditore di oggi è urgente e necessario un confronto condiviso con diverse professionalità – economiche, gestionali, finanziarie – che possono aiutarti a leggere il futuro della tua attività e delineare insieme un percorso che possa metterla in sicurezza.

Secondo una stima dell'Ufficio Studi di Confcommercio, da qui ai primi sei mesi del 2023, sono a rischio circa 120mila imprese del terziario di mercato e 370mila posti di lavoro. Tra i settori più esposti ai rincari energetici, il commercio al dettaglio, in particolare la distribuzione tradizionale e moderna del settore alimentare, la ristorazione, la filiera turistica, i trasporti che, a seconda dei casi, registrano rincari delle bollette fino a tre volte nell'ultimo anno e fino a cinque volte rispetto al 2019, prima della pandemia.

Ascom Servizi SRL assieme a Rigenera Impresa SRL sono in grado di guidarti su questa strada fornendoti supporto e assistenza per: richiesta di nuovi finanziamenti anche con utilizzo di garanzie pubbliche e di confidi; negoziazioni di finanziamenti già in essere, il cui tasso potrebbe risultare in prospettiva futura eccessivamente elevato; analisi dello stato degli indicatori previsti dal nuovo codice della crisi di impresa, per anticipare criticità e fornirti i giusti correttivi; attivazione ed istruttoria di pratiche per l'ottenimento di agevolazioni pubbliche.

Prima di recarti presso la tua banca o presso un qualsiasi altro ente finanziatore per attivare o rivedere una linea di credito, consulta il tuo consulente contabile ed attiva il tuo percorso di tutoraggio.

Questo ti permetterà di analizzare meglio le tue esigenze e fare la scelta migliore, sfruttando ogni possibile agevolazione pubblica.

Puoi richiedere un incontro, manifestando interesse al tuo consulente fiscale oppure tramite contatto diretto alla segreteria di Rigenera impresa al numero 0547.1938080 – segreteria@rigeneraimpresa.it

Per Ascom Servizi SRL e per Rigenera Impresa SRL

Andrea Casadei e Francesco Giunchi