

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

2024, FIDUCIA E LAVORO



Il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani tra il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci e le luci di Natale nelle città e nei negozi

IL COMMENTO

Buon Natale, siamo stati più forti dell'alluvione

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

È stato l'anno dell'alluvione ma ci siamo risollevari, ci stiamo risolvendo. I romagnoli hanno una grande forza che si chiama senso della comunità. Questo è il primo pensiero andando verso il Natale. Rafforziamola ancora di più questa coesione sociale e chiediamo alla politica di esserne all'altezza con scelte lungimiranti che potenzino la Romagna.

L'anno prossimo sarà, in molti comuni del cesenate della provincia e della Romagna, quello delle elezioni amministrative comunali del 9 giugno e Confcommercio darà il suo contributo

al dibattito sulle proposte per rendere più competitivo il sistema territoriale. Occorre ridargli voce, vigore, spinta propulsiva. Negli ultimi anni si è affievolito.

Noi come corpo intermedio vogliamo tenere alta la voce delle piccole imprese del commercio (per quello di prossimità serve un piano Marshall di rilancio senza precedenti), del turismo (il nostro petrolio, risorsa ancora sottostimata), del terziario e del mondo delle professioni, l'humus del territorio. Dicembre con il Natale è il mese in cui ci rendiamo conto in maniera tangibile che senza la luce, fisica e metaforica, dei negozi, la città perde dignità, decoro e addirittura senso, degenerando in

un agglomerato anonimo e tenebroso. Non c'è supposta modernità che tenga. Senza la rete distributiva al dettaglio, senza gli esercizi di prossimità si vive male, mancano i servizi sotto casa e la socialità si rattrappisce. Un mondo di acquisti online non è per nulla innovativo, è semplicemente un non mondo. Il commercio sul web è un prezioso alleato del commercio tradizionale, non può essere il suo affossatore. Se ne deve occupare non solo il mercato, e lo diciamo da liberali quali siamo, ma anche la politica innescando interventi eccezionali per rilanciare le reti distributive delle nostre città.

Confcommercio anche quest'anno ha lavorato sodo sulla rigenerazione

urbana. Sia degli spazi aperti che degli spazi chiusi. Scordiamoci che possa avvenire in spazi desertificati commercialmente. Un'ultima parola su di noi, reduci dalla splendida rassegna Truffle Week promossa a Bagno di Romagna, ne parliamo diffusamente nel giornale, con eventi anche a Cesena. Ha chiuso il novero di un anno straripante di attività di cui rendiamo ragione con un reportage fotografico, che mette in luce il dinamismo di una associazione che non ammaina mai le vele, ma le dispiega ogni giorno in mare aperto, forti anche della rotta che Confcommercio nazionale e il nostro presidente Sangalli ogni giorno ci indicano. Sarà così anche nel 2024.

Chi è in Confcommercio non è mai solo. Buon Natale a tutti e un ringraziamento alle imprese che creano lavoro e benessere per quello che ci hanno dato nell'anno che si chiude.

P.S. Questo è il decimo anno che Confcommercio cesenate pressoché ogni mese produce il suo giornale con questa formula, se non è un record poco ci manca e perdonate l'immodestia.



Un 2023 pieno di vita associativa

Quelle che vedete raffigurate nelle due pagine di cronistoria associativa del 2023 sono solo una parte delle molteplici iniziative messe in campo da Confcommercio cesenate in accompagnamento costante, ogni giorno, alla attività delle oltre 2200 imprese associate. Un'attività a 360 gradi sia nel settore della casa dei servizi e delle soluzioni, in un'annata strategica di crescita culminata con la mini-convention dei dipendenti di fine anno e il lancio dei nuovi loghi, sia su quello della tradizionale e sempre più innovativa rappresentanza d'impresa al tavolo con gli interlocutori del sistema istituzionale dello sviluppo.

Il 2023 segna una tappa importante nella qualificazione ulteriore del brand di Confcommercio cesenate, da 77 anni presente nel territorio.

