CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserto di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

VALLE DEL SAVIO GIOIELLO DI ROMAGNA

Nella foto da sinistra il direttore Confcommercio Giorgio Piastra, il presidente Augusto Patrignani e il vicedirettore Alberto Pesci

IL COMMENTO

Più centralità alla montagna contro lo spopolamento

di AUGUSTO PATRIGNANI

Il nostro territorio cesenate, la nostra magnifica casa comune, va dal mare alla montagna, attraverso l'entroterra e le dolci colline: dalla riviera agli oltre mille metri del monte Fumaiolo. La nostra montagna colpita duramente dalle frane del dopo alluvione, ma già prontamente ripartita con le sue forze in attesa dei fondi necessari per il ripristino, quella Valle del Savio su cui da anni Confcommercio realizza una ampia progettualità per aiutarla a sprigionare compiutamente la sue straordinarie potenzialità turistiche. Non fini a se stesse, ma nell'ambito della offerta turistica romagnola, grazie alla sinergia dei turismi integrati, nostra eccellenza. Gli interventi capillari, programmati e rigorosi sul dissesto idrogeologico dovranno essere il pane quotidiano del presente e del futuro, sulla montagna e sulla pianura insieme, legate da un unico inestricabile destino. L'una dipende dall'altra, nella salute ambientale ed economica.

La nostra splendida Valle del Savio va salvaguardata a partire dal contrasto allo spopolamento della persone e delle imprese. Sostenere la crescita dei Comuni montani e contrastarne lo spopolamento è un obiettivo primario.

Il disegno di legge approvato nel 2022 sulla montagna mirava a rafforzare il partenariato sociale rendendo disponibili risorse per un più ambizioso perseguimento degli obiettivi di rafforzamento della densità delle attività commerciali e degli insediamenti produttivi nei comuni montani economicamente e socialmente vulnerabili.

Una sensibilità legislativa importante per i nostri territori montani che finalmente vengono considerati come fonte di ricchezza per tutto il Paese, non solo per tutte le attività che richiamano in estate ed in inverno, ma proprio, ed è questa la novità, per le loro stesse caratteristiche morfologiche.

Confcommercio ha dato un prezioso contributo con una proposta innovativa finalizzata ad invertire il trend di impoverimento e spopolamento delle nostre montagne. In sostanza significa sfruttare la capacità di assorbimento di boschi e foreste montane per pulire l'atmosfera dall'inquinamento di anidride carbonica mediante la negoziazione sul mercato telematico di speciali certificati verdi. Il modello ha ottime potenzialità di implementazione perché privo di costi a carico della spesa pubblica ed anzi in grado di incrementare le casse dell'erario in modo importante.

Per Confcommercio la montagna deve smettere di essere periferia e luogo remoto ed entrare a pieno titolo nelle aree nevralgiche del Paese. Ciò che serve non sono principalmente sussidi ma sviluppo omogeneo delle aree, con un'attenzione particolare a cittadini e imprese, nella logica di tenere le persone a vivere nelle cosiddette terre alte. I territori debbono diventare sempre più protagonisti, grazie anche alla collaborazione tra pubblico e privato. Confcommercio continuerà a dare il suo contributo non solo nella fase emergenziale del post alluvione, ma sempre ogni giorno.

LA RICHIESTA DEI PRESIDENTI CONFCOMMERCIO CESENATE

Patto tra i nostri Comuni per sostenere i negozi di prossimità

Un intervento eccezionale per sostenere i negozi di prossimità in tutti i comuni del Cesenate attraverso un Patto tra le due Unioni dei Comuni. Lo chiede Confcommercio cesenate, attraverso il suo presidente Augusto Patrignani e i quattordici presidenti degli altri Comuni comprensoriali (nelle foto), come impegno eccezionale di legislatura.

"Lo spopolamento commerciale nelle frazioni più periferiche e nei piccoli comuni, ma anche in quelli più ampi - argomenta il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani unitamente agli altri presidenti comunali - può essere fronteggiato riconoscendo nei fatti, quindi con atti amministrativi riscontrabili, la indispensabilità di una rete commerciale distributiva di prossimità con incentivi e facilitazioni tributarie per i negozi che si insediano coprendo buchi in settori merceologici non presenti. Questo vale tanto per i piccoli comuni, in particolare montani, quanto per quelli più grandi sino al capoluogo Cesena dove si trovano frazioni periferiche che hanno perduto servizi commerciali di prodotti essenziali come ad esempio quelli alimentari. La politica e le amministrazioni comunali possono agire, se hanno la volontà di farlo, premiando nelle modalità che riterranno opportune ma che siano verificabili le imprese commerciali che aprono e si insediano assicurando un servizio alla collettività. Il concetto è molto semplice: la rete distributiva di prossimità va valutato come un servizio pubblico, pur svolto da privati, irrinunciabile e le amministrazioni comunali debbono favorire, incentivare e sostenere il suo mantenimento nell'interesse della città e dei cittadini clienti".

"Occorrerebbe dunque varare una sorta di Piano della rete distributiva sostenibile con il raccordo dei Comuni e delle Unioni. Un'azione utile - proseguono Patrignani e gli altri presidenti di Confcommercio dei comuni cesenati - è anche l'allestimento di una mappa, comune per comune, quartiere per quartiere, con le segnalazioni sulle gamme merceologiche carenti o assenti per poter avere uno scenario aggiornato sulle necessità dei residenti delle zone interessate. Il mercato ha le sue leggi, e le conosciamo, ma le amministrazioni possono intervenire per riequilibrare situazioni sfavorevoli a partire da politiche incentivanti per la rete distributiva che includano anche un piano della mobilità e della sosta premiante e non ostacolante per il raggiungimento dei negozi. La mobilità non è sostenibile se non permette di raggiungere agevolmente i negozi di prossimità anche del centro storico con tutte le sue forme di spostamenti. Ma non debbono essere azioni sporadiche, bensì raccordate in tutto il territorio nella logica di un patto fra i comuni per salvare e incentivare il commercio di prossimità".

AVVIATO IL SERVIZIO IIN UN BAR

Borello copre il buco della vendita dei giornali

Il ritorno della vendita dei giornali a Borello, in un pubblico esercizio, è una bella notizia per la città. In primo luogo perché una frazione cesenate così importante e popolosa e con una sua identità così caratterizzata da sempre, dove opera una rete distributiva di negozi di prossimità importante, si rafforza con un servizio fondamentale. In secondo luogo perché i giornali, le riviste e l'informazione cartacea restano un presidio di crescita culturale, qualità della vita e consolidamento della democrazia irrinunciabile.

Laddove non è possibile o comunque non si verifica la presenza di edicole, grazie al gioco di squadra delle attività commerciali è possibile sopperire alla carenza distributiva, come è avvenuto a Borello e deve avvenire in tutti centri minori, frazioni e borgate in cui la fetta di comunità che vi risiede non deve rimanere sguarnita di un servizio così nevralgico. E questo non solo a Cesena ma in tutti i comuni del Cesenate e nelle sue disseminate frazioni.

Anche le amministrazioni pubbliche, come si è verificato con successo nella circostanza di Borello, debbono dare il loro contributo alla risoluzione del problema. Quanto invece alla presenza di edicole nei centri storici, l'auspicio è che attraverso azioni incentivanti sia possibile mantenerla e potenziarla. A Cesena ad esempio ad oggi ne è presente solo una, nell'area antica, mentre in altri comuni romagnoli sono diverse di più. La nostra è una semplice constatazione, un dato di fatto, non certo una critica.

Occorrerebbe creare condizioni anche attraverso incentivi mirati affinché l'attività imprenditoriale dell'edicolante possa ancora essere premiante e sostenibile o comunque sopperire assicurando la vendita della carta stampata. Un impegno dei privati, dei corpi intermedi e anche del pubblico che deve favorire in tutti i modi possibili il mantenimento di questa attività presidio di cultura e civiltà. Vendita dei giornali in ogni frazione: questo il motto e questo l'obiettivo a cui tendere, e più edicole nel nostro centro storico del capoluogo.

Augusto Patrignani
Presidente Confcommercio cesenate

CONFCOMMERCIO SUGLI INTERVENTI A TUTELA DI IMPRESE E LAVORATORI

Emergenza caldo, bene gli interventi e le semplificazioni normative

"Gli interventi che si vogliono porre in essere per le semplificazioni normative, relative sia alla cassa integrazione ordinaria che alle modalità organizzative più utili per fronteggiare l'emergenza climatica in atto, devono essere ben tarati sulle tipologie di attività nei diversi settori e sulle mansioni svolte, poiché è evidente che ci siano impatti differenziati". Questa è la posizione di Confcommercio al tavolo con le parti sociali convocato dal ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, Marina Calderone, per un confronto sulle misure vigenti e per una valutazione di ulteriori iniziative organiche di tutela per imprese e lavoratori in difficoltà.

"Va da sé – sostiene Confcommercio - che la cassa integrazione attivabile, sulla scorta dei provvedimenti emergenziali, debba essere di sostegno a imprese e lavoratori che aderiscano anche ai fondi di solidarietà bilaterali, in particolare al Fis, evitando sospensioni 'dall'alto' delle attività poiché, soprattutto nel terziario di mercato, si può passare paradossalmente dalla cassa integrazione per eventi climatici alla cassa integrazione per cessazione attività". Sugli interventi relativi alle modalità organizzative utili a fronteggiare l'emergenza, come il "lavoro agile", "si deve tener conto, oltre delle mansioni compatibili, di come nel mondo dei servizi e del relativo indotto possa essere oggettivamente controproducente in questo periodo e dunque contribuire alla desertificazione dei luoghi di lavoro e delle città, con possibili danni alle imprese da noi rappresentate. Siamo comunque disponibili a proseguire un confronto sulle misure più idonee da adottare, salvaguardando le specificità delle imprese che svolgono attività di servizio alla clientela", ha concluso Confcommercio.

INDAGINE DELL' UFFICIO STUDI CONFCOMMERCIO

Spese obbligate in escalation, consumi erosi

Dall'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio risulta che nel l 2023 è stata toccata quota 41,5% del totale delle spese da parte di quelle cosiddette obbligate, con oltre 5mila euro a persona per l'abitazione e quasi 2mila euro per energia, gas e carburanti. Il dato è rappresentativo anche della realtà cesenate e provinciale. Dopo il livello record toccato l'anno scorso (42,7%), anche nel 2023 resta molto alta la quota di spese obbligate sul totale dei consumi delle famiglie italiane (41,5%). Si tratta di una percentuale di cinque punti più elevata rispetto al 1995 e lontana dalla quota 40% superata per la prima volta nel 2007. In termini assoluti, nell'anno in corso su un totale di oltre 21mila euro pro capite di consumi, per le spese obbligate se ne vanno 8.755 euro, ovvero 100 euro in più circa rispetto al 2019.

"Tra queste spese - commenta il direttore di Confcommercio cesenate Giorgio Piastra (nella foto) - , quella che pesa di più riguarda in generale l'abitazione (5.062 euro) e in particolare energia, gas e carburanti che, con 1.976 euro, rappresentano il 9,4% del totale dei consumi. A rendere il fenomeno ancora più allarmante è l'aumento dei prezzi: se tra il 1995 e il 2023, infatti, il prezzo medio dei beni commercializzabili è cresciuto di quasi il 53%, quello delle spese obbligate è aumentato del 120% con la componente energia aumentata che è salita di quasi il 175%. Si tratta, evidentemente, di tendenze, che riducono il benessere e dei consumatori e frenano la propensione al consumo con inevitabili effetti depressivi sulle già deboli dinamiche del Pil".

ULTIMO ANNO PER GLI INTERVENTI, ELEZIONI AMMINISTRATIVE IL 9 GIUGNO 2024

"Impresa Cesena", che cosa è stato concretamente realizzato?

Confcommercio monitora il rispetto del programma di legislatura

di AUGUSTO PATRIGNANI

In molti comuni del Cesenate, capoluogo in testa, è iniziato l'ultimo anno di legislatura ed è tempo di bilanci, o comunque di cominciare a fare il punto della situazione. Il 9 giugno 2024, data anche delle elezioni europee, si andrà alle urne a Cesena e in buona parte dei comuni comprensoriali per eleggere il nuovo sindaco e i consiglieri comunali. L'invio di Confcommercio è quello di utilizzare il tempo residuo a disposizione per rispettare il programma di legislatura che venne presentato dal sindaco Enzo Lattuca che prevalse al ballottaggio sul candidato Andrea Rossi. Confcommercio Cesena nel 2019 presentò un decalogo di 28 punti, assai articolato, con le richieste ai candidati, intitolato 'Impresa Cesena". Non era un programma elettorale. Confcommercio non è un partito che si candida alle elezioni, al massimo la definizione che potremmo accettare è di essere il partito delle piccole imprese, nel senso che la nostra ragione sociale è quella di rappresentarle, assisterle, affiancarle sul mercato ed elaborare idee, proposte, progetti per favorirne la crescita, rapportandoci con chi amministra la cosa pubblica. Impresa Cesena era semplicemente un contributo che Confcommercio vuole fornire a partiti, liste civiche, coalizioni che si candidano ad amministrare Cesena nella legislatura 2019-2024.

Lo stesso venne fatto negli altri Comuni in cui si andò al voto. Il nostro contributo di idee, proposte, istanze non si limitarono soltanto alle richieste per il sostegno alle imprese, ma fu inserito in un contesto più ampio sviluppando, in una trentina di punti, idee per lo sviluppo della città nel suo complesso, dalla sostenibilità alla rigenerazione, dalla mobilità alle scelte urbanistiche, dalla valorizzazione di cultura ed arte al welfare circolare. Confcommercio non si limitò a richiedere meno tasse e burocrazia (pur reclamandone: un punto in meno di Imu vale più di mille proclami!), bensì allargò il campo come compete a una moderna organizzazione di categoria chiamata ad essere soggetto propulsivo, creativo, propositivo, serio interlocutore di chi amministra e si candida a farlo allo scopo di accrescere lo sviluppo e la qualità della vita della propria città: economica, sociale, ambientale, culturale, del tempo lavorato e di quello libero. Impresa Cesena fu il nostro slogan. Impresa è parola chiave. È il lavoro, l'impresa, che fanno gli oltre duemila associati a Confcommercio nel territorio: un lavoro che diventa tutt'uno con la persona, fatto ogni giorno di insidie, sfide, rischi, opportunità, occasioni di successo, possibilità di fallimento.

Un lavoro che mette in gioco. Anche migliorare una città è un'impresa, che vale la pena di prefiggersi. Cesena era la seconda parola, e non è un toponimo. È una fede. Cesena è la nostra città. Amata. Siamo orgogliosi di essere di Cesena, così come lo siamo di essere della Romagna. Confcommercio, che a Cesena è radicata da oramai 80 anni, ancora una volta sarà in campo per proporre, stimolare e indirizzare chi amministra a vincere la partita dello sviluppo, partendo dalla centralità dell'impresa che crea lavoro e benessere. Questa è l'impresa da realizzare. È tempo, dicevamo, di trarre anche dei bilanci in questa legislatura caratterizzata dalle emergenze, pandemia e alluvione in testa e dai progetti straordinari finanziati dal Pnrr che non erano stati previsti nel programma di legislatura. Che cosa è stato realizzato concretamente nell'arco della legislatura, non solo che cosa è stato progettato a medio e lungo termine: questo il punto cruciale da mettere a fuoco, e Confcommercio intende proseguire nella sua opera di vigilanza e monitoraggio, sollecitando l'amministrazione a utilizzare gli ultimi dieci mesi per realizzare gli interventi promessi e non ancora portati a termine in particolare a favore delle imprese e del tessuto produttivo.

Nelle foto piazza Almerici con la nuova pensilina al Palazzo del Ridotto e un affollato ristorante in centro storico

LA RICHIESTA DEL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO CESENATE

Un piano dell'arredo urbano per rendere più bella Cesena

Un piano programmato, con una road map di interventi per riqualificare l'arredo urbano del centro storico ma anche della periferia e dei quartieri. Lo chiede il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani.

"La rigenerazione e l'abbellimento degli spazi esterni dell'area antica e degli agglomerati periferici specie dove insistono le attività commerciali e culturali poli attrattivi urbani è un'esigenza della città - afferma Patrignani -. Da tempo si nota la carenza di un piano con interventi coordinati ad esempio in centro storico, su questioni avvertite da commercianti, residenti e fruitori come la collocazione di panchine, fioriere, cestini , fontane, ed elementi d'arredo tematici e connotativi coinvolgendo gli operatori commerciali e valorizzando la loro creatività e la loro felice intraprendenza più volte manifestatesi, dalle frazioni periferiche al centro. Un budget annuale non irrilevante espressamente riservato all'arredo urbano nei 12 quartieri cittadini è in questo senso fondamentale. Fin qui l'impressione è che gli interventi si siano susseguiti sporadici come l'arredo dello spazio del quarto lato della piazza che non era inserito all'interno di un progetto unitario. Elementi di arredo urbano efficaci potrebbero risollevare anche parti degradate del centro o comunque non all'altezza di quelle più rinomate. Il problema si pone anche per le piazze e i nuclei centrali dei quartieri e delle frazioni dove gli interventi di abbellimento sono necessari per conferire maggiore gradevolezza e fruibilità. Nel contempo si pone anche l'esigenza di rigenerare e migliorare il decoro delle aree verdi e dei giardini nei quartieri e nel centro storico. Un discorso a parte merita l'intervento sul parco della Rocca che andrebbe rigenerato con un progetto a sé, valorizzando pienamente il polmone verde del centro storico che ha straordinarie potenzialità non pienamente sfruttate".

"Il Cat Ascom Servizi che fa capo a Confcommercio - conclude Patrignani - ha avviato un nuovo progetto di rigenerazione degli spazi esterni che riguarda il trasporto delle merci in centro con mezzi ecosostenibili e ha raccolto i desiderata e le sollecitazioni di attività commerciali e residenti, percorrendo una nuova frontiera della rigenerazione del centro storico per rendere lo spazio sempre più vivibile a beneficio di chi in centro lavora, vive e si reca. Da anni stiamo lavorando con proposte e iniziative mirate alla rigenerazione degli spazi. Il giardino urbano della città tuttavia fa fatto fiorire con interventi più armonici per abbellirlo che vengano proposti e condivisi con la città, rilanciando un piano, per capirci, regolatore dell'arredo urbano che negli ultimi lustri sempre essere scivolato in secondo piano, in modo tale che gli interventi, quando sono stati eseguiti, possono essere sembrati non sempre come espressione di un indirizzo unitario e armonico".

SUCCESSO DELLA RASSEGNA

Venerdì sera in centro, festival di spettacoli e negozi protagonisti

Negozi del centro storico grandi protagonisti dell'edizione 2023 dei Venerdì di Luglio valorizzano l'intero tessuto commerciale presente nel centro storico di Cesena, con l'obiettivo di far vivere il centro nelle sere di luglio nel luogo in cui pulsano le attrattive, la storia e la tradizione. Si è partiti venerdì 7 luglio e protagonisti sono stati i bambini con corso Sozzi invaso dai giochi di una volta, e piazza della Libertà scenografia di due grandi gonfiabili ad utilizzo gratuito per tutti i bambini. Durante tutta la serata Cesena si è colorata di rosa grazie a palloncini donati ai bambini con il logo Venerdì di Luglio e la parola Cesena rendendo piacevole alla vista poter vedere queste colorazioni a spasso per il centro storico. Venerdì 14 Luglio è stata la volta delle le Eccellenze… Diwine! In Piazza del Popolo grande partecipazione al torneo di Bridge "Cesena sotto le Stelle" , in piazza Giovanni Paolo II esposizione di Vespe a cura del Vespa Club di Cesena, in piazza della Libertà e corso Mazzini ha tenuto banco l'esposizione di prestigiose auto di ieri e di oggi In Piazza Almerici e Via Carbonari grazie alla presenza di tantissimi produttori vitivinicoli del territorio è stato possibile degustare i loro vini con un percorso a "gettoni". Venerdì 21 luglio è andata in scena 'Balla che ti passa!' con esibizioni, show e momenti di coinvolgimento del pubblico in coreografie di gruppo, con le scuole di danza sugli scudi. Venerdì 28 luglio la rassegna prosegue con una serata dedicata alla musica in ogni forma e genere. Le scuole di musica di Cesena creeranno un percorso di suoni che accompagnerà tutto il centro storico.

Venerdì 4 agosto gran finale con i buskers, gli artisti di strada con giocolieri, mangiafuoco, equilibristi, prestigiatori di spettacoli di burattini."Un calendario di iniziative - commenta Confcommercio che ha dato il suo contributo alla promozione degli eventi - che unitamente ai saldi estivi in pieno corso nei negozi costituiscono una attrattiva per i cesenati rimasti in città e per i visitatori da fuori".

Nella foto il team 'In Cesena' con i promotori dei Venerdì di Luglio tra cui Lisa Brigliadori di Confcommercio cesenate.

IL PRESIDENTE NAZIONALE CONFCOMMERCIO SANGALLI

"Alluvione, serve un piano nazionale per la ricostruzione"

In questi due mesi e mesi dall'alluvione e dalla frane che hanno falcidiato il territorio romagnolo Confcommercio nazionale, in stretto collegamento con il territorio, è sempre stata vicina e continua ad esserlo alle imprese e alle famiglie colpite.

Il presidente Carlo Sangalli è intervenuto più volte ribadendo la "solidarietà operosa della Confederazione nei confronti degli imprenditori, che ad un evento drammatico come l'alluvione di Senigallia ci impone di rispondere in modo concreto e soprattutto utile. Abbiamo cercato di farlo in molti modi negli ultimi mesi per le province della Romagna e delle Marche e colpite ogni volta c'è il nostro impegno a fianco di donne e uomini, imprenditrici ed imprenditori tenaci che ancora una volta hanno dato e stanno dando testimonianza di coraggio quotidiano e caparbietà".

"Come Confcommercio – ha rimarcato Sangalli - abbiamo cercato di fare la nostra parte, mettendo in campo una task force operativa . Siamo intervenuti e continuiamo a farlo, con una task force tecnica che nei diversi ambiti d'intervento, presidia le richieste al Governo e al Parlamento". Ora serve un Piano nazionale per la ricostruzione, ma anche la manutenzione e la messa in sicurezza del territorio per contrastare il dissesto idrogeologico. Serve, cioè, una strategia complessiva per un Paese dal territorio bellissimo e fragile, perché non ci si abitui alla logica dell'emergenza. Quindi, certamente servono risposte tempestive alle emergenze ma servono strumenti solidi in tempo di normalità".

Nella foto il presidente nazionale Confcommercio Carlo Sangalli e il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e una frana nel comune di Sarsina

OGGI E DOMANI A MERCATO SARACENO, NEGOZI E BAR PROTAGONISTI

Notte Saracena, capodanno dell'estate

Una festa corale, di territorio, identitaria. Hanno alacremente lavorato al suo allestimento i commercianti del centro storico, Proloco Mercato Saraceno, Pro Loco Borello Valle del Savio ArterEgo, per far sì che la magià della Notte Saracena sbocci anche quest'anno nel suo splendore. "Questa rassegna così unica per Mercato Saraceno - rimarca il presidente Confcommercio Cesenate Bruno Bracciaroli - è l'esempio calzante di come tutto un paese possa lavorare insieme per un progetto comune che tiene alto il nome di Mercato Saraceno e siamo certi che anche quest'anno l'evento non deluderà le attese". Oggi l'anteprima al parco degli orti di Bora: alle 19.30 apertura dello stand gastronomico, alle 21.30 spettacolo spettacolo di circo contemporaneo, filo teso, sfera di equilibrio e verticali. Domani in centro storico a Mercato Saraceno saranno allestiti cinque punti spettacolo con dieci compagnie tra artisti musicisti e acorobati e altrettanti punti di ristoro con musica e circo di strada.

ARRIVANO LE FESTE DELLA BIRRA E DEL TORTELLO

Verghereto cala l'asso delle sagre

Dopo il maltempo di maggio e giugno con l'arrivo dell'estate piena a Verghereto con le sue bellezze naturali dal Monte Fumaiolo alle Banze è decollata finalmente la stagione turistica. "I nostri visitatori fidelizzati che cercano verde, relax e quiete sono tornati - afferma il presidente di Confcommercio di Verghereto Remo Casini (nella foto) - Sono un po' in calo sul versante cesenate i cicloturisti mentre ciò non si verifia dalla Valmarecchia dove l'afflusso si conferma importante. Un nostro tradizionale punto di forza del teritorio sono le fiere estive, dalla Festa della Pera comerina a La Villa alla sagra del Tortello del primo agosto ad Alfero, dalla festa della birra dal 3 al 5 agosto alle Balze, manifestazione dedicata ai birrifici italiani che producono birra in modo artigianale non filtrata e senza additivi per la conservazione. Resta una risorsa importante il turismo religioso all'eremo di Sant'Alberico".

PUBBLICO E PRIVATI IN CAMPO PER LA PIENA RIPARTENZA DOPO L'ALLUVIONE

Valle del Savio, una stagione turistica di comunità

Valle del Savio, vince la comunità. Lo slogan si attaglia perfettamente al lavoro di squadra in corso durante l'estate, in piena stagione turistica, per la nuova ripartenza del territorio dopo i gravi danni provocati dalle frane successive all'alluvione e alle esondazioni del 16 maggio scorso. Come presidenti delle Confcommercio di vallata, di Bagno di Romagna, Verghereto, Sarsina e Mercato Saraceno sentiamo l'esigenza di esprimere la nostra gratitudine ai sindaci, in particolare a quelli dei due comuni più colpiti, Sarsina a Mercato Saraceno, per l'abnegazione dimostrata e la vicinanza ai cittadini nella fase emergenziale, non solo delle due settimane successive in cui sono avvvenuti i soccorsi a beneficio della popolazione rimasta isolata nelle frazioni pressoché irraggiungibili, il caso di Ranchio è quello più evidente.

La prossimità è visibile ancora oggi e le macchine comunali stanno lavorando con grande dedizione ed efficacia, gettando il cuore oltre all'ostacolo. Attendiamo fiduciosi gli annunciati incentivi da parte del Governo per consentire, oltre agli aiuti alla alle famiglie e alle imprese colpite, anche il proseguimento degli interventi da parte delle amministrazioni comunali sulle centinaia di frane, fondamentali per ripristinare i necessari collegamenti e facilitare gli spostamenti indispensabili per la vita delle persone e delle imprese.

Ci uniamo alla preoccupazione espressa dai sindaci per le frane che stanno provocando seri disagi,fra cui quella tra Quarto e Turrito che obbliga i residenti che hanno necessità di recarsi a Sarsina di passare addirittura da San Piero in Bagno.

La nostra gratitudine si indirizza inoltre al tessuto imprenditoriale, ai negozi di prossimità, all'intera rete distributiva che in questa stagione turistica si è fatta in quattro in tutta la Valsavio per assicurare la consueta splendida ospitalità dei suoi turismi ambientale, cicloturistico, enogastronomico, culturale.

Da tanti anni Confcommercio cesenate e le su rappresentanze di vallata sono in prima linea con una serie articolata di iniziative progettuali per valorizzare appieno lo straordinario potenziale della Vallata, che ha trovato il suo abbrivio nell'impegno per il rilancio turistico del lago di Quarto nell'ottica di quella che abbiamo definito la valle dei laghi ed è proseguito con una continua interlocuzione con i sindaci e i comuni di vallata per creare un'offerta territoriale con tutte le sue complementari attrattive che anche in questa stagione turistica continua ad essere pienamente allettante. Le bellezze paesaggistiche montane di Verghereto, dalle Balze al Monte Fumaiolo con le sue sagre estive, il turismo termale di Bagno di Romagna, quello culturale di Sarsina con gli avamposti della rassegna plautina e il richiamo del Museo Archeologico, l'offerta poliedrica di Mercato Saraceno, terra di vini, gastronomia pregiata, pievi e rassegne di primo livello. Tutto concorre a rendere la Valle del Savio una primizia nel territorio e Confcommercio continuerà a fare la sua parte per elevarne il brand e l'offerta. Gli auspici sono che la stagione turistica decolli nel mese di agosto e abbia un benefico prolungamento in settembre, auspicabilmente favorito da un meteo clemente, mentre di pari passo prosegue l'opera di manutenzione del territorio e in prospettiva si creino le premesse di una nuova stagione di maggiore, ottimale cura idrogeologica che leghi insieme pianura e montagna, i cui reciproci destini sono dipendenti l'uno dall'altra. Nessuna delle due si salva da sola.

La ricostruzione del dopo alluvione è in corso, abbiamo fiducia nell'operato del commissario Figliuolo, attendiamo i fondi necessari e intanto lavoriamo, come abbiamo sempre fatto, per rendere la Valle del Savio sempre più bella e attrattiva, alzando ogni giorno l'asticella.

Nelle foto i presidenti Confcommercio della Vallata del Savio, il presidente Patrignani al tavolo dei relatori di un convegno promosso a Bagno di Romagna nel 2018 e il lago di Quarto che da anni chiede di rigenerare turisticamente.

I presidenti Confcommercio di Bagno di Romagna, Verghereto, Sarsina e Mercato Saraceno

IL 2 AGOSTO SERATA AL CAFFÈ CENTRALE DI MERCATO SARACENO

Bruno Bracciaroli racconta i tipi da bar

Un bar è un pezzo di storia, di storia della città, non un semplice luogo di somministrazione. Il Caffé Centrale di Mercato Saraceno, legato nella storia all'epopea della famiglia Bracciaroli, ne è un esempio perfetto. Un Caffé che è parte integrante di Mercato Saraceno e che opera per rafforzare la cultura e le coesione territoriale.

Mercoledì 2 agosto alle 21, il titolare Bruno Bracciaroli (nella foto), presidente di Confcommercio di Mercato Saraceno e Bruno Dolcini presentano la serata di intrattenimento 'Storia del bar Centrale live. I racconti della Mercato Saraceno che tempi che furono con ospiti e collegamenti'. Appuntamento davanti al bar e la serata andrà anche in onda su Radiocollinair.

LA RIFLESSIONE DEL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO PATRIGNANI

Il nuovo Roverella? Ha senso se dà più valore al centro

La rigenerazione del palazzo Roverella nel cuore del centro di Cesena, che prevede appartamenti sociali per nuclei fragili, servizi culturali, ristorazione e spazi polifunzionali deve raccordarsi e armonizzarsi con la funzione commerciale che caratterizza il centro storico dove il nuovo spazio rigenerato si colloca, per impedire che si tratti di un corpo staccato dal contesto. Lo chiede il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani.

"Si tratta d'un contenitore identitario, uno spazio di grandi dimensioni nel cuore del centro - afferma Patrignani - che beneficerà dei fondi del Pnrr per oltre 12 milioni. La scelta progettuale imperniata sull'abitare sociale ha destato qualche perplessità non per la nobile funzione individuata ma per il fatto che nel centro storico le funzioni principali da potenziare sono quelle commerciali e culturale e non precipuamente quella residenziale, ma Confcommercio valuta con apertura la rigenerazione ugualmente, tuttavia chiede che si studino tutte le strade praticabili per collegare lo spazio alle attività commerciali che sono la principale attrattiva anche dell'area di centro adiacente al palazzo. Positivo è che nella piazza Aguselli vengano mantenuti gli stessi posti per la sosta nell'intervento di abbellimento e di parziale messa a verde. Via Strinati su cui l'ingresso attuale di palazzo Roverella insiste è una delle strade di maggio passaggio commerciale grazie anche alla vicinanza dell'area di sosta e non andrà penalizzata durante i lavori, pertanto occorrerà mettere in atto tutti gli accorgimenti non solo sul passaggio veicolare ma anche sulla sosta aggiuntiva in sostituzione delle piazzole che verranno eventualmente tolte durante i lavori che sono stati annunciati al via per settembre".

"L'auspicio di Confcommercio - conclude Patrignani - è che futuri progetti di rigenerazione che vedranno protagonista il pubblico si orientino anche su interventi che privilegino la funzione commerciale, potenziandola e innovandola. Confcommercio auspica inoltre la convocazione in autunno di Stati generali del centro storico per rilanciare il confronto sulle funzioni su cui puntare per il rilancio del cuore urbano e in particolare su quali interventi attuare per consolidare quelle principali, quella commerciale e quella culturale".

Dal canto suo l'assessora all'Urbanistica del Comune di Cesena Cristina Mazzoni ha comunicato che a settembre si aprirà il cantiere e che i lavori di abbellimento di piazza Aguselli avranno luogo al termine dei lunghi lavori sull'edificio da completare, pena la non riscossione dei fondi del Pnrr, entro il 2026. Quanto ai posteggi , l'assessora ha annunciato che non verranno ridotti i posti auto. Oggi la piazza dispone di 28 posti per la sosta e 11 per le moto, mentre dopo la riqualifcazione le piazzole per le automobili saliranno a trenta oppure resteranno 28, le stesse attuali, più sei piazole per le moto. Verranno inserite le alberature come schermo del parcheggio a costeggiare la strada che da Sant'Agostino immette in via Strinati: 35 piante e cento metri quadrati di spazio verde, più un nuovo percorso pedionale con sedute.

SI RINNOVA LO STORICO SINDACATO DEGLI AGENTI DI COMMERCIO CONFCOMMERCIO

Nuovo logo Fnaarc, filo tra passato e futuro

A 78 anni dalla sua nascita, avvenuta nel 1945, e a distanza di 40 anni dal suo ultimo restyling, il logo di Fnaarc si rinnova in un'ottica di sviluppo associativo e apertura verso le nuove generazioni di qgenti. "Non è un semplice resyling, la forma è sostanza - mettono in luce il presidente nazionale Fnaarc Alberto Petranzan e il presidente ceesnate Augusto Patrignani (nelle foto) -. Il nuovo logo mantiene l'icona storica della caravella, tratto distintivo e riconosciuto a livello nazionale, che viene graficamente alleggerita per rappresentare il concetto di dinamicità proprio della categoria degli agenti di commercio, oltre a quello di velocità e proattività, proprio di Fnaarc. L'intento è quello di aggiornare l'immagine con un logo di semplice lettura, a partire dal naming: si è scelto, infatti, di aggiungere la parola "Agenti" per rivolgersi immediatamente alla categoria, stimolando un senso di riconoscimento ed appartenenza". Per inquadrare ancora meglio l'associazione e rendere di immediata comprensione i servizi e vantaggi offerti, è stato inoltre aggiunto il pay-off "Tutela, servizi, opportunità". Infine, è stata collocata una barra tricolore sulla base, a sottolineare il nome Fnaarc. La bandiera conferisce istituzione al marchio e ne agevola un'eventuale internazionalizzazione. Inoltre, rappresenta una garanzia di qualità e autorevolezza per gli agenti di commercio associati che lavorano all'estero. Oltre al restyling del logo, è stato rinnovato anche il sito web, oggi ancora più user-friendly, e sono state incrementate le attività di comunicazione, sempre più coordinate ed uniformi, attraverso un linguaggio più affine alle nuove generazioni di Agenti. "La nuova identità – sottolineano i presidenti Petranzan e Patrignani – segue l'evoluzione di Fnaarc e rappresenta un filo che lega il passato al futuro, permettendoci di continuare ad essere anche oggi, nell'era del digitale, l'associazione degli agenti di commercio più rappresentativa a livello nazionale per la tutela dei diritti della categoria."

LE PROPOSTE DI CONFCOMMERCIO

Pagamenti elettronici, più trasparenza sul mercato

di AUGUSTO PATRIGNANI

Quali sono le soluzioni e le proposte per consentire una maggiore trasparenza sul mercato dei pagamenti elettronici? Insieme alle altre parti economiche, ad Abi e alla Apsp (Associazione Italiana Prestatori Servizi di Pagamento) sociali, Confcommercio si è seduta al tavolo coordinato dal Ministero dell'Economia e delle Finanze per dare attuazione alla legge di bilancio 2023 che persegue l'obiettivo di rendere i pagamenti più equi e trasparenti.

Confcommercio ha espresso con forza la necessità di una regolamentazione che venga adeguata alla realtà. Nello specifico l'obiettivo sarebbe quello di approdare all'agevole comparabilità dei costi, come già avviene per i mutui casa (si pensi al Taeg) o per i conti correnti (tramite gli Icc, indicatore dei costi complessivi). La normativa europea ha dato un grande contributo allo sviluppo del mercato, grazie a standard tecnici e di sicurezza, a norme di protezione dei consumatori e all'open banking, che consente a soggetti diversi dalle banche, presso le quali sono accesi i conti correnti, di accedere in tempo reale alle informazioni per erogare servizi di informazione di pagamento. Per quanto riguarda, invece, il tema di comparabilità dei costi per i servizi di pagamento, l'Europa non ha dettato alcuno standard comune.

Come già detto, è necessario che se ne occupino a stretto giro le autorità nazionali competenti, perché in questa materia alcuni processi tecnologici ed economici subiscono delle accelerazioni ed è quindi fisiologico che talvolta il diritto sia all'inseguimento. Il tema è particolarmente sensibile in Italia dal momento che è uno dei pochi Paesi al mondo nei quali vige l'obbligo di accettare pagamenti elettronici e per qualsiasi importo.

Confcommercio è nata per dare forza e voce alle persone e alle imprese. Grazie a particolari convenzioni con importanti aziende, la Confederazione offre ai propri associati la possibilità di usufruire di un insieme di servizi e strumenti a supporto dell'attività d'impresa e delle esigenze degli associati

FIGISC CONFCOMMERCIO REPLICA ALLE POLEMICHE FUORVIANTI

Carburante, prezzi al di sotto degli aumenti internazionali dei prodotti

Con il periodo estivo e la grande moltitudine di automobilisti in partenza si riaccendono le polemiche sul prezzo della benzina. "Secondo la tesi di alcuni - mettono in luce Bruno Bearzi, presidente nazionale di Figisc, la Federazione italiana gestori impianti stradali carburanti, e la presidente territoriale Letizia Zignani (nella foto) - in questo periodo dell'anno le compagnie ne approfittano per aumentare i listini, tanto sanno che i viaggiatori in partenza dovranno pagare comunque". Figisc ha invitato a guardare i numeri veri dei prezzi dei carburanti: secondo i dati della Federazione, infatti, l'aumento da fine giugno la differenza del prezzo della benzina modalità self costava in media 1,849 euro al litro, (1,851 presso le pompe delle petrolifere) e 2 euro al litro in media nel servito (2,027 nei punti vendita delle compagnie). Lo scorso 17 luglio i prezzi erano rispettivamente 1,866 e 1,870 (self) e 2,015 e 2,043 (servito), con una differenza di +0,017 e +0,019 per il self e di +0,015 e +0,016 euro/litro per il servito. Un aumento veramente irrisorio. Lo stesso per il gasolio che ha una differenza di +0,023 e di +0,025 per il self, mentre al servito la differenza è +0,021 e +0,023.

Eppure dal 30 giugno al 17 luglio scorso, "la quotazione dei prodotti raffinati sul mercato del Mediterraneo, sulla cui base viene formato il prezzo nella filiera, è aumentata da 0,566 a 0,598 euro al litro per la benzina e da 0,555 a 0,589 per il gasolio. Per la prima l'aumento è dunque di 0,032 euro al litro, che con l'Iva diventa +0,038, mentre per il secondo l'incremento è di 0,034 euro al litro (+0,041 con l'Iva). A ben vedere, quindi, le quotazioni sono aumentate di più rispetto al prezzo alla pompa, che rimane sotto la crescita dei raffinati tra 0,018 e 0,020 euro al litro", conclude Figisc.

I prezzi della benzina al servito attorno ai due euro al litro vanno avanti da mesi, "ma qualcuno se ne accorge solo adesso per montare l'abituale diatriba balneare e rinverdire la "soglia psicologica" dei due euro. Ricordiamoci però che dei due euro al litro di benzina servito, 1,090 sono di tasse: ossia accisa ed Iva, e che per il benzinaio restano 0,050 euro al litro, qualsiasi sia il prezzo finale", concludono i presidenti della Figisc.

LA SPLENDIDA STORIA DELLA TRATTORIA-BOTTEGA ASSOCIATA A CONFCOMMERCIO

Pizoun, duecento anni al servizio di San Mauro Pascoli

Pizoun, osti da duecento anni con un cliente d'eccellenza, Giovanni Pascoli, il poeta che ha dato il nome alla città Alessandro Gori con la moglie Fulvia è titolare della trattoria 'Da Pizoun' nel centro storico di San Mauro Pascoli, che un paio di anni fa da conferito una nuova fisionomia ala propria attività. Essendo un salumiere sopraffino il suo obiettivo era di allestire nella trattoria sono spazio ad hoc, un angolo delle delizie di salumi, formaggi selezionati e specialità alimentari naturali, squisitamente romagnole.

"Siamo riusciti nell'intento - spiega Gori (nella foto con la moglie e una colllaboratrice) - e abbiamo ribattezzato la nostra trattaria-bottega' Pizoun 1923. Trattoria, generi alimentari, caffè' in omaggio all'anno di nascita di mio babbo". Il trisavolo Domenico detto 'Pazaia', a metà del 18090 avviò un'osteria in piazza Mazzini dove cliente abituale era Giovanni Pascoli, poi il nonno di Alessandro Gori, Paolo, circa un secolo fa fa aprì una bottega vicino all'osteria dei genitori, un emporio gastronomico e non solo. Subentrò il figlio Silvano, babbo di Alessandro che lo gestì fino al 1990, quindi fu Alessandro ad assumerne redini dell'attività. Nel 2001 il locale venne trasformato in osteria seguendo le orme del trisavolo. "Dalla bottega del nonno Paolo e di babbo Silvano - rimarca Gori - io e mia moglie Fulvia abbiamo creato un pubblico esercizio e bottega dove si fa colazione al mattino presto, poi si procede con la spesa di specialità alimentari, quindi è la volta dell'aperitivo del , pranzo e cena in trattoria. L'offerta è completa, dopo che abbiamo aggiunto la bottega alla trattoria. Ho assegnato alla trattoria il nome di Pizoun perché era il soprannome di mio padre. Mia moglie è la regina della cucina che ripropone i piatti di una volta con i prodotti naturali a partire dalle farine non raffinate e ora solo di grani antichi bio, dalla pasta, piadina, dolci e pane fresco. Siamo felici della svolta e della entusiastica risposta dei nostri amici clienti".

ACCOLTA LA PROPOSTA DI CONFCOMMERCIO

Borghi, tariffa puntale sperimentale sino a fine anno

La Tariffa Corrispettiva Puntuale (sui rifiuti, in vigore sul territorio comunale di Borghi dal 1° gennaio 2023, continuerà ad essere sperimentale fino alla fine dell'anno (31 dicembre 2023), quindi gli utenti (famiglie e imprese) non pagheranno gli eventuali svuotamenti dei rifiuti indifferenziati eccedenti il numero minimo già compreso nella bolletta.

I rifiuti indifferenziati continueranno ad essere misurati e ai cittadini viene richiesto di continuare a separare correttamente i propri rifiuti e di esporre i contenitori del rifiuto indifferenziato solo quando sono pieni, così da garantire una sempre migliore differenziazione dei rifiuti.

"Abbiamo comunicato ad Hera l'opportunità di proseguire fino al 31 dicembre con l'attuale sistema sperimentale della Tariffa Corrispettiva Puntuale, che non addebita agli utenti i conferimenti di rifiuti indifferenziati che superino il numero minimo assegnato– precisa il sindaco Silverio Zabberoni – per far fronte in particolare alla situazione emergenziale a seguito dell'alluvione".

Questo ulteriore periodo di sperimentazione consentirà agli utenti di familiarizzare con la nuova Tariffa Corrispettiva Puntuale), che prevede tariffe-base inferiori rispetto alla vecchia tassa Tari, ma, dal 2024, con possibili costi aggiuntivi per chi produce e conferisce rifiuti indifferenziati in eccesso, secondo il principio "chi più inquina, più paga". L'importo da pagare infatti sarà calcolato non più solo in base alla superficie dell'immobile, alla categoria di attività svolta (per le utenze non domestiche) e al numero di componenti della famiglia (per le utenze domestiche), ma terrà conto anche della quantità di rifiuto indifferenziato effettivamente conferito dalla singola utenza.

"Confcommercio territoriale apprezza la scelta dell'amministrazione comunale che aveva sollecitato per fornire più tempo per abituarsi al tributo e apportare eventualmente i necessari correttivi", mette in luce il presidente Antonio Mandato (nella foto).

POTENZIAMENTO A LONGIANO

Con la videosorveglianza aumenta la sicurezza

Il Comune di Longiano ha ottenuto un contributo pari a 33mila 620 euro dal Ministero dell'Interno per procedere all'ampliamento del sistema di video sorveglianza del territorio comunale. Il progetto di ampliamento del sistema di videosorveglianza presentato dall'Amministrazione comunale di Longiano è rientrato fra i 478 ammessi al contributo dal Ministero dell'Interno a fronte dei 2000 presentati a livello nazionale.

"Per Confcommercio di Longiano - afferma il presidente Giovanni Anselmi (nella foto con il sindaco di Longiano Graziano e il responsabile

Vangelista)- la sicurezza del territorio è una priorità e grazie al potenziamento della videosorveglianza del territorio comunale si potrà prevenire e contrastare, in maniera efficace, i fenomeni di criminalità, migliorare il presidio del territorio sorvegliando le zone sensibili, aumentando la sicurezza reale e percepita dei cittadini e delle impresa con interventi che possono fungere a deterrente contro i reati".

SAVIGNANO

Centro eventi estivi, commercianti protagonisti

di PAOLO VANGELISTA

Anche quest'anno l'estate di Savignano è ricca di eventi e Confcommercio è soddisfatta delle tante occasioni promosse per aumentare l'attrattività della città.

La 'Dolce Estate' di Savignano è arricchita da musica, spettacoli, gastronomia, cinema sotto le stelle, libri, fotografia. Gli eventi sono stati promossi dall'amministrazione comunale in collaborazione con le associazioni fra cui Confcommercio, i quartieri, il volontariato locale e i commercianti. Il palinsesto comprende 100 appuntamenti raccolti in mini rassegne per tema e argomento, capaci di rivolgersi alle famiglie ma anche ai giovani e giovanissimi, ai bambini e ai nonni grazie alla varietà delle iniziative messe in campo. Costo per il comune 80mila euro. Grande affluenza a 'Piadiniamo', giunta alla 9ª edizione (22, 23 e 24 luglio). Si è ulteriormente potenziato il protagonismo dei commercianti del centro storico con gli intrattenimenti e i micro eventi di 'Savignano a colori' per tutta l'estate e che trovano in 'Note in piazza' appuntamenti live e street market tutti i mercoledì fino al 3 agosto. Il cartellone allestito ha il pregio di valorizzare i i luoghi identitari della nostra città, i parchi, le piazze, il fiume Rubicone, il ponte Romano e il museo archeologico grazie anche al contributo di pubblici esercizi e negozi".

ESTESO L'ORARIO DAL COMUNE, PLAUSO DI CONFCOMMERCIO

Pubblici esercizi, musica fino all'una di notte a Gambettola

Il Comune di Gambettola ha emesso una ordinanza firmata dalla sindaca Letizia Bisacchi per protrarre l'orario di chiusura all'una di notte per tutta l'estate. Durante la Notte Rosa il regolamento comunale prescriveva come orario di fine musica le 23,30, con chiusura dei tavolini in piazza entro le 24. Un bar è stato multato per non avere osservato quanto prescritto, poi è arrivata l'ordinanza che protrae l'orario di chiusura per le serate due inserite nella rassegna estiva "Il Bosco Ritrovato. «Per le due serate è stata fatta l'ordinanza – ha spiegato la sindaca Letizia Bisacchi – in quanto si tratta di particolari momenti promossi da tutti i commercianti del centro. La volontà politica di allungare l'orario estivo, c'è,diverso l'aspetto tecnico per il quale i funzionari comunali, interpellati oltre un anno fa, ci avevano risposto che essendo stato inserito il regolamento dentro al Rue non poteva essere modificato fintanto che si metterà mano al Pug gestito dall'Unione Rubicone e Mare. Abbiamo inoltrato un quesito alla Regione Emilia Romagna ed è arrivata risposta positiva e così ora è possibile estendere l'orario all'una per tutta l'estate».

"L'estensione all'una di notte è un provvedimento necessario che Confcommercio apprezza - mette in luce il presidente Francesco Tomasini (nella foto con la sindaca Bisacchi e il responsabile Vangelista) - perché consente agli avventori e ai clienti dei pubblici esercizi di poter beneficiare degli intrattenimenti musicali più a lungo e di godere appieno delle serate estive in città".

IL CORDOGLIO DI CONFCOMMERCIO DI SAVIGNANO

Morto a 61 anni l'ex sindaco Gridelli

È morto improvvisamente a 61 anni Sergio Gridelli, (nella foto) sindaco di Savignano sul Rubicone dal 1995 al 2004, che si mise in luce nella strenua difesa dei presidi sanitari dell'ospedale Santa Colomba. Lo sgomento e la profonda tristezza della città è quella di Confcommercio, che esprime attraverso il presidente Roberto Renzi e il responsabile territoriale Paolo Vangelista il proprio cordoglio e apprezzamento per il servizio che Gridelli ha svolto a favore di Savignano sempre disponibile al confronto, profondamente legato e innamorato della sua città e del territorio, con il quale il rapto è sempre stato trasparente, leale, diretto e costruttivo per il bene dello sviluppo della città e delle sue imprese".

SIGLATO ACCORDO TRA SINDACATI E ASSOCIAZIONI D'IMPRESA

Lavoro stagionale in riviera, dal 2024 incentivato il part time

Un impegno serrato e in prospettiva per favorire il lavoro in riviera: dalla estate 2024 verranno sempre più incentivati i contratti part time, verrà avviata una campagna indirizzata agli studenti sarà realizzato un progetto per conciliare l'incontro tra domanda ed offerta nella ricerca dell'impiego.

Si tratta dei più rilevanti contenuti scaturiti dalla firma dell'accordo per il rilancio del settore turistico stagionale della riviera nel comprensorio cesenate e dalla sottoscrizione contestuale dell'accordo con il Centro per l'impiego tra Confcommercio Cesenate, Confesercenti Ravenna e Cesena, Adac Federalberghi Cesenatico, Filcams Cgil Forlì-Cesena, Fisascat Cisl Romagna, Uiltucs Uil Cesena, Agenzia per il Lavoro della Regione Emilia-Romagna (Arl-Er), Arl-Er Area Est per Forlì-Cesena-Rimini, Centro per l'impiego di Savignano e Centro per l'impiego di Cesena.

L'incontro si è svolto al Palazzo del turismo 'Primo Grassi' di Cesenatico e per Confcommercio si tratta di un passo avanti positivo verso l'auspicata ottimizzazione nei rapporti tra imprenditori del settore turistico ed i dipendenti stagionali. Se nel primo protocollo del 9 novembre era già stato avviato il piano di rilancio dell'occupazione stagionale giovanile con il nuovo accordo, adesso il lavoro stagionale viene ancor più favorito come una opportunità. I sindacati hanno rimarcato che verrà fatta un'azione promozionale di sensibilizzazione nelle università e nelle scuole superiori, per sollecitare i giovani all'occupazione estiva che dall'estate 2024 verrà ulteriormente resa appetibile. Lo sforzo è quello di cambiare e di sostenere i contratti part time, in modo tale che uno studente universitario o degli ultimi anni delle superiori possa lavorare sei ore al giorno, coniugando il lavoro con lo studio.

Dopo il protocollo siglato in novembre, vengono coinvolti anche i Centri per l'impiego e l'Agenzia per il Lavoro della Regione Emilia-Romagna presieduta da Paola Cicognani: "Il nostro impegno - afferma Cicognani - è concentrato su come incentivare l'incontro fra domanda ed offerta di lavoro. Il nostro portale nel 2022 ha raccolto oltre tremila richieste di albergatori e ristoratori, esaudite per la quasi totalità. Confcommercio mette in luce lo sforzo e l'impegno delle imprese per favorire il lavoro stagionale sicuro e attrattivo con le nuove modalità messe a regime nell'accordo esprimendo fiducia che l'incrocio tra domanda e offerta possa sortire effetti positivi.

NUOVA EDIZIONE DEDICATA ALLA RIVISITAZIONE DEL FUMETTO

Tende al Mare, fiore all'occhiello sull'arenile

Tra i richiami identitari di Cesenatico è annoverata ormai di diritto la rassegna 'Tende al Mare' che Confcommercio valuta come una delle peculiarità più intriganti dell'offerta litoranea. Le tende al mare" di Cesenatico sono tornate quest'anno a confrontarsi con il fumetto, che già avevano incontrato nelle due passate edizioni dedicate ad altrettanti protagonisti, Hugo Pratt e Milo Manara.

I giovani allievi dell'Accademia di Belle Arti di Ravenna hanno reinterpretato quei personaggi che sono diventati le "icone" di un genere artistico popolare e ormai globale, articolato in molteplici espressioni, da quelle più classiche e vintage sino alla graphic novel e ai manga, e ormai accolto ampiamente anche in altri media, primo tra tutti l'immagine televisiva e digitale. Questa è del resto la forza e l'originalità delle Tende al mare a 26 anni dalla loro prima edizione, dovuta alla felice intuizione del Premio Nobel Dario Fo che inaugurò l'iniziativa nel 1998. Le "tende al mare" ogni anno vengono realizzate su tende confezionate artigianalmente sul modello di quelle utilizzate un tempo in spiaggia prima degli ombrelloni; la manifestazione si è poi affermata tra gli eventi estivi in ambito nazionale per l'originalità della formula, per la qualità delle proposte, e la capacità di far dialogare l'arte nelle sue variegate forme con il grande pubblico, a partire da una situazione totalmente informale come quella della spiaggia.

L'Accademia di Belle Arti di Ravenna è partner delle "tende" sin dalle prime edizioni, insieme alla Cooperativa Stabilimenti Balneari di Cesenatico. Già dalla ua prima edizione la rassegna si lega ad una iniziativa di solidarietà: anche quest'anno l'asta delle tende al mare si svolge durante l'estate: chi vorrà proporre l'offerta d'acquisto di una tenda potrà farlo rivolgendosi alla Consulta del Volontariato di Cesenatico, che destinerà il ricavato a progetti sociali (contatto telefonico per l'acquisto: 353 4138129).

Nella foto l'inaugurazione di Tende al Mare con il presidente Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andrini.

CONFCOMMERCIO INTERVIENE NEL DIBATTITO PER IL RILANCIO DELLA RASSEGNA

Una nuova Notte Rosa, più cultura e via lo sballo

Si è sviluppato un ampio dibattito dopo lo svolgimento della Notte Rosa 2023, che ha raccolto ampia partecipazione di pubblico come sempre, su come intervenire per migliorare ridefinendo questo evento catalizzatore per la riviera romagnola. Un dibattito significativo al quale va dato dato di voler imprimere una benefica sferzata all'impatto di questo evento così importante per la riviera. Confcommercio di Cesenatico già in passato aveva espresso le sue valutazioni sollecitando un intervento nella direzione di una Notte Rosa che si coniugasse maggiormente con la vocazione turistica per così dire eminentemente familiare dei nostri centro rivieraschi del Cesenate.

Di certo non vanno sottaciuti i grandi meriti di questo evento, e il fatto che la Notte Rosa è stata capace di generare un notevole impatto mediatico e si è rivelata negli anni una felicissima intuizione che ha dato risalto nel mondo a Cesenatico e alla Romagna rivierasca. Non dobbiamo mai dimenticare, dunque, di rendere i giusti onori, a questa rassegna che ha rinvigorito l'offerta della nostra riviera romagnola e il suo appeal. Le fotografie del grattacielo rosa su tv e giornali italiani e stranieri sono stati e continuano ad essere uno straordinario propulsore promozionale e in questi anni i risultati della manifestazione possono essere considerati eccezionali per la riviera, specie nei primi anni di allestimento. Ciò premesso, dopo tanti anni, un'azione di restyling si profila come necessaria in un'ottica di ammodernamento e adeguamento alle esigenze emergenti. La formula, infatti, appare inevitabilmente datata e probabilmente da ripensare innervandola di nuovi stimoli. L'impressione di Confcommercio Cesenatico, ma da quel che emerge anche di molti altri, è che essa abbia esaurito la spinta propulsiva iniziale, anche se è comunque positiva, lo ribadiamo, la percezione di una riviera romagnola vivace e divertente che la Notte Rosa è sempre in grado di veicolare e soprattutto quest'anno dopo l'alluvione il messaggio è stato importante far vedere al mondo che la Romagna era viva e vegeta. Inoltre va riconosciuta la strategicità di un evento sinergico che accomuna unisce le località balneari dell'intera Romagna. Tuttavia le criticità più volte emerse legate agli eccessi soprattutto legati a fenomeni riconducibili agli effetti deleteri dello sballo , che Confcommercio Cesenatico ha più volte deplorato in precedenti interventi, finiscono in effetti per ledere e inficiare almeno in parte l'indubbio valore promozionale della Notte Rosa, che negli anni, questo a parer nostro va costruttivamente evidenziato, ha purtroppo abbassato notevolmente il livello di qualità dell'evento complessivo.

Ecco allora che la nostra proposta di Confcommercio è di unire le forze e di lavorare insieme, tutti gli attori e i partner coinvolti, per cercare di conferire alla manifestazione una nuova valenza. A tal proposito secondo Confcommercio è proficuo fare emergere, entrando nei dettagli, una componente più culturale e in generale favorire un divertimento legato agli eventi di qualità rispetto che allo sballo. Una rivisitazione della Notte Rosa esige un grande lavoro di squadra e l'apertura di un cantiere aperto a tutti coloro che intendono offrire il loro contributo. Un lavoro di squadra che deve partire da Destinazione Romagna, nel cui ambito il ragionamento deve essere svolto con lo scopo precipuo di non sperperare lo straordinario patrimonio mediatico della Notte Rosa e nel contempo evitando che essa possa per consunzione morire lentamente, esaurendo inesorabilmente la sua capacità penetrativa.

Nelle foto il grattacielo rosa di Cesenatico, i preparativi del nostro staff di Confcommercio Cesenatico, il presidente Andrini e il responsabile Fantini.

Giancarlo Andrini, presidente Confcommercio Cesenatico
Roberto Fantini , responsabile Confcommercio di Cesenatico

CONFCOMMERCIO ALLA CERIMONIA TENUTASI A CESENATICO

La nostra Bandiera blu, successo di pubblico e privato

Dopo le celebrazioni di Valverde e Ponente degli scorsi anni, quest'anno è toccato alla spiaggia di Levante fare da scenario alla cerimonia ufficiale per celebrare un traguardo importante come la trentaduesima Bandiera Blu assegnata alla spiaggia di Cesenatico. Alla cerimonia era presente anche il presidente di Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andrini. La bandiera, consegnata in una cerimonia svoltasi a Roma lo scorso maggio, è stata issata simbolicamente e svetta su tutto il lungomare di Cesenatico. Era presente una rappresentanza delle Forze dell'Ordine, delle associazioni di categoria, Legambiente e i circoli velici e nautici della città. Quest'anno le spiagge premiate sono state 385 con Cesenatico che vede dunque il riconoscimento esteso a Zadina, Ponente, Levante, Valverde e Villamarina.

La Bandiera Blu, importante riconoscimento internazionale, istituito nel 1987 Anno europeo dell'Ambiente, viene assegnata ogni anno in 49 paesi. «Ci siamo affezionati a questa cerimonia che sottolinea sempre con orgoglio il traguardo della Bandiera Blu: Cesenatico l'ha ottenuta per la trentaduesima volta e ormai sembra quasi un risultato "normale" ma così non è assolutamente. Potersi fregiare di questo vessillo certifica che Cesenatico ha la certezza di un mare pulito e di una spiaggia sostenibile ed inclusiva che si migliora anno dopo anno", ha rimarcato il sindaco Matteo Gozzoli. "La Bandiera Blu è un riconoscimento per tutta la filiera turistica e dell'indotto di Cesenatico - mette in luce il presidente Confcommercio Giancarlo Andrini -. I complimenti vanno dunque anche a tutti operatori del settore che con il loro impegno permettono alla collaborazione pubblico-privata di essere vincente e di mantenere altissimo l'appeal di Cesenatico nel mondo".

Nella foto la cerimonia tenutasi a Cesenatico alla spiaggia di Levante per celebrare la conquista della trentaduesima Bandiera blu. Insieme al sindaco Matteo Gozzoli, fra i vari partecipanti anche il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini

BANDIERA BLU PER NOVE LOCALITÀ IN EMILIA ROMAGNA

Gatteo Mare l'ha riconquistata

Gatteo Mare ha riconquistato la Bandiera Blu persa nel 2022 ed è un vanto della città turistica e dei suoi imprenditori. Sono 226 le località marine e lacustri che hanno ottenuto il riconoscimento nel 2023, 16 in più rispetto allo scorso anno: 17 i nuovi ingressi. Sono nove in Emilia-Romagna le località che possono fregiarsi del riconoscimento. Gatteo Mare la riconquista, mentre Cattolica la perde. Confermate le altre Bandiere: Comacchio, Ravenna, Cervia, Cesenatico, San Mauro Pascoli, Bellaria Igea Marina, Riccione e Misano Adriatico. "Il traguardo conquistato - afferma il presidente Confcommercio di Gatteo Egisto Dall'Ara (nella foto) - è un successo corale in cui la componente degli imprenditori insieme all'amministrazione pubblica ha dato un apporto fondamentale per elevare la qualità della nostra proposta turistica, che nel 2023 comprende anche l'istituzione della spiaggia libera, elemento che qualifica ulteriormente l'offerta".

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
COMPRENSORIO CESENATE

JOB & WORKERS

Sei alla ricerca di lavoro?

Mettiti in gioco! Invia il tuo CV

PARTENZA COL BOTTO

Job&Workers, l'incrocio funziona

Per l'incrocio tra domanda e offerta che chiude il cerchio della complessa ricerca di manodopera non esistono formule magiche, ma strumenti efficaci che ottimizzano la risorsa tecnologica sì.
Lo dimostra la partenza del progetto Job&Workers, il portale on-line per incrociare domanda e offerta di lavoro nel settore dell'Ho.Re.Ca il variegato mondo legato a consumi e somministrazione di cibi e bevande che non avvengono tra le mura domestiche.
La piattaforma, ideata e promossa da Fipe-Confcommercio, federazione italiana pubblici esercizi e Confcommercio Cesena, è sviluppata con il contributo tecnologico di InfoJobs, leader nazionale per i servizi di ricerca di lavoro online. L'iniziativa risponde alla necessità di sopperire alla carenza di personale delle imprese. Il procedimento è semplice e intuitivo: le imprese possono fare domanda per la richiesta del servizio di ricerca e selezione tramite il proprio referente Confcommercio oppure compilando l'apposito modulo nella pagina www.jobandworkers.it. Nella seconda fase, i referenti Job&Workers incontrano il cliente, prendono nota delle sue necessità e delle informazioni utili in modo da creare un annuncio ad hoc sul portale Job&Workers nei canali di InfoJobs.

Nelle prime settimane di operatività è stata attivata una quarantina di ricerche di personale: principalmente cuochi, camerieri, baristi per il settore del turismo ma anche impiegati amministrativi e agenti di vendita per il settore del commercio. Le ricerche sono state inserite sul nostro portale www.jobandworkers.it.
Il mercato digitale sta dando i suoi frutti, anche per i settori al momento più delicati e complessi come quello dei pubblici esercizi. Sicuramente aiutano la buona reputazione dell'impresa e la predisposizione ad adattarsi alle nuove esigenze nel mondo del lavoro da entrambe le parti.
La maggior parte delle imprese che fruiscono del servizio provengono dal settore turismo, ma le porte sono aperte a tutte le aziende di qualsiasi settore, perché grazie alla banca dati che abbiamo a disposizione del partner tecnologico InfoJobs e alla nostra ricerca interna possiamo garantire qualsiasi tipo di figura.
Ad oggi, Job&Workers sta ricevendo numerose richieste, ha già incontrato oltre cento aziende sul territorio Forlì-Cesena, non solo associate, ma molte altre incuriosite dal servizio e dalle sue performances.

Alberto Pesci
Vicedirettore Confcommercio Cesenate

LE NOSTRE OFFERTE:

Cameriere/ Cameriera

Sede lavoro:
Case Castagnoli - Cesena
Esperienza nella mansione
Automunito/a
Turno servizio pranzo o cena

Cuoco/a

Sede lavoro:
Molino Cento - Cesena
Esperienza nella mansione
Automunito/a
Turno servizio cena

Agente di vendita/ di commercio/ Sub-agente commerciale

Sede lavoro:
Cesena
Esperienza nel settore vinicolo
Automunito/a
Partita iva

Addetto/Addetta Bar Tabacchi Ricevitoria

Sede lavoro:
Case Missiroli - Cesena
Esperienza addetto vendita o bar
Lavoro su turni
Servizio al cliente

Per informazioni:
info@jobandworkers.it
+39 327 3184500
jobandworkers