CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserto di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

Sabato 25 novembre 2023, Biblioteca Malatestiana

DIALOGHI MALATESTIANI PER CONOSCERE E AGIRE

Da sinistra Augusto Patrignani, il sindaco Enzo Lattuca e Francesco Giubilei al Festival Malatestiano della Libertà il 5 e 6 maggio scorsi

IL COMMENTO

Confronto serio di idee su economia ambiente e cultura

di AUGUSTO PATRIGNANI

Dialoghi Malatestiani è il titolo più bello e appropriato che possa far da cornice all'evento culturale promosso dall'associazione Nazione Futura e Confcommercio cesenate sabato 25 novembre, in due sessioni mattutina e pomeridiana, alla Biblioteca Malatestiana, ideale prosecuzione del Festival della Libertà tenutosi a maggio.

Con ospiti di primo livello, intellettuali, economisti, studiosi e giornalisti il confronto riguarderà i grandi temi dell'economia, dell'ambiente e della cultura che investono ogni giorno la vita di tutti noi e delle imprese che Confcommercio rappresenta. Come presidente di Confcommercio avrò l'onore di dibattere con interlocutori del calibro di Chicco Testa, presidente di Assoambiente, e Francesco Vecchi, giornalista Mediaset sui "Disastri dell'ambientalismo ideologico e le sue conseguenze socio economiche". Sarà il primo di tre incontri che riguarderanno anche la presentazione dei libri 'Segnali in codice' del giornalista Gabriele Barberis e "E basta con questo fascismo", del giornalista e scrittore Daniele Capezzone, volto televisivo noto ai più, che si confronteranno dialogando con importanti interlocutori. L'evento sarà anche l'occasione per celebrare la Romagna con la premiazione del concorso letterario di racconti 'Historica Edizioni' intitolato 'Tin Bota', l'augurio e l'incoraggiamento nel nostro amato dialetto che ogni giorno ci siamo fatti nei giorni bui del post alluvione, spronandoci l'un l'altro a non mollare e a non cedere all'urto delle avversità.

Ma perché, potrebbe chiedersi qualcuno, Confcommercio si impegna in questi terreni che potrebbero sembrare inusuali e poco praticati per un'organizzazione economica di rappresentanza imprenditoriale? La risposta è che inusuale non deve essere affatto intraprendere questi percorsi perché una moderna organizzazione di rappresentanza, libera e laica, opera ogni giorno per la creazione di un ambiente favorevole alla crescita socio-economica e anche culturale, a beneficio delle imprese e del territorio. La cultura intesa come circolazione delle idee e delle visioni del mondo attraverso i dibattiti utilizzando lo strumento principe del dialogo, civile e arricchente, è un volano capace di accrescere le opportunità di sviluppo e di miglioramento delle persone, di noi stessi, vale a dire il primo grande patrimonio di ogni territorio.

Le scelte su ambiente, economia e cultura determinano la nostra vita e conoscere e confrontarsi sulle principali visioni concorre ad un innalzamento della qualità del vivere con più consapevolezza il passaggio che ci è dato di attraversare, in questa ostica terza decade del secondo millennio, che gli analisti hanno definito con l'espressione "permacrisi", uno stato vale a dire di crisi strutturale, nella sua accezione etimologica, però. Crisi da considerare non come situazione di difficoltà senza sbocchi, ma al contrario come stato di cambiamento in essere continuo da interpretare per poter trovare le soluzioni, parola molto cara a Confcommercio, le strade maestre per far fronte alle sfide dello sviluppo.

Per questo siamo onorati, insieme a Nazione Futura, di promuovere un evento che porterà a Cesena un'occasione di alto dibattito culturale nel luogo più emblematico della città, il suo fiore all'occhiello, il tempio della cultura, la Biblioteca Malatestiana. Non c'è luogo migliore per dialogare sviscerando in profondità i grandi temi della nostra modernità. Dal dialogo scaturiscono le azioni congiunte per incidere con profitto e farsi portatori di sviluppo. Come dice sempre il nostro grande presidente nazionale Sangalli Confcommercio c'è.

PROFICUA VISITA STUDIO DI COMUNE, CONFCOMMERCIO E ALTRE ASSOCIAZIONI

Consegna green delle merci in centro, visionato sul campo il 'modello Vicenza'

Veicoli elettrici a impatto zero in sostituzione dei più rumorosi e inquinanti mezzi tradizionali utilizzati per la consegna delle merci alle attività commerciali e artigianali all'interno del centro storico. Partendo da questo obiettivo condiviso, è stato avviato un percorso di cui è protagonista anche Confcommercio cesenate, insieme alle altre organizzazioni di commercio e artigianato unitamente all'amministrazione comunale di Cesena, orientato a realizzare il trasporto green delle merci tra i vicoli storici di Cesena a vantaggio delle attività commerciali, della viabilità urbana e dell'ambiente, e quindi principalmente dei visitatori clienti e fruitori del centro. Una tappa importante di questo percorso che Confcommercio ha sollecitato da tempo, è stata una significativa visita studio da parte di una comitiva delle associazioni aderenti al tavolo 'In Cesena' a cui Confcommercio ha partecipato con la presidenza e la direzione unitamente agli assessori alla Sostenibilità ambientale Francesca Lucchi e allo Sviluppo economico Luca Ferrini. La meta è stata il comune di Vicenza dove è stato visionato sul campo il progetto avviato nel 2005 dall'amministrazione comunale vicentina Comune, che rappresenta l'unica esperienza nazionale di consegna merci con veicoli elettrici municipalizzata in centro storico.

"Una possibile sperimentazione di questo tipo – hanno messo in luce gli assessori del comune di Cesena Francesca Lucchi e Luca Ferrini – potrebbe darci l'opportunità di introdurre un servizio di logistica innovativo in grado di ridurre il traffico e l'inquinamento legati alla consegna delle merci all'interno della zona a traffico limitato. La riorganizzazione della logistica non solo favorirebbe l'attività di consegna delle merci alle attività commerciali e artigianali presenti nel cuore commerciale cittadino, ma rafforzerebbe un tipo di mobilità sostenibile che bene si inserisce nelle azioni intraprese nel corso di questi anni Il modello pionieristico proposto dal Comune di Vicenza dal 2005 ci offre la possibilità di riorganizzare la consegna delle merci per renderla più efficace e vantaggiosa per il commercio locale".

È con orgoglio che rimarchiamo come Confcommercio e Cat Ascom Servizi siano impegnati da anni sulla rigenerazione degli spazi chiusi e aperti del centro storico e nell'ultimo anno in particolare hanno avviato una indagine su attività commerciali e utenti del centro su come valutano l'introduzione di un nuovo metodo di consegna delle merci, indagine che è stata presentata all'amministrazione comunale e durante l'incontro è scaturita la proposta di proseguire il percorso andando a studiare una pratica virtuosa di consegna delle merci nel comune italiano all'avanguardia. Dall'indagine è emerso che il trasporto sostenibile ed ecologico delle merci è un'esigenza diffusa, da attuare con mezzi adeguati, da quelli elettrici alle cargo-bike. La visita di studio congiunta a Vicenza ci ha pertanto permesso di prendere visione di una pratica virtuosa in atto da circa vent'anni consegna delle merci con mezzi ecologici. Riproporre il modello vicentino nel centro storico di cesena è un'idea progettuale molto interessante nell'otica di rendere più ecologico e fluido il servizio, senza disservizi e aggravi di costi per i negozianti e i pubblici esercenti, coniugando questa innovazione con maggiore sicurezza e decoro del centro e più agio per chi lo frequenta. La consegna ecologica delle merci per Confcommercio può essere un tassello di una serie di interventi da attuare tutti insieme per la rigenerazione del centro storico nell'ottica di conferirgli maggiore fruibilità e vitalità.

Nella foto la comitiva cesenate in visita a Vicenza

Augusto Patrignani, presidente Confcommercio cesenate

RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

Lavori a palazzo Roverella, salvare lo shopping natalizio

Un cronoprogramma sui lavori al palazzo Roverella per conoscere le fasi del cantiere ed evitare che produca danni e disagi allo shopping, almeno nel periodo natalizio. Lo chiede Confcommercio cesenate.

"La voce dell'avvio imminente del cantiere prima di Natale è ricorrente – afferma il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - ma ancora non sono pervenute comunicazioni certe in merito all'avvio dei lavori e alle modalità con cui verranno svolti. L'area centrare interessata investe buona parte del centro: da piazza Aguselli a via Strinati e alle vie commerciali limitrofe che da corso Mazzini e pazza del Popolo e via Zeffirino che risentiranno inevitabilmente di provvedimenti di limitazione del traffico ed eventuali riduzione dei posti per la sosta, nelle arterie adiacenti all'edificio. Confcommercio rimarca che lo shopping natalizio è un momento fondamentale per le imprese commerciali e anche per i clienti che si recano in centro e non è un bene che esso venga penalizzato da lavori in corso. In passato si è cercato di evitare che cantieri venissero avviati in questo periodo cruciale dell'anno. Fondamentale è dunque che l'amministrazione comunale renda noto alle imprese commerciali il cronoprogramma dei lavori, gli interventi relativi alla modifica del traffico e della sosta cercando ancor prima di modularli senza arrecare danni alle imprese. In particolare l'attenzione va riservata al mantenimento degli stalli della sosta e a un sistema della circolazione che non interdica l'accesso regolare delle auto. Ciò che va assolutamente evitato è che negozianti e utenti del centro restino all'oscuro dei tempi e delle modalità dei lavori".

Successivamente all'intervento di Confcommercio molto apprezzato dai commercianti della zona adiacente a palazzo Roverella e di tutto il centro storico l'amministrazione comunale ha reso noto che i lavori a palazzo Roverella sono partiti nei giorni scorsi con scavi all'interno del cortile interno e che, per quanto riguarda i cantieri all'esterno, avranno inizio nel 2024, quindi alla fine del periodo natalizio.

AVANZA L'ALLESTIMENTO DEL PROGRAMMA

Eventi natalizi in centro e in periferia, commercianti protagonisti

Al lavoro per gli intrattenimenti di Natale. Anche Confcommercio è in campo insieme al Comune e alle altre associazioni per programmare l'animazione, lo spettacolo e l'intrattenimento dall'8 dicembre, giorno in cui avverrà a Cesena l'accensione delle luminarie, al 7 gennaio. Fondamentale, anche quest'anno, sarà la collaborazione degli operatori del settore che potranno valorizzare con le loro proposte il centro storico e i quartieri migliorandone l'attrattività e accrescendone l'offerta e di animazione.

Torneranno la pista di pattinaggio, il villaggio di Santa Claus, il presepe davanti al Duomo, il circo per i più piccoli, i concertini jazz e il trenino di Babbo Natale, con la tradizionale tappa a Borello. Non mancheranno inoltre le iniziative di intrattenimento nei quartieri che potranno essere implementate da imprese e associazioni del terzo settore attraverso il bando Natale attraverso cui L'amministrazione comunale metterà a disposizione, rispettivamente, 10 e 20 mila euro. Non verrà riproposto il videomapping in piazza del Popolo per ragioni di bilancio.

Con l'obiettivo di consolidare e migliorare l'offerta di iniziative previste sia in periferia che in nel cuore della città per l'intero periodo natalizio, ma anche di valorizzare il rapporto di collaborazione con altre realtà attive sul territorio, verranno favoriti allestimenti tematici, intrattenimenti, animazione aggregativa e commerciale che valorizzeranno le aree pubbliche come luoghi dove poter fare acquisti, socializzare, fruire della cultura e dello svago.

Saranno valorizzate innanzitutto le iniziative realizzate nei quartieri e nelle frazioni cittadine da imprese ed enti del terzo settore. I proponenti, a cui sarà un concesso un contributo economico pari al 70% delle spese sostenute e documentate per la realizzazione delle attività progettuali, fino a un massimo di 2.500 per ciascun progetto ammesso a contribuzione, dovranno assumere a proprio carico tutte le spese necessarie per la realizzazione delle iniziative proposte. Tutti gli operatori economici che presenteranno la propria proposta progettuale saranno esentati dal pagamento del canone per l'occupazione temporanea di spazi ed aree pubbliche per l'intera durata delle iniziative e attività.

CONFCOMMERCIO COLLABORA CON L'OSSERVATORIO INTERNAZIONALE SUL CIBO

Imprese della ristorazione protagoniste contro lo spreco alimentare

Confcommercio e le sue imprese in campo contro lo spreco alimentare, peraltro ridotto con il caro prezzi, per ragioni etiche ed economiche.

Prosegue la collaborazione della nostra confederazione e sulla sua scia delle Confcommercio territoriali con l'Osservatorio Internazionale sul cibo e la sostenibilità, apprezzandone da parte di Confcommercio la capacità di offrire una visione globale del problema dello spreco alimentare, continuando ad operare sia nei diversi tavoli istituzionali in cui è impegnata, sia promuovendo e sostenendo azioni virtuose tra i propri operatori.

Secondo un report appena presentato il caro prezzi incide sul carrello della spesa e batte lo spreco di cibo: in Italia e nel mondo il 70% taglia drasticamente gli acquisti e lo spreco alimentare crolla in otto Paesi) curato dall'Osservatorio internazionale sul cibo e la sostenibilità.

L'interesse dei consumatori per la lotta allo spreco alimentare si conferma alto e quest'anno possiamo cogliere più nel dettaglio, in particolare, la sensibilità e la capacità recettiva dei giovani e giovanissimi verso le informazioni utili a innescare sane abitudini per non sprecare cibo. Il Report dell'Osservatorio ha messo in luce l'importanza del binomio tra il consumatore e il mondo della distribuzione e della ristorazione, lasciando emergere la predisposizione al cambiamento da parte dei consumatori e il loro stretto legame con le iniziative da parte dei negozi e dei pubblici esercizi, che quotidianamente sono in grado di incidere in modo capillare. Questo non può che rafforzare la scelta di Confcommercio di investire nel prezioso lavoro di monitoraggio e di ricerca dell'Osservatorio Internazionale su Cibo e Sostenibilità e sostiene gli sforzi già intrapresi da molte imprese, nonostante le contingenze del momento.

L'impegno prosegue contando sul coinvolgimento di tutti gli attori della filiera, non ultimo il consumatore sempre più protagonista delle proprie scelte di consumo, il mondo dell'istruzione, i tecnici della salute, il settore economico oltre che la politica.

Angelo Malossi

POTENZIAMENTO DEI SERVIZI E REBRANDING CON NUOVA IMMAGINE DELLE SOCIETÀ SATELLITI

Confcommercio, nuovo volto per la 'casa delle soluzioni'

Confcommercio apre una nuova pagina della sua storia con un approccio innovativo nel suo accompagnamento agli associati e con un'operazione di rebranding curata dall'agenzia 'The Tailors' di San Mauro Pascoli, che sta affiancando la Confcommercio Cesenate verso il rinnovamento dell'immagine dell'associazione di categoria operativa a Cesena da 77 anni, punto di riferimento per il panorama imprenditoriale del territorio, che conta 2.200 clienti e associati e più di 100 collaboratori divisi in sei sedi.

La nuova immagine si accompagna a un'operazione di straordinario rilancio dei servizi associativi in corso da anni e che ammontano a una ventina: a quelli ordinari a norma di legge, a partire dalla contabilità, si accompagna tutta una serie di consulenze mirate per fare esprimere sino in fondo le potenzialità dell'impresa. "Le principali esigenze recepite da Confcommercio – spiega Timothy O'Connell, docente universitario e referente di The Tailors, – riguardano la necessità di restare competitive anche di fronte a colossi come l'Amazon. Per realizzare questo obiettivo occorre andare oltre i servizi tradizionali, facendo in modo che il cliente esca più felice di quando è entrato. Lo si può realizzare fornendo risposte alle esigenze delle persone sotto forma di soluzioni ai problemi. Questa la nuova filosofia".

"Il rebranding è il progetto di una nuova identità visiva che scaturisce dal rinnovamento in atto. Per le società Ascom Servizi, SanitAscom, Iscom, Rigenera Impresa, Grroove e Job &Workers, sono stati scelti pittogramni – spiega ancora Timothy O'Connell, - disegnati fondendo l'iniziale della singola società ad una rappresentazione concettuale del proprio ambito di intervento. Il risultato sono sei pittogrammi accomunati dallo stesso segno grafico facilmente identificabili e dal tratto incisivo. Si tratta di un cambiamento strategico dell'immagine per riflettere al meglio i valori fondamentali del Gruppo e quelli dei suoi associati e clienti".

"Da cinque anni a questa parte Confcommercio - mettono in luce il presidente Augusto Patrignani, il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci - sta investendo risorse nel potenziamento e nella formazione del personale, nell'ottica di una fornitura di nuovi servizi strategici da cucire su misura di ogni esigenza e da mettere a disposizione in maniera integrata, tutti all'interno della struttura. Rigenera Impresa è un laboratorio di consulenza che facilita il rapporto con gli istituti di credito, la penetrazione nei mercati e la cultura economico gestionale e finanziaria. 'Groove' accompagna le aziende nella transizione digitale e 'Job&Workers' promuove la ricerca e la selezione del personale. Iscom, fiore all'occhiello, che si occupa di formazione, coinvolgendo ogni anno oltre 1.600 persone. La nostra struttura viene abitualmente identificata come capace di rispondere alle necessità delle piccole e medie imprese, ma la qualità delle nostre soluzioni può andare anche oltre offrendo risposte anche a realtà molto strutturate. La nostra esperienza in atto di coniugare un nuovo approccio ai servizi identificati come soluzioni accompagnandolo alla rappresentanza, nostro tradizionale punto di eccellenza, è uno dei più innovativi sul territorio nazionale e siamo molto soddisfatti del lavoro svolto e dei risultati che stiamo conseguendo".».

Nelle foto Timothy O'Connell e lo staff di Confcommercio

IL NUOVO MODELLO CHE CONIUGA SOLUZIONI E RAPPRESENTANZA

La svolta dell'organizzazione al tempo della "permacrisi"

di AUGUSTO PATRIGNANI

Presente in città fin dalla fondazione nazionale avvenuta nel 1946, Confcommercio è intimamente parte identitaria del territorio cesenate e la dimensione associativa si è evoluta nel tempo coniugando l'innovazione dei servizi alla fedeltà dei valori della tradizione di accompagnamento delle imprese di commercio, turismo, terziario.

LA FOTOGRAFIA

Confcommercio è la casa della rappresentanza che dà voce alle imprese in tutti i tavoli del confronto con gli attori politici, economici e istituzionali. Al 30 settembre 2023 le imprese cesenati associate sono 2206, numero stazionario negli ultimi anni, nonostante la crisi strutturale del commercio e il cambiamento epocale a cui è stato soggetto il settore negli ultimi lustri. Nel 2019, prima del covid, le imprese erano 2269. La tenuta è dunque rimarchevole e testimonia lo stato di salute e la spinta innovativa della associazione. I giovani under 40 sono il 14% della base associativa, mentre le imprese rosa rappresentano il 33%. Le sedi sul territorio sono 6 con i soci suddivisi: Cesena 1272, Cesenatico 501, Valle del Savio 222 e Valle del Rubicone 211.

La categoria più numerosa è quella dei pubblici esercizi (bar, ristoranti e locali da ballo), il 14% del totale dei soci. Il settore turismo e ricettività (pubblici esercizi, ristoranti, alberghi e stabilimenti balneari), rappresenta il 25% di tutti i soci Confcommercio. In questo settore i giovani under 40 sono il 20% del totale.

I dipendenti di Confcommercio sono un centinaio e da mercoledì 25 ottobre sono protagonisti di quattro convention promosse dall'associazione con l'intento di coinvolgere ancora di più la squadra e renderla partecipe delle sfide che una organizzazione di categoria deve affrontare in tempi di straordinaria complessità in cui il processo di elaborazione del cambiamento deve essere continuo.

LA RAPPRESENTANZA

Per Confcommercio e per tutti i corpi intermedi la sfida della rappresentanza d'impresa si integra oggi con servizi sempre più murati e all'avanguardia partendo sempre dal mettere al centro le persone. I corpi

intermedi hanno un ruolo determinante nel generare soluzioni, opportunità e crescita anche nei momenti di crisi.

Questo l'assunto cruciale della Conferenza di Sistema 2023 di Confcommercio che riflette questa fase di crescita ed evoluzione della rappresentanza attraverso l'ascolto attivo e l'intercettazione dei bisogni, perché è fondamentale favorire la partecipazione. L'obiettivo è supportare le imprese e accompagnarle attivamente verso la crescita economico-sociale del Paese. Per usare le parole del nostro presidente nazionale Sangalli, il ruolo dei corpi intermedi è di "usare l'esempio per superare le aspettative".

LA SVOLTA DEI NUOVI SERVIZI

Con il 2023 si chiude il primo step di cinque anni di investimenti in nuovi servizi strategici, una vera e propria svolta per l'associazione, che Confcommercio ha creato a partire da Rigenera Impresa, il laboratorio di consulenza gestionale vicino all'imprenditore sin dalla nascita dell'azienda e che facilita il rapporto con gli istituti di credito, rafforza la penetrazione nei mercati e la cultura economico-gestionale e finanziaria. Sono seguite Groove, che la scopo di accompagnare le aziende nella transizione digitale con soluzioni articolate, flessibili e scalabili; e Job&Workers che promuove la ricerca e selezione del personale sulle esigenze specifiche delle imprese. Questi ultimi tre servizi sono scaturiti dall'ascolto attivo delle necessità delle imprese, punto di forza storico di Confcommercio, e si integrano con i servizi più tradizionali contribuendo a potenziarli ed innovarli dal di dentro.

IL REBRANDING

Come nuova tappa del rinnovamento in atto, Confcommercio ha avviato il rebranding con nuove identità visive per le società partner, un cambiamento epocale e strategico per trasmettere e condividere con sempre maggiore efficacia e impatto i valori fondamentali del gruppo uniformando i loghi per rimarcare la profonda e intima connessione tra loro. Il rebranding è stato curato dall'agenzia The Tailors di San Mauro Pascoli che sta presidiando tutto il progetto di innovazione nelle strategie di comunicazioni interne e social.

La riconoscibilità del brand di Confcommercio è tutt'uno con la reputazione guadagnata sul campo in 77 anni di storia della rappresentanza sempre accanto alle imprese associate, dal dopoguerra all'epoca della "permacrisi", di cui si è ragionato nella annuale Conferenza nazionale di sistema a cui hanno preso parte la presidenza e la dirigenza di Confcommercio cesenate, vale a dire il contesto la crisi permanente sistemica che richiede ogni giorno anche ai corpi intermedi capacità di affrontare la complessità offrendo soluzioni rapide ed efficaci ai problemi a vantaggio delle imprese.

Nella foto Giorgio Piastra Augusto Patrignani e Alerto Pesci

IL PUNTO SULLE STRATEGIE ORGANIZZATIVE AVVIATO AD ACQUARTITA

Quattro convention dello staff, Confcommercio alza l'asticella della qualità

Fare della buona organizzazione un fattore di sviluppo ed innovazione del gruppo Confcommercio. Questo il tema al centro del primo di quattro incontri convention promossi da Confcommercio cesenate per il personale tenutosi all'hotel Miramonti di Acquapartita a cui ha preso parte l'area ammministrazione del personale, ricerca, selezione e gestione delle risorse umane. Sono un centinaio i collaboratori di Confcommercio in sei sedi territoriali. Il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci nei loro interventi hanno messo in luce come in questo momento storico lo sviluppo e la sostenibilità delle imprese e di riflesso dell'organizzazione sia legata all'intraprendenza e ai valori messi in campo dalle persone e la sfida che attende Confcommercio e il suo capitale umano, vale a dire la squadra al lavoro, è quello di offrire

soluzioni mirate e sempre più omnicomprensive alla platea delle imprese rappresentate. Si terranno altri tre incontri, quello conclusivo al Grand Hotel da Vinci.

Nelle foto un momento della convention e il gruppo dei dipendenti ad Acquapartita

AIUTO A CESENA E ALLA ROMAGNA COLPITE DALL'ALLUVIONE

Fiva nazionale e di Piacenza, donazione per i mercati ambulanti

Una donazione della Fiva nazionale e di Fiva Piacenza, la federazione italiana dei venditori ambulanti associata a Confcommercio, è stata effettuata nella sede di Confcommercio cesenate a favore dei commercianti su aree pubbliche e anche in sede fissa che sono stati danneggiati nell'esercizio della loro attività dall'alluvione e che con tenacia sono ripartiti nell'esercizio del loro mestiere a beneficio delle città in cui lavorano.

All'incontro erano presenti il presidente nazionale Fiva Giacomo Errico, il presidente di Fiva di Piacenza Adriano Anselmi (copromotore dell'iniziativa di solidarietà), il presidente Fiva di Ravenna Guidazzi, il presidente di Confcommercio di Piacenza Raffaele Chiappa, il presidente di Confcommercio Ravenna Mauro Mambelli, il presidente Fiva cesenate e della Regione Emilia Romagna Alverio Andreoli, il direttore dell'Unione regionale Pietro Fantini e il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, il presidente Confcommercio di Forlì Roberto Vignatelli il direttore Confcommercio cesenate Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci e i funzionari provinciali,

"Fiva vuole esprimere con questa donazione – ha affermato il presidente nazionale Errico – la vicinanza alla Romagna e nello specifico ai colleghi commercianti che hanno subito danni per l'alluvione e il nostro contributo vuole sostenere l'organizzazione dei mercati e delle fiere che sono un punto di riferimento imprescindibile dell'offerta di attrattive dei nostri comuni. In questi anni la categoria è stata molto provata dalle calamità, a partire dal Covid, ma ha saputo nella difficoltà cogliere l'opportunità per rilanciarsi con un colpo d'ala e di qui ad esempio è scaturita una diversa organizzazione degli spazi mercatali che ha raccolto il favore e il plauso della clientela. L'alluvione non ha piegato la proverbiale scorza dura dei romagnoli, abituati al lavoro e al sacrificio e già nei mesi successivi la reazione anche della nostra categoria è stata tempestiva. Tuttavia c'è chi ha subito danni, diretti e indiretti per mancato lavoro, ed è a questi colleghi cesenati e romagnoli, che operano anche in sede fissa, che verrà destinata la somma raccolta oltre a favorire l'organizzazione di nuovi mercati straordinari". Durante l'incontro sono stati ribaditi i capisaldi dell'attività sindacale di Fiva volta a tutelare il lavoro degli operatori ambulanti e a promuovere occasioni di crescita della qualità dei mercati ambulanti fiori all'occhiello e luoghi di agglomerazione delle città. "Siamo prima di tutto un'associazione di persone che promuove la solidarietà tre la vicinanza tra i propri aderenti - ha tenuto a rimarcare Errico - e questa donazione ne è l'ulteriore attestazione".

"Per Fiva cesenate – ha osservato il presidente regionale e cesenate Andreoli – è stato un onore avere accolto il presidente nazionale e quello di Piacenza, nonché il direttore dell'Unione regionale Fantini -: si tratta di un segnale tangibile che incoraggia tutto il nostro comparto e rafforza lo spirito di gruppo dentro Fiva, che da oltre 70 anni è accanto agli ambulanti per aiutarli a crescere nel loro mestiere".

"L'alluvione - ha aggiunto il presidente Confcommercio cesenate Patrignani - non ha piegato la reattività dei romagnoli e anche degli imprenditori nei settori che tuteliamo. Confcommercio nazionale e le associazioni territoriali ci sono stati vicino fin dal primo giorno, con uno spirito di solidarietà che è stato di grande conforto. La grande famiglia Confcommercio si è confermata tale alla prova dei fatti e delle avversità".

Nelle foto tutti i partecipanti al momento conviviale successivo alla donazione, la consegna dell'assegno e da sinistra Augusto Patrignani, Alverio Andreoli, Giacomo Errico e Pietro Fantini

IL PUNTO SUL MERCATO IMMOBILIARE AL CONVEGNO FIMAA

Compravendite in fase di stallo, prezzi degli immobili in crescita

Si è tenuto a Forlì un seminario di FImaa Confcommercio di Fora-Cesena alla presenza del presidente regionale Ivano Venturini e di quello provinciale di Forlì-Cesena, il cesenate Giorgio Ambrosini, sullo stato del mercato immobiliare e sullo scenario nel futuro prossimo. Il dato già rilevante emerso è che rallenta il mercato immobiliare nei primi sei mesi del 2023. Il confronto con un temine di paragone eccezionalmente forte (nel post pandemia c'è stato un vero e proprio boom di compravendite), l'aumento dei tassi di interesse dei mutui, e in parte una maggiore attenzione per la classe energetica degli immobili hanno determinato una contrazione delle compravendite del 12,5%, pari a 50mila abitazioni scambiate in meno rispetto allo stesso periodo del 2022. È quanto mette in evidenza Fimaa Confcommercio, nell'ultima edizione dell'Indagine sull'Andamento del Mercato Immobiliare, sottolineando che in termini assoluti, il livello delle compravendite – 350mila – nel primo semestre, dimostra ancora un mercato attivo: risulta secondo solamente ai dati del 2021 (364mila scambi) e del 2022 (400.000). I prezzi degli immobili sono tuttora in crescita: nel secondo trimestre le abitazioni nuove hanno registrato un aumento dello 0,5% e quelli delle abitazioni esistenti addirittura dello 0,8%.

"Si tratta di un rallentamento fisiologico già largamente preventivato – affermano i presidente di Fimaa Venturini e Ambrosini –. Il mercato immobiliare nel 2021 e nel 2022 ha evidenziato performance inaspettate, ed era inevitabile attendersi una fase di assestamento. L'incremento del numero di compravendite nel post-pandemia ha dato risposta al mercato soddisfacendo una percentuale consistente di domanda. Il report della Fimaa mette in evidenza anche una crescente sensibilità verso l'efficientamento energetico degli immobili. Si assiste ad una domanda di unità immobiliari in classi energetiche elevate anche in funzione della direttiva europea "Case Green " con l'avvicinarsi dei termini previsti del 2030 e del 2033. L'offerta di abitazioni nuove non è ancora sufficiente ad esaudire la domanda incidendo di fatto sul numero delle compravendite del mercato. Il 14% degli operatori del settore ritiene infatti che nell'ultima parte dell'anno gli adeguamenti alle classi energetiche potrebbero determinare un ulteriore contrazione della domanda. I fattori che attualmente destano maggiore preoccupazione sono l'incremento dei tassi d'interesse sui mutui (40%), il rallentamento dell'economia italiana (24%), e l'aumento dei costi di ristrutturazione (22%). Quasi la metà degli operatori (il 46%) ritiene che a sostenere la domanda sarà l'investimento offerto dal mercato delle locazioni"

"La richiesta di locazioni a breve termine - proseguono i presidenti - sta rallentando l'offerta di immobili da destinare agli affitti ordinari- aggiungono i presidenti regionale e provinciale Fimaa -, fattori che hanno inciso nell'aumento dei canoni di locazione del 4,8% nei primi sei mesi dell'anno. La crescita maggiore si è registrata tra gli affitti ordinari transitori (+6,7%), quella più contenuta tra gli affitti agevolati concordati (+2,7%). Il numero di nuovi contratti di locazione registrati è comunque cresciuto dell'1,4% rispetto ai primi sei mesi 2022, grazie al traino dei contratti agevolati studenti (+11%) e di quelli ordinari transitori (+5,9%). I contratti agevolati concordati hanno mostrato una tenuta (+1,4%), mentre quelli ordinari di lungo periodo sono in calo dello 0,7%".

CONFCOMMERCIO CHIEDE UN PIANO DI FILIERA

Maggiori sostegni ai negozi di abbigliamento

di GIORGIO PIASTRA

Secondo i primi dati del sondaggio sulle aziende associate a Federazione Moda Italia-Confcommercio, fra cui quelle cesenati, il mese di settembre si è concluso con un calo delle vendite del 6% registrando una ridotta propensione agli acquisti di moda per le eccezionali condizioni metereologiche. Il 54% ha evidenziato un valore delle vendite negativo, a fronte di un 27% positivo e un 18% stabile. In un settembre caldo con temperature sorprendentemente miti nonostante il cambio di stagione i negozi di moda hanno registrato il rinvio di almeno un mese degli acquisti di maglieria, giacche, abiti, giubbotti, abbigliamento e calzature più pesanti sia per la donna che per l'uomo. Dal punto di vista dell'offerta commerciale la stagione estiva è finita, ma quella metereologica sta mettendo in difficoltà i nostri negozi che devono affrontare gravosi problemi che vanno da magazzini sempre più pieni ed assortiti alle sfide finanziarie legate alle scadenze dei pagamenti, nonché spese generali come tasse, costi energetici, affitti indicizzati e costo del personale.

Per affrontare questa emergenza Federazione Moda Italia-Confcommercio ritiene fondamentale trovare un accordo di filiera con i fornitori per prorogare le scadenze dei pagamenti autunnali. Inoltre, ci aspettiamo un intervento governativo sulla riduzione dei costi di locazione al fine di alleviare la pressione finanziaria e una tassazione meno invasiva prevedendo anche la riduzione dell'Iva al 10% sui prodotti di moda ed in particolare su quelli made in Italy e sostenibili. Tutto questo per evitare che un grande patrimonio rappresentato dai negozi di vicinato possa essere intaccato procurando la perdita di migliaia di posti di lavoro. È poi fondamentale sottolineare il ruolo cruciale dei negozi di moda nella vita delle nostre città, dei nostri paesi e dei nostri centri storici contribuendo alla crescita non solo economica ma anche sociale e psicologica".

IL 25 NOVEMBRE ALLA BIBLIOTECA PROMOSSI DA NAZIONE FUTURA E CONFCOMMERCIO

Dialoghi Malatestiani con i big su economia, ambiente e cultura

Dopo il successo del Festival della Libertà tenutosi a maggio alla Biblioteca Malatestiana, con un'ottima partecipazione di pubblico, torna in città una grande occasione di dibattito culturale sui temi dell'attualità, i "Dialoghi Malatestiani. Economia, ambiente e cultura", che si svolgerà sabato 25 novembre. Promotori sono l'associazione Nazione Futura e Confcommercio ancora una volta impegnata per alimentare le occasioni di confronto e dibattito culturale.

Il programma degli incontri è pressoché definitivo. L'inaugurazione avverrà alle 10.30 di sabato 25 novembre e alle 11 si terrà la prima tavola rotonda su "I disastri dell'ambientalismo ideologico e le sue conseguenze economiche" con l'introduzione di Michele Vitello (Ottimsti e Razionali) e Stefano Spinelli (Il Crocevia) e gli interventi di Chicco Testa, presidente di Assoambiente, Francesco Vecchi, giornalista di Mediaset e Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio cesenate. Modera il dibattito Emanuele Chesi (Resto del Carlino).

Alle 15 ci sarà la presentazione del libro 'Segnali in codice' di Gabriele Barberis, caporedattore del politico de 'Il Giornale' che converserà con Francesco Giubilei, presidente di Nazione Futura e il professore della Luiss Andrea Ungari.

Seguirà la premiazione del concorso letterario di Historica Edizioni "Tin Bota. Racconti per la Romagna" i cui diritti d'autore saranno devoluti per i danni dell'alluvione e alle 17 la tavola rotonda "E basta co sto fascismo!", presentazione del libro di Daniele Capezzone. Introduce Elisabetta Farneti (Valori & Libertà) e intervengono Daniele Capezzone, direttore editoriale di 'Libero', Francesco Giubilei, presidente di Nazione Futura, e Hoara Borselli, giornalista di Libero.

"Confcommercio è lieta di dare un fattivo contributo a questa importante rassegna - rimarca il presidente Augusto Patrignani - che porta a Cesena fior di intellettuali a discutere di tematiche di stringente attualità che afferiscono a molteplici aspetti della vita pubblica e della cultura e personalmente sono onorato di poter confrontarmi nel dibattito sull'ambientalismo ideologico con autorevolissimi interlocutori, un'occasione per ribadire una assodata e coerente posizione di Confcommercio che è dalla parte dell'ambiente ma rifugge da dogmatismi e assolutismi ideologici che finiscono per contrapporre la presunta salvaguardia dell'ambiente alla tutela delle attività umane ed economiche. Ringraziamo il presidente di Nazione Futura Francesco Giubilei, anima organizzativa di questa nuova iniziativa che dà lustro alla città, in continuità con il Festival della Libertà di maggio. La circolazione delle idee è il pane della democrazia e siamo felici come Confcommercio di poter concorrere ad alimentarla".

Nelle foto il presidente Confcommercio Augusto Patrignani con Francesco Giubilei, presidente di Nazione Futura e il sindaco Enzo Lattuca al Festival della Libertà tenutosi a maggio, il giornalista Daniele Capezzone e Chicco Testa.

ORGANIZZATA A ROMA DALLA CONFEDERAZIONE CON AUTOREVOLI ESPONENTI DEL MONDO DELL'INFORMAZIONE

La Giornata della Comunicazione di Confcommercio

Informazione fuori controllo, lotta contro le fake news e ruolo del mainstream sono stati i temi portanti della seconda edizione della Giornata della Comunicazione organizzata a Roma da Confcommercio. Un appuntamento di primaria importanza anche per le Confcommercio territoriali, come quella cesenate, che attribuisce alla buona informazione un ruolo strategico e che investe risorse per una buona comunicazione.

I lavori sono stati aperti dal presidente Carlo Sangalli che ha ricordato l'importanza del ruolo delle rappresentanze e l'impegno quotidiano della confederazione a fianco delle proprie imprese anche dal punto di vista della comunicazione e dal direttore del Corriere della Sera, Luciano Fontana, che ha sottolineato come il principale ruolo di un grande giornale sia "comprendere la società". Io non sottovaluto – ha detto Fontana - la rivoluzione digitale che ha cambiato le nostre vite e anche il modo di fare informazione. Abbiamo visto che in tutti questi anni quello che ci bombarda non è sufficiente a renderci informati perché molto spesso le notizie non sono complete. Per orientarsi c'è bisogno di selezione, oggettività, professionalità e un agenda giusta che ci faccia capire quali sono le priorità". Tuttavia secondo Fontana, l'informazione deve necessariamente aprirsi al futuro: "Non si può rimanere chiusi nei propri recinti, noi abbiamo cercato di trasportare sul digitale i contenuti e i principi. Autorevoli direttori gli giornale e giornalisti hanno evidenziato l'importanza delle associazioni di rappresentanza come Confcommercio nel veicolare le informazioni dal centro alla periferie e viceversa. "Sono pochi i soggetti che hanno una rete territoriale così ampia". "Negli anni Confcommercio ha conquistato autorevolezza anche con le analisi del suo Ufficio Studi che hanno un peso specifico tra i gruppi dirigenti e quelli parlamentari".

Nella foto un incontro della Giornata della Comunicazione

CONFRONTO IN MUNICIPIO TRA SINDACA BISACCHI E PRESIDENTE CONFCOMMERCIO TOMASINI

Area Sacta sbloccata, Gambettola in rampa di lancio

Il fatidico sblocco di area Sacta, traguardo che Gambettola si prefigge da mezzo secolo grazie al quale il centro storico può cambiare volto, è stato uno dei temi al centro del confronto tra la sindaca Letizia Bisacchi e il presidente di Confcommercio di Gambettola Francesco Tomasini e il responsabile Paolo Vangelista (nella foto) tenutosi in Municipio, nuova tappa di una concertazione costante tra associazione e amministrazione comunale in tutto l'arco della legislatura ormai in dirittura d'arrivo.

La sindaca ha condiviso il progetto di rigenerazione dell'area che deve conciliare le esigenze di pubblico e privato e che, grazie all'accordo tra pubblico e privato nel rispetto delle reciproche esigenze, trasformerà uno spazio contrassegnato dal degrado urbano in un polo aggregativo con nuove opportunità sociali ed economiche. La progettazione prevede la riqualificazione delle aree pubbliche e degli accessi, con parcheggio e verde pubblico e l'inserimento della Casa della Salute ed edifici residenziali. Il progetto è stato presentato in consiglio comunale il 23 ottobre. Confcommercio, che da sempre richiede la rigenerazione dell'area, ha auspicato che l'iter necessariamente non breve possa concretizzarsi nelle opere nella prossima legislatura che inizia nel 2024."Le attività che si insedieranno – ha osservato il presidente Tomasini – dovranno essere un valore aggiunto anche per rafforzare il centro commerciale naturale costituito dal cuore di Gambettola".

Confcommercio ha chiesto di conferire più vivacità e attrattività a piazza Pertini anche in vista dei mercati natalizi e ha espresso perplessità sul recupero non ancora realizzato di questo luogo centrale e identitario di Gambettola, nel quale la sindaca Bisacchi ha annunciato l'avvio dell'intervento di riqualificazione dell'edificio fatiscente che si aggetta sulla piazza. "Bene la riqualificazione edilizia, ma la piazza è ancora al di sotto di fruibilità rispetto alle sue potenzialità – ha messo in luce il presidente Tomasini -. Potrebbe essere un volano per il centro ma ancora non lo è e le attività commerciali ne risentono. La nostra richiesta è anche quella di adottare politiche tributarie facilitanti per le imprese commerciali con la riduzione delle aliquote Imu e destinare incentivi per le neoimprese con la revisione delle aliquote minime almeno per il primo triennio".

Sulla tariffa puntuale dei rifiuti, introdotta dai Comuni di Cesena, Savignano e Borghi, con non poche criticità emerse, la sindaca ha rassicurato Confcommercio che per il momento l'amministrazione ha scelto di non introdurla, per verificare gli sviluppi l'esperienza negli altri comuni.

Quanto gli interventi a favore delle imprese la sindaca ha rimarcato come sul bilancio comunale i margini siano piuttosto stretti in quanto incidono pesantemente i costi dei rincari delle utenze (120mila euro di spesa per l'illuminazione pubblica) e degli interventi di ripristino dopo l'alluvione in seguito all'esondazione del Rigossa, pari a 275 mila euro.

Confcommercio ha chiesto interventi di contrasto all'abusivismo, di potenziamento del controllo di vicinato e di maggior presidio del territorio soprattutto negli orari serali e notturni, e di incrementare la promozione e valorizzazione del centro storico. "Oltre le due eccellenze della Mostrascambio e del Carnevale vanno creati altri eventi di qualità e occorre potenziare la fiera della Canapa e la festa di Halloween". La sindaca ha annunciato il varo di un intervento di videosorveglianza per il controllo delle targhe delle auto in entrata.

Sindaca e presidente di Confcommercio hanno infine convenuto sulla necessità di creare un progetto di city-branding per Gambettola, cioè un progetto di rinnovamento dell'immagine del comune che lo svincoli dalla stereotipata e anacronistica immagine della città del ferrovecchio, pur patrimonio importante, rendendo conto del processo di innovazione urbano in una città che si evolve.

Nelle foto i partecipanti al confronto

CONFCOMMERCIO SODDISFATTA PER IL NUOVO SERVIZIO A LONGIANO

Comuni-Chiamo, contatti online tra imprese e Comune

A Longiano è stato avviato il servizio "Comuni-Chiamo", che permette ai cittadini e alle imprese di inviare segnalazioni relative al territorio, come avviene già in tanti altri Comuni. La piattaforma mira a rendere più efficiente la raccolta e la gestione delle informazioni fornite dal cittadino da parte dell'amministrazione comunale, facilitando la risoluzione dei problemi. Il servizio permette di segnalare in tempo reale diverse tipologie di criticità relative a beni e servizi pubblici come, ad esempio, la necessità di una manutenzione straordinaria di una strada oppure un lampione spento o disagi nei trasporti pubblici. È possibile accedere a "Comuni-Chiamo" sia da pc, partendo dalla pagina web me.comuni-chiamo.com, o dall'app gratuita "Comuni-Chiamo", disponibile per cellulari Android e iOS. Mediante l'applicazione sarà possibile restare aggiornati anche sulle iniziative. "Siamo soddisfatti - afferma il presidente Confcommercio di Longiano Giovanni Anselmi - perché le nuove tecnologie agevolano la comunicazione tra enti pubblici e cittadini e grazie a questo nuovo strumento migliora la comunicazione anche a vantaggio delle nostre imprese".

Nella foto il sindaco Mauro Graziano e il vicesindaco Sara Mosconi e il presidente Confcommercio Giovanni Anselmi

CONFCOMMERCIO AL CONVEGNO DI SAN MAURO PASCOLI

Turismo a misura di disabili, presentato il progetto

Il turismo a misura di disabili. A Villa Torlonia-Parco Poesia Pascoli è stato presentato il progetto 'Welcome Everybody Emilia-Romagna' rivolto agli operatori turistici del nostro territorio. Al'iniziativa, promossa dal Comune e che si inserisce nel progetto della Presidenza dei Consiglio dei Ministri, Ufficio per le politiche in favore delle persone con disabilità, Confcommercio è stata presente con il presidente di San Mauro Pascoli Raffaele Bernabini e il responsabile di delegazione Paolo Vangelista (nella foto con la sindaca Luciana Garbuglia). Il progetto'In Emilia Romagna c'è una vacanza per me' si prefigge di promuovere il turismo accessibile, favorendo la capacità delle località coinvolte, 14 Comuni della costa romagnola, di accogliere turisti con disabilità e i loro familiari.

Parliamo del più rilevante piano di investimento rivolto a tutti gli operatori turistici della Riviera per sostenere concretamente il turismo accessibile, con un finanziamento governativo e una compartecipazione per 1 milione e 760mila euro. A San Mauro Mare nel parco Don Ivo Rossi è stata realizzata una nuova area fitness dedicata appositamente alle persone con disabilità, costato 35mila euro. L'intervento è stato finanziato dalla Regione Emilia-Romagna con un contributo di 31.655,17 euro. Le risorse assegnate sono destinate sa mettere a sistema tutte le informazioni utili all'ospite, grazie ad un censimento delle strutture (hotel e campeggi, musei, ristoranti e stabilimenti balneari, con le loro caratteristiche), dei servizi sanitari e attraverso la raccolta sistematica di tutte le opportunità legate a tempo libero, sport, iniziative culturali e servizi disponibili. Il tutto confluirà sul portale turistico www.emiliaromagnaturismo.it. La seconda parte di intervento riguarderà il miglioramento strutturale dell'accessibilità dei comuni costieri, la formazione di personale specializzato nell'accoglienza di ospiti con disabilità e la promozione online dell'offerta di turismo accessibile sul territorio. Al convegno erano presenti numerosi gli operatori turistici del territorio e Confcommercio valuta questa iniziativa importante, sotto tutti i profili, per rendere l'offerta turistica sempre più vicina alle e attrattiva per le persone con disabilità.

Nella foto il presidente Confcommercio di San Mauro Pascoli Raffaele Bernabini, la sindaca Luciana Garbuglia e il responsabile Confcommercio Paolo Vangelista

CONFCOMMERCIO DI SOGLIANO

"Creare lavoro e potenziare il turismo"

di ANDREA CARGHINI

Tra gli incontri in corso a Sogliano al Rubicone sul nuovo Piano Urbanistico Generale uno è stato dedicato al turismo, dove sono stati presi esame i temi ineludibili di rafforzare le attrattive e l'ospitalità di Sogliano con molteplici interventi fra cui anche il miglioramento della sentieristica, dei patrimoni gastronomici e ospitalità agro-culturale. La sindaca Tania Bocchini ha giustamente rimarcato la vocazione e le attitudini ad essere una invidiabile meta turistica che detiene il nostro vasto territorio di 94 kmq che si estende su tre vallate, Rubicone, Savio e Uso e annovera significative bellezze artistiche e monumenti storici millenari e ha aggiunto che l'impegno dell'amministrazione è di promuovere un turismo sostenibile legato agli aspetti culturali, al turismo sportivo e all'ecoturismo, aumentando la capacità ricettiva che oggi è legata ad un albergo, alla foresteria delle suore di clausura, ad alcuni B&B e agriturismi. Desideriamo aumentare il numero di presenze turistiche e fare un salto di qualità. Confcommercio da anni chiede che si intervenga a livello di infrastrutture per rendere Sogliano più vicina, appetibile e raggiungibile, migliorando i collegamenti stradali con la manutenzione ora divenuta indispensabile dopo gli eventi alluvionali di maggio. Serve inoltre una maggiore progettualità per rilanciare le nostre attrattive con la Fiera del formaggio di Fossa e una capacità di attrazione verso le imprese nella caste aree a disposizione per creare maggiori opportunità di lavoro. Sogliano deve fare il salto di qualità, provando a creare lavoro, attraendo e portando aziende di livello nel suo territorio per potenziare economicamente e demograficamente il nostro Comune altrimenti inesorabilmente destinato ad assottigliarsi e svuotarsi. Abbiamo tante potenzialità inespresse con le nostre dotazioni, che ci differenziano da tanti altri piccoli Comuni, e lo sforzo di chi amministra a beneficio di tutta la comunità deve indirizzarsi a questo potenziamento imprenditoriale, attirando nei confini comunali un tessuto produttivo di qualità, vale a dire grosse imprese in cerca di insediamenti"

TERRITORIO MONTANO PRESO D'ASSALTO PER LE SAGRE E LE ESCURSIONI

L'autunno è il Ferragosto della Valsavio

Sagre, escursionismo, eventi, alberghi ancora pienI, ristoranti attrattivi. L'autunno del territorio della Valle del Savio pullula di avvenimenti e sembra Ferragosto, grazie anche ad un ottobre climaticamente straordinario, coda lunga dell'estate. Confcommercio della Valle del Savio, da Verghereto a Bagno di Romagna, da Sarsina a Mercato Saraceno rivolge le congratulazioni agli imprenditori turistici e commerciali sempre i prima linea in questa lunga estate che si è collegata all'autunno senza stacchi. Le bellezze del nostro territorio fungono da grande esca e le sagre domenicali disseminate da Bagno di Romagna a Selvapiana, da Alfero alle Balze, da Vergereto a Sant'Agata Feltria e in tutti il territorio esercitano una grande attrattiva di cui sono prova le code sulle E45 al ritorno di domenica sera.

Ricchissimi anche gli eventi, basti pensare a quelli che sono stati protagonisti del mese di ottobre, appuntamenti fissi del calendario eventi, a Bagno di Romagna: il festival letterario di Fuori ConTesto, le tradizionali sagre nei borghi di Selvapiana e Bagno di Romagna a cura delle rispettive Pro Loco, il nuovo appuntamento di Passaggio d'Autunno curato dal rifugio Trappisa, il festival del Fall Foliage, il raduno internazionale del club del lagotto, che attrae partecipanti da tutto il mondo." Un ricchissimo mese, quello di ottobre, che è diventato capace di esaltare le eccellenze del territorio in tutte le sue peculiarità co alberghi pieni nel week-end, e con importanti numeri nell'infrasettimana. Ristoranti presi d'assalto con prenotazioni esaurite con largo anticipo e tantissimi escursionisti che percorrono a piedi ed in Mountain bike i sentieri della Val di Bagno Trek e del Parco Nazionale. L'autunno è il nuovo ferragosto per il territorio. Le Confcommercio dei vari Comuni della Valsavio chiedono di proseguire nella programmazione di ricchi calendari eventi, con l'obbiettivo di allungare la stagionalità e ampliare l'offerta primaverile.

CESENATICO-BOLOGNA IL 30 GIUGNO 2024

Presentate le tre tappe italiane del Tour de France

Tre tappe: Firenze-Rimini; Cesenatico-Bologna; Piacenza-Torino. Oltre 600 chilometri di percorso, nel ricordo di alcuni dei più grandi campioni di sempre, le cui imprese fanno parte della storia del ciclismo, figli indimenticabili di queste terre, come Gino Bartali, Marco Pantani e Fausto Coppi. Per la prima volta nella sua storia, nel 2024 il Tour de France, la più importante competizione ciclistica e tra i primi tre eventi sportivi al mondo, sceglie l'Italia, con la Grande Partenza da Firenze e dell'Emilia-Romagna: il Grand Départ Florence Emilie-Romagna. Un appuntamento di straordinario rilievo, presentato al Tgt di Rimini e al centro anche della presentazione ufficiale a Parigi da parte di Christian Prudhomme, direttore del Tour, presente il presidente della Regione Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini, che ha preso la parola a nome degli enti che hanno permesso l'arrivo della Grand Boucle nel nostro Paese. Ai grandi campioni Fausto Coppi, Gino Bartali, e Marco Pantani sono dedicate le tre tappe italiane del Tour 2024.
Per quel che riguarda la nostra Cesenatico la tappa Cesenatico-Bologna si disputerà il 30 giugno, dopo quella Rimini-Firenze in cui è inclusa anche la salita del Barbotto nel territorio cesenate. L'evento è di assoluto rilievo, come per la vicina Rimini e per tutta la Romagna e Confcommercio con le sue imprese darà il suo fatto contributo per il percorso promozionale in vista del grande appuntamento della prossima estate.

INIZIATIVA PER I CONNAZIONALI ALL'ESTERO PRESENTATA ALLA FIERA TGT DI RIMINI

Il 2024 sarà l'anno del turismo delle radici

Confcommercio cesenate ha partecipato a Tgt Rimini, salone del turismo di Rimini, che ha festeggiato i suoi primi sessanta anni dall´11 al 13 ottobre nel quartiere fieristico della città romagnola. La manifestazione, organizzata da Italian Exhibition Group, vanta la leadership nella vendita internazionale per le destinazioni turistiche italiane. Evento qualificante della rassegna è stato il convegno "2024 anno delle radici italiane: come prepararsi?", organizzato da Confcommercio-Confturismo. Gl i italiani all'estero, un "tesoro" potenziale da 8 miliardi l'anno
Il 2024 sarà "Anno delle radici italiane". La decisione del Ministero degli Esteri, del settembre scorso, si è tramutata anche in uno specifico progetto del Pnrr che prevede appunto il "turismo delle radici" tra le voci di investimento, creando un'occasione irripetibile per il settore. Gli italiani che risiedono all'estero e i loro discendenti, d'altronde, sono circa 60 milioni: si tratta di una comunità enorme che vuole riscoprire le proprie radici e con un'ottima capacità di spesa (si stima che potrebbero generare una spesa annua in Italia molto vicina a 8 miliardi di euro).
l ciclo di seminari ed eventi ospitato nello stand Confcommercio-Confturismo è stato aperto dal Fondo For.Te., il Fondo paritetico per la formazione dei dipendenti delle imprese del Terziario, del cui cda fa parte il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, con "La forza delle competenze per un lavoro di qualità. Il racconto dal punto di vista di For. Te.". Il direttore del Fondo, Eleonora Pisicchio, ha sottolineato che "il fabbisogno occupazionale 2022-2026 è stimato fra i 4,1 e i 4,5 milioni di lavoratori, ma attualmente c'è un netto mismatch tra le competenze chieste e quelle a disposizione, il che peraltro ha forte impatto sulla produttività e sul benessere". Come se ne esce? Con la formazione, appunto, "perché può facilitare il superamento del mismatch, può affrontare le sfide del mercato del lavoro e aiutare a superare le diseguaglianze. Ma una formazione vera, incentrata sui bisogni professionali e sull'efficacia più che sugli adempimenti formali". A questo scopo For.Te. "ha innescato una programmazione per competenze: crediamo moltissimo nella formazione non centrata sul dove e sulle procedure ma sul come e cosa apprendere, oltre che a una formazione asincrona per apprendimento innovativo che lasci massima libertà per esprimersi.
Nelle foto i rappresentanti di Confcommercio cesenate al Tgt di Rimini

PROGETTO WELCOME EVERYBODY

Turismo accessibile ai disabili, Confcommercio in campo

di ROBERTO FANTINI

Si è tenuto un incontro al palazzo del turismo di Cesenatico per la presentazione del progetto regione Emilia Romagna: turismo accessibile, un'opportunità per le imprese della Romagna. L'evento ha visto la partecipazione di Confcommercio Cesenate area Costa, nei tre appuntamenti che si sono succeduti a San Mauro Pascoli, Gatteo Mare e Cesenatico.

Welcome Everybody in Emilia- Romagna ed è il più importante piano di investimento rivolto a tutti gli operatori turistici della Riviera Romagnola, per sostenere concretamente il turismo accessibile – Previsto un finanziamento governativo ed una compartecipazione per 1.760.000 euro, destinati ad un'area test di 14 comuni dai Lidi di Comacchio (Fe) a Cattolica (Rn) per promuovere informazioni, servizi, accoglienza specifica rivolti ad ospiti con disabilità e loro familiari – In programma una serie di incontri destinati agli operatori turistici: primo appuntamento giovedì 21 settembre a Rimini. I partner del Progetto, che avrà durata biennale, sono il Centro Europeo di Ricerca e Promozione dell'Accessibilità (CERPA) e APT Servizi Emilia-Romagna. Confcommercio e tutta la fliera delle imprese turistiche e dell'indotto apprezzano il progetto e sono in prima linea per rendere il turismo più accessibile alle persone con disabilità .
Nella foto i presidenti Giancarlo Andrini e Egisto Dall'Ara e il responsabile Roberto Fantini con i rappresentanti delle altre associazioni di categoria, della Regione ed il dirigente del comune di Cesenatico Silvio Mini.

STRUTTURE DI CESENATICO E SAVIGNANO MARE

I nostri camping vanto della rivera romagnola

Cesenatico Camping Village dell'imprenditore Terzo Martinetti, vicepresidente regionale Faita-Confcommercio è stato premiato tra i migliori 10 dal sito turistico specializzato "Tourism Italia". Si tratta di un vanto per la nostra città e per Confcommercio che fa seguito, tra l'altro, ai ripetuti riconoscimenti assegnati al Camping Village Rubicone di Savignano a Mare, di proprietà della famiglia Grotti, eccellenza a 4 stelle tra le strutture turistiche all'aria aperta della nostra, che ha ottenuto anche quest'anno prestigiosi riconoscimenti da organizzazioni, riviste e siti stranieri quali Adac Superplatze 2023 (Germania) e Anwb 2023 (Olanda).
Nella foto Terzo Martinetti, titolare del Camping Village Cesenatico.

INCONTRI NEL TERRITORIO

Agenzie viaggio tour di Fiavet con tappa a Cesenatico

Fiavet (federazione agenzie di viaggio di Confcommercio) ha organizzato diversi appuntamenti in terra di Romagna con primarie agenzie di viaggio italiane. Nella tappa di Cesenatico, con un incontro al museo della marineria tenutosi il 10 ottobre, è avvenuta la presentazione dei soci (società, associazioni, consorzi della riviera romagnola) della destinazione Romagna, presenti il presidente Fiavet Emilia Romagna Massimo Caravita, il vice presidente nazionale Fiavet Andrea Babbi, il direttore di Destinazione Romagna Chiara Astolfi, il presidente e Il Responsabile Ascom Cesenatico Giancarlo Andrini e Roberto Fantini.
Nella foto i partecipanti all'incontro.

IL MACELLAIO ALESSANDRO BERNABINI DI RONCOFREDDO

"Fiera d'autunno attrazione del paese, puntare di più sulla promozione"

La macelleria salumeria di Alessandro Bernabini, 56 anni, coadiuvato dalla sorella Raffaella, dal 1957 è un punto di riferimento di Roncofreddo nella strada principale del paese, via Cesare Battisti, attività fondata dal padre Serafino affiancato dalla moglie Maria Fantozzi. Commercianti che hanno sempre avuto a cuore la sorte del proprio territorio e che guardano oltre la propria bottega. "Nella nostra strada ci sono negozi di varie tipologie, dal forno al sali e tabacchi, dalla macelleria salumeria alle altre gamme merceologiche - afferma Alessandro Bernabini- una sorta di centro commerciale all'aperto che è il pilastro commerciale del paese. Peccato che a breve chiuda l'A&O, speriamo che possa avvenire una nuova apertura. Il 25 e il 26 novembre si terrà l'evento più importante dell'anno per Roncofreddo, la Fiera d'autunno che richiama visitatori da varie parti del cesenate e della Romagna. Si tratta della principale attrattiva del paese alla quale anche i negozi concorrono insieme ai banchi ambulanti nei due giorni di sagre e per quello che ci riguarda serviamo lo stand con la trippa, il nostro piatto forte. Una tradizione che ogni anno di più si rinverdisce".

La XXII Edizione della Piccola fiera d'autunno si aprirà sabato 25 novembre dalle 11 alle 24 e proseguirà domenica 26 novembre dalle 8 alle 20 con tante osterie dove degustare le prelibatezze della cucina romagnola preparate con materie prime selezionate, il mercatino dei produttori, il mercatino mercatino handmade, la musica itinerante, i giochi per grandi e piccini , le mostre d'arte, i luoghi della cultura aperti e degustazioni guidate delle eccellenze locali. "Roncofreddo - continua Bernabini - ha bisogno di promuovere in modo più incisivo la sua immagine e noi commercianti nel confronto con l'amministrazione abbiamo rimarcato che piuttosto di ricevere piccoli aiuti sotto forma di incentivi finanziari è preferibile investire il danaro per fare una bella pubblicità al paese mettendone in luce le sue caratteristiche uniche e peculiari, per attrarre nuovi visitatori alla ricerca del piacere che produce la visita dei borghi. Con l'amministrazione comunale vogliamo anche riprendere il confronto sui tributi e sulle politiche a favore del commercio e delle imprese, che vanno potenziate per salvaguardare la rete distributiva e e incrementarla, visto che è il primo patrimonio di Roncofreddo".

Nella foto Alessandro e Raffaella Bernabini eil corso centrale di Roncofreddo durante la Piccola Fiera d'autunno

OSPEDALE E CASA DI COMUNITÀ

Sanità, Confcommercio interviene al consiglio comunale aperto

Si è tenuto un consiglio comunale aperto al palazzo del turismo di Cesenatico sul tema della sanità. Erano presenti il sindaco Matteo Gozzoli, la giunta, i consiglieri comunali, Tiziano Carradori, direttore generale di Ausl Romagna insieme a Francesco Sintoni, direttore del Distretto sanitario del Rubicone. Hanno preso parte alla seduta anche le associazioni di categoria e i sindacati.

Il progetto presentato prevede da un lato la riorganizzazione di alcuni servizi all'interno del presidio sanitario di Cesenatico, dall'altro la costruzione di un nuovo edificio, adiacente a quello esistente, dove troveranno collocazione un ospedale di comunità da 20 posti letto, l'area dei servizi pediatrici, i servizi sociali, i servizi socio-sanitari per l'accesso alle prestazioni collegate all'area della non autosufficienza Confcommercio ha espresso apprezzamento per la volontà di potenziare, con importanti e sostanziosi investimenti, la struttura di Cesenatico, in particolare la medicina riabilitativa (vero e proprio fiore all'occhiello), della piattaforma polispecialistica ambulatoriale. Confcommercio tuttavia non ha nascosto preoccupazione riguardo la trasformazione da punto di primo intervento a Cau, non tanto sulla copertura del servizio quanto piuttosto sulla capacità di risposta ad una situazione di emergenza, che il personale medico impiegato sarà in grado di dare.

Confcommercio ha preso lo spunto per stigmatizzare anche lo stato indecoroso della camera mortuaria, sia per la sistemazione interna che per quella esterna, con parenti e amici costretti a stare al freddo in inverno, in pieno sole d'estate o sotto la pioggia per la mancanza di un adeguato riparo.

OMAGGIO AI PILASTRI DELL'OSPITALITÀ

Grazie agli imprenditori turistici ospitali sino ad ottobre

Poche parole ma sincere e sentite. Grazie ai nostri imprenditori turistici che hanno accompagnato l'allungamento della stagione turistica favorito dal meteo estivo sino quasi a fine ottobre. L'onda lunga dell'estate, le belle giornate di sole hanno portato ad un allungamento eccezionale della stagione balneare, nei fine settimana di settembre e ottobre, le spiagge di Cesenatico sono state prese d'assalto dai turisti ed è doveroso fare un plauso alle attività che nonostante le tante difficoltà (dai costi in aumento al reperimento di personale), sono rimaste aperte per accogliere i clienti, con lettini, pranzi e servizi.

il presidente Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andrini

SAN MAURO PASCOLI

San Crispino, in duemila alla tombola di Confcommercio

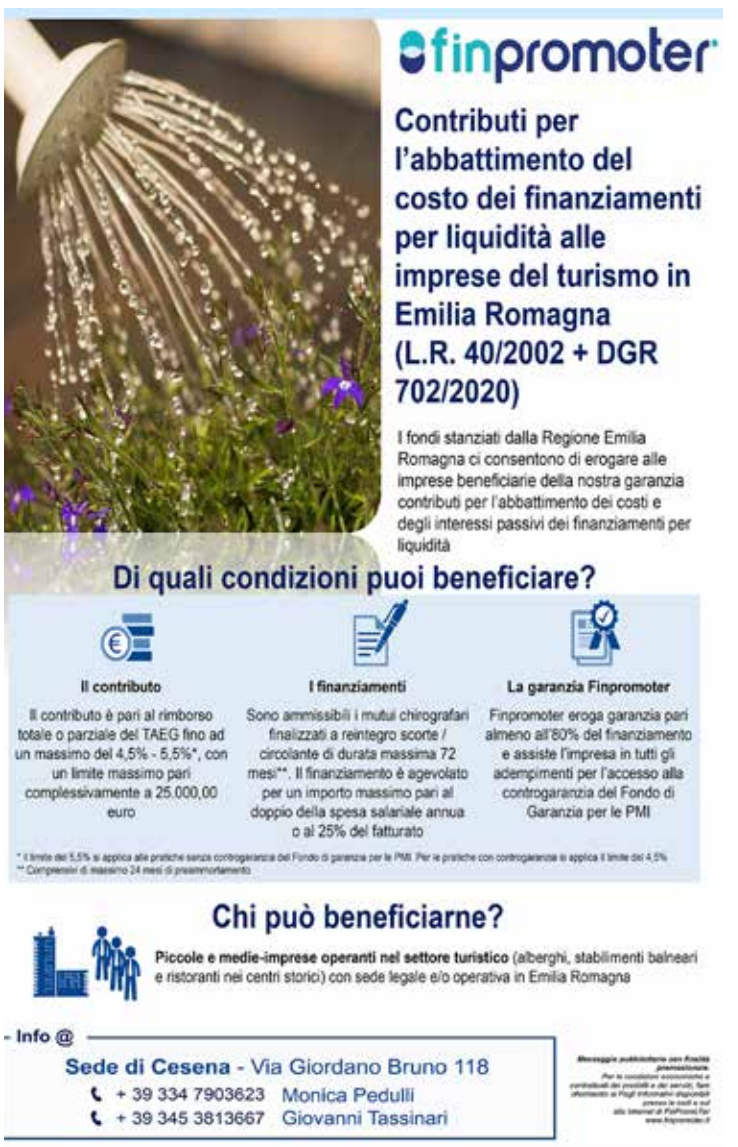
Un evento identitario per San Mauro Pascoli. Confcommercio ha organizzato in collaborazione con l'associazione Agorà 2000 la tombola di San Crispino a San Mauro Pascoli. Distribuite diecimila cartelle, duemila i partecipanti. I premi in palio sono stati i seguenti: Cinquina del valore di 200,00 euro con 1 prosciutto + buono spesa del Caseificio Pascoli + un invito per 2 persone alla Trattoria da Pizoun di S. Mauro, Decina del valore di 300,00 euro con 1 prosciutto + buoni spesa della Conad e del Caseificio Pascoli + un invito per 2 persone alla Trattoria da Pizoun di S. Mauro, Tombola del valore di 1.000,00 euro con 1 prosciutto + buoni spesa della Conad e La Bottega delle Carni più un invito per 2 persone alla Trattoria da Pizoun di S. Mauro. Per la prima volta la cinquina, la decina e la tombola sono state vinte esclusivamente da cittadini di San Mauro Pascoli. Ecco i vincitori: per la cinquina Monica Praconi, per la cecina Valentina Dellabartola e Stefano Giorgetti, per la Tombola Ivana Tassera e Roberto Cesarano. Un ringraziamento particolare va all'Amministrazione comunale di San Mauro Pascoli, al presentatore Andrea Prada e a tutti gli sponsor che hanno contribuito alla realizzazione della manifestazione: La Bottega delle Carni, Conad, Caseificio Pascoli, Salumificio Lombardi, Trattoria Pizoun, Romagna Banca, Caffetteria La Madeleine e Atic Gas.

Nella foto la sindaca Luciana Garbuglia, l'assessore alle attività economiche Stefania Presti, Paolo Vangelista di Confcommercio, il presentatore Andrea Prada e tutti i vincitori.

ANDREA LUSUARDI NUOVO TITOLARE DELLA ROSTICCERIA DI PESCE IN VIALE CARDUCCI

Passaggio di testimone alla Griglia da Federico

La voglia di intraprendere e di mettersi in gioco, il know how di esperienze accumulate in non pochi anni di attività all'estero, fra cui una fetta rilevante nel Regno Unito, ma anche la folgorazione per la bellezza di Cesenatico ha spinto Andrea Lusuardi, 32enne, emiliano di Correggio, a rilevare una delle attività gastronomiche più note di Cesenatico la rosticceria "La Griglia da Federico" in viale Carducci, nel piano rialzato sopra la sala giochi in uno dei passaggi più frustati del centro balneare.

"Venne aperta nel 1994 dalla famiglia Farabegoli e da Barbara Farabegoli ho ereditato il testimone - afferma il nuovo titolare Lusuardi - , la mia intenzione è di dare continuità al locale e avviare un'opera di progressiva innovazione perché in questo mestiere chi si ferma è perduto. Unitamente alla rosticceria per il pesce d'asporto c'è una sala dove si possono gustare le consumazioni. Teniamo alta l'asticella della qualità con una decina di qualità di pesce che proviene direttamente dal mercato ittico e l'obiettivo è di ampliare la clientela del posto. Accanto a me per la fotografia inaugurale ho voluto Federico, il cuoco istituzione di Cesenatico che era ai fornelli quando venne avviata l'attività e che dà il nome alla rosticceria, segnale della continuità e della fedeltà alla tradizione del pesce di qualità sopraffina ben cucinato, biglietto da visita da sempre della Griglia da Federico, di cui intendo continuare a tenere alto il nome e migliorare ancora di più la reputazione già alta guadagnata dai miei predecessori."

Nella foto Andrea Lusuardi con il cuoco Federico e la moglie Francesca.