Il dinamismo è di squadra: di tutte le categorie, dei nostri movimenti, delle delegazioni, della dirigenza e dello staff, che sono una cosa sola, con Confcommercio cesenate che in tutti e 15 i comuni svolge la sua attività di corpo intermedio mettendo a disposizione delle imprese tutti gli strumenti utili per fare impresa e alle amministrazioni pubbliche ha chiesto di creare più efficaci azioni per migliorare l'ambiente sullo sviluppo. Anche nel 2023 i nostri convegni e i nostri progetti come quello sul trasporto sostenibile in centro sono stati di alto livello così come le rassegne culturali dedicate all'economia e all'ambiente, il Festival della libertà il 5 e il 6 maggio e i Dialoghi malatestiani il 25 novembre. Le fotografie del nostro album associativo rendono questo fervore che caratterizza l'operato di Confcommercio che ogni giorno alza di livello l'asticella della qualità. Siamo orgogliosi di poter lavorare per le nostre imprese, la prima ricchezza del territorio e nel 2024 vogliamo proseguire in questo percorso virtuoso di continuo miglioramento.



Il convegno sui dehors nel post pandemia



Vox Populi sulla consegna delle merci con veicoli ecologici



Incontro con il sindaco di Cesena sulla tassa rifiuti per le imprese



La manifestazione 'Azzurro come il pesce'



Il lancio di Job&Workers



I rappresentanti della DMO per la promozione di Cesenatico



Il presidente della Repubblica Mattarella a Cesena per l'alluvione



La presidente dell'Unione Europea Von der Leyen a Cesena



La ministra Santanchè con il presidente Patrignani al lancio della stagione turistica della riviera romagnola



La presentazione del libro di Egisto Dall'Ara sulla sua vita da albergatore



L'Assemblea dei quadri dirigenti nazionali Fiva a Roma



Il Giro d'Italia a Savignano



Confcommercio protagonista al Festival Malatestiano della Libertà



La delegazione cesenate all'Assemblea nazionale a Roma in giugno



Sottoscritta la carta dei valori della ristorazione in Comune a Cesena



La cerimonia della bandiera blu a Cesenatico



Confcommercio Cesenatico per la Notte Rosa



Il consiglio nazionale Fipe con il presidente Lino Stoppani a Cesena



L'incontro sulla presentazione dell'indagine sulla consegna delle merci in centro



HO.RE.CA, la squadra Confcommercio per supportare pubblici esercizi e alberghi



I vertici direttivi e i dirigenti della filiera del turismo balneare per la promozione turistica



Fiva nazionale e di Piacenza ospiti a Cesena per aiutare gli imprenditori alluvionati



L'incontro con la sindaca di Gambettola Bisacchi



Tutti a tavola per 'Il pesce fa festa'



La mini-convention ad Acquapartita dello staff di Confcommercio



L'incontro sul potenziamento dell'organizzazione



I Dialoghi Malatestiani tenutisi il 25 novembre



Il Vox Populi sui Dialoghi Malatestiani

SUCCESSO DELL'INIZIATIVA DI FIPE PER HOTEL, BAR E RISTORANTI

Corso Horeca, 15 imprenditori formati ad attrarre talenti



Grande successo del percorso formativo promosso da Fipe Confcommercio cesenate e Iscom Formazione dedicato a hotel, bar, ristoranti per rafforzare la loro capacità di individuare, attrarre e trattenere i talenti rafforzando il capitale umano dell'impresa e la sua competitività sul mercato.

"Horeca: come attrarre talenti nel settore in evoluzione" è stato il tema del corso concluso il 20 dicembre con 32 ore che si è posto l'obiettivo di sviluppare le strategie nel processo di selezione del personale, tra i nuovi paradigmi del mercato del lavoro e il futuro del settore Horeca. Horeca riprende le tre sillabe delle tre parole inglesi che abbrevia: Hotel, Restaurant, Café. Hanno partecipato 15 imprese del territorio. Tra i docenti che hanno tenuto lezioni molto apprezzate Luciano Sbraga, vicedirettore Fipe nazionale e Andrea Chiriatti. Durante le lezioni si sono affrontate tematiche riguardanti una gestione più efficiente delle risorse umane, con lo scopo di ri-

durare il turn over interno e attrarre collaboratori nuovi valorizzando il capitale umano, i trend della domanda, le esigenze e le aspettative dei nuovi consumatori nel mondo della ristorazione.

"Il corso - mette in luce il presidente di Fipe Confcommercio cesena-



te, la federazione dei pubblici esercizi, Angelo Malossi (nella foto) - è stata un'azione finalizzata attraverso la formazione delle imprese a contrastare la carenza di personale promuovendo la cultura della valorizzazione del patrimonio umano con un modulo espressamente dedicato al nuovo modello di ricerca e selezione del personale: come cambia il comportamento dei candidati, le nuove ge-

nerazioni nel mondo del lavoro, la valorizzazione del proprio personale, l'impostazione di un progetto efficace per selezionare con successo il personale. Da vari mesi è stato realizzato il portale online per incrociare domanda e offerta di lavoro nel settore dell'HoReCa. La piattaforma, ideata e promossa da Fipe-Confcommercio, la Federazione italiana pubblici esercizi, e Confcommercio Cesena, è stata sviluppata con il contributo tecnologico di InfoJobs, leader nazionale per i servizi di ricerca di lavoro online. Sono già stati immessi nel circuito numerosi profili con reciproca soddisfazione per candidati e imprese. Il corso è un ulteriore intervento nel contesto di una dinamica strategia non solo per far fronte alla criticità della carenza di personale, ma anche di cogliere la sfida del salto di qualità e dell'elevamento dell'asticella nella ricerca e nella coltivazione dei talenti aziendali".

Nella foto due momenti del corso.



RISTORAZIONE, AMMONTANO AL 15% DELLE RETRIBUZIONI

Meno tasse sulle mance, scatta aliquota agevolata

La legge di bilancio ha introdotto la nuova disciplina delle mance, cioè quelle liberalità che i clienti corrispondono a seguito di una apprezzata erogazione del servizio. Tali somme e valori corrisposti da parte della clientela rientrano nella nozione di reddito di lavoro dipendente e pertanto, prima dell'introduzione di tale disciplina, erano ricondotte alle regole generali previste per il reddito da lavoro dipendente e, quindi, al pagamento dei relativi contributi e della corrispettiva tassazione Irpef in base all'aliquota di riferimento del singolo lavoratore. La legge di bilancio ha previ-

sto l'introduzione di una aliquota agevolata pari al 5% con esclusivo riferimento alle mance percepite dai lavoratori delle strutture ricettive e degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande. Tale tassazione agevolata si applica ai soggetti che hanno avuto nel periodo d'imposta precedente un reddito non superiore a 50.000 euro, ivi inclusi tutti i redditi di lavoro dipendente conseguiti da attività lavorativa diversa da quella svolta nel settore turistico/alberghiero e della ristorazione. Le mance elargite dai clienti ai lavoratori a mero titolo di liberalità, anche attraverso l'utilizzo di strumenti di pagamento elettronici, costituiscono redditi di lavoro dipendente e, salva espressa rinuncia scritta del lavoratore, sono soggette, a opera del sostituto d'imposta, a una tassazione sostitutiva dell'imposta sul reddito delle persone fisiche) e delle addizionali regionali e comunali, con l'aliquota del 5%, entro il limite del 25 per cento del reddito percepito nell'anno per le

relative prestazioni di lavoro. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, tale meccanismo agevolato - che di fatto favorisce queste elargizioni - potrebbe generare, solo nella ristorazione, un ammontare complessivo di mance per un valore di circa due miliardi di euro l'anno corrispondenti, in media, a poco meno di 2.000 euro per ciascuno dei 980mila lavoratori del settore. Una vera e propria mensilità aggiuntiva visto che questa somma rappresenta il 15% del totale delle retribuzioni (pari a oltre 13 miliardi di euro) percepite nel 2022 dai lavoratori, sia full time che part time, di questo comparto.

La base di calcolo cui applicare il 25 per cento è costituita dalla somma di tutti i redditi di lavoro dipendente percepiti nell'anno per le prestazioni di lavoro rese nei settori turistico-alberghiero e della ristorazione, ivi comprese le mance, anche se derivanti da rapporti di lavoro intercorsi con datori di lavoro diversi.

Un altro importante aspetto della nuova disciplina riguarda l'alleggerimento degli oneri in capo ai datori di lavoro, in particolare quelli contributivi. Viene infatti introdotta una deroga generale molto importante e cioè che, a differenza dei redditi da lavoro dipendente "ordinari", tali liberalità sono escluse dalla retribuzione imponibile ai fini del calcolo dei contributi di previdenza e assistenza sociale e dei premi per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali e non sono computate ai fini del calcolo del trattamento di fine rapporto.



CONFRONTO AL VOX POPULI DI CONFCOMMERCIO

Romagna che piacere, potenziare l'offerta turistica

Il turismo, petrolio della Romagna, è stato al centro di un Vox Populi di Confcommercio intitolato "Romagna che piacere", andato in onda su Teleromagna promosso da Confcommercio in cui si è dibattuto su come

alimentarlo e potenziarlo valorizzando l'offerta del territorio che abbraccia la fascia costiera e attraverso l'entroterra si sviluppa nelle zone collinari e montane con molteplici attrattive culturali, artistiche, enogastronomiche e sportive. L'occasione è stata la promozione da parte del consorzio Natura & Natura e di Confcommercio cesenate della rassegna "Truffle Week" a Bagno di Romagna, con iniziative anche a Cesena, dedicata alla valorizzazione gastronomica del tartufo. A dibattere sono stati Giuseppe Crociani, presidente Confcommercio di Bagno di Romagna,

Andrea Falzaresi, imprenditore del settore turistico e Mauro Righi, presidente di Confcooperative che hanno convenuto su alcuni punti chiave: il potenziamento indispensabile dello sviluppo infrastrutturale, la promozione di eventi di alto livello in tutto il territorio per favorire l'allungamento della stagione e connotare anche il periodo invernale, l'investimento nella promocommercializzazione, l'integrazione delle offerte peculiari territoriali che fanno della Romagna uno dei distretti più attrattivi non solo in Italia, ma a livello internazionale. Da parte dell'ente pubblico è fondamentale potenziare il sostegno agli imprenditori privati romagnoli.

Nella foto i partecipanti al Vox Populi di Confcommercio.



INIZIATIVA CONFCOMMERCIO PER VALORIZZARE I NEGOZI DI PROSSIMITÀ

Compro sotto casa perché mi sento a casa

di AUGUSTO PATRIGNANI



A n c h e quest'anno in occasione del periodo natalizio torna l'iniziativa di Confcommercio "Compro sottocasa perché mi sento a casa", arrivata alla quarta edizione, nata per valorizzare il ruolo di aggregatore sociale nelle città delle attività commerciali, negozi, bar, ristoranti e per evidenziare il legame tra gli abitanti di un quartiere e i suoi negozi.

La campagna, partita anche sui social con l'hashtag #ComproSottoCasa, è un elemento di valorizzazione del brand Confcommercio che tiene insieme i nuovi "items" come le città e la rigenerazione urbana, le comunità aggregate dalle attività commerciali e di servizio nelle aree metropolitane e nei centri storici. Sarà un buon mese di dicembre sul fronte degli acqui-

sti e dei consumi delle famiglie. A dirlo è la consueta ricerca dell'Ufficio Studi di Confcommercio su consumi di Natale e tredicesime che stima in poco più di 50 miliardi l'ammontare del volume delle tredicesime edizione 2023 (erano pari a 47,4 miliardi l'anno scorso), che si tramuteranno in media in



1.882 euro di consumi a famiglia (1.598 euro nel 2022), comprensivi delle spese obbligate. È una crescita, quella delle tredicesime, che Confcommercio imputa alla crescita dell'occupazione, agli ef-

fetti del taglio del cuneo fiscale e contributivo e alla diminuzione dell'inflazione, in particolare dei beni energetici.

Per quanto riguarda invece nello specifico i regali di Natale la previsione è di una spesa pari a 8 miliardi (contro i 7,1 del 2022), una somma che si traduce in 186 euro a testa. Li farà il 73,2% degli italiani, pur in presenza di una propensione in calo al 40,1%. In realtà, attenzione, in molti potrebbero già averli acquistati, visto che il volume di acquisti durante la "black week" è cresciuto del 7% in volume, con la spesa complessiva salita a 4,31 miliardi, prevalentemente online (2,41 miliardi, +9,5%) contro i 4,03 del 2022. Sono stati venti milioni gli italiani ad approfittare delle offerte: un bel segnale in termini di propensione al consumo perché vuol dire che la fiducia è tonica e l'auspicio di Confcommercio è che anche lo shopping natalizio nel territorio cesenate sia effervescente e premi i negozi di prossimità, pilastri della città.




L'ENERGIA GIUSTA PER TE

Risparmia su luce e gas con le offerte dedicate a te



VUOI RISPARMIARE?
Manda le tue bollette e i tuoi recapiti a:
LISA BRIGLIADORI 340.1599992
energia@ascom-cesena.it

SARAI RICONTATTATO CON L'OFFERTA A TE DEDICATA!

INIZIATIVA SOLIDALE DI NATURA&NATURA, CONFCOMMERCIO E 50&PIU'

Charity dinner, serata magica al Verdi

Una splendida serata di gala solidale, a fini di beneficenza, quella dell'11 dicembre scorso al teatro Verdi di Cesena per il Charity Dinner promosso nell'ambito della rassegna Truffle Week dedicata alle promozione gastronomica e culturale del tartufo, promossa dal 7 al 17 dicembre dal consorzio Natura & Natura di Bagno di Romagna e l'Accademia italiana del tartufo con una costellazione di partner fra cui Confcommercio cesenate e Fenacom 50&Più, con inoltre tra i main sponsor, Iscom Formazione, 50&Più, Bcc di Sarsina e Groupama assicurazioni.

Deliziose portate a base di tartufo, location di alto livello e apprezzatissimo concerto Hocus Procus sono state le attrattive della serata, in cui hanno preso la parola fra gli altri il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, il presidente di Natura & Natura Giuseppe Crociani, lo chef Paolo Teverini, anima pulsante della rassegna e alla quale erano presenti il presidente di 50&Più di Forlì-Cesena Roberto Vignatelli e il coordinatore Rosario Iaria, più altri associati.

L'evento è culminato con il conferimento del premio Lagotto d'oro all'allenatore di calcio romagnolo Arrigo Sacchi. Il fiuto, così indispensabile nella ricerca del tartufo, è il leitmotiv del premio che rende onore al fiuto calcistico di uno degli allenatori più rivoluzionari nella storia del football mondiale. Il premio verrà consegnato a mister Sacchi in un prossimo evento visto che l'incontro a Bagno di Romagna programmato per il 12 dicembre al palazzo dei Capitani non si è potuto svolgere a causa di una indisposizione dell'ex allenatore di Milan e Nazionale.

I proventi raccolti nel corso del Charity dinner sono stati devoluti all'associazione "Don Virgilio Resi" per gli alluvionati del quartiere San Rocco di Cesena e per il sostegno ai bambini della favela Primerio di Majo a Belo Horizonte in Brasile, entrambi luoghi in cui il compianto sacerdote sam-pierano operò con fervido zelo missionario. "Una serata bellissima – mettono in luce i presidenti Patrignani e Crociani – e un'occasione straordinaria per sperimentare il piacere della convivialità con un cocktail di ingredienti perfettamente riuscito nell'ambito di una iniziativa di grande prestigio come Truffle Week che si riverbera per tutto il territorio, non solo per bagno di Romagna e l'Alta Valle del Savio in cui trova il suo terreno d'elezione. Tutto è stato perfetto: l'ottima qualità delle pietanze, la piacevolezza del concerto, il simbolico conferimento del premio a un romagnolo d'eccellenza come Arrigo Sacchi con l'invito a riflettere su come si fondano insieme nelle grandi imprese fiuto e lavoro e la finalità solidale dell'evento, capaci di coinvolgere e rispondere pienamente alle esigenze di tutti i partecipanti".

"Molto soddisfatti i pensionati iscritti a 50&Più che hanno preso parte al Charity Dinner – aggiunge il presidente Vignatelli – in un'atmosfera di particolare suggestione da tutti gradita e che ribadisce il prezioso contributo del nostro sodalizio nel fornire ai suoi associati occasioni di felice socialità".

Nelle foto alcuni momenti con i protagonisti del Charity Dinner al teatro Verdi





di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Un incidente comunicativo la denigrazione degli aeroporti romagnoli, questo vogliamo ritenere che si sia trattato, dopo che la stessa associazione interessata ha rimarcato che “avere due aeroporti in Romagna è testimonianza di vitalità e dinamismo industriale, e faremo di tutto per creare le sinergie ad ogni livello”.

Ecco, la posizione di Confcommercio è molto semplice e chiara. Primo: gli aeroporti di Romagna sono una risorsa fondamentale da

LA POSIZIONE DI CONFCOMMERCIO DOPO LE POLEMICHE SUL LORO RUOLO

Aeroporti di Romagna da potenziare, la Regione può fare di più

implementare del territorio, indispensabile per alimentare i flussi turistici in una logica di agevole raggiungibilità della riviera e delle molteplici destinazioni turistiche romagnole. Secondo: gli imprenditori che negli aeroporti di For-

supportati da tutto il sistema e dagli interlocutori istituzionali. Terzo: la Regione Emilia Romagna può e deve fare di più per favorire la crescita di questi aeroporti, finora è stato fatto troppo poco. Quarto: i corpi intermedi e le orga-

facendo con la Dmc (Destinazione Management Company), creata da Confcommercio e Confesercenti, specializzata sui territori di Forlì, Cesena e Ravenna con sede presso l'aeroporto di Forlì. Gli obiettivi di InRomagna sono promuovere i servizi e le esperienze investendo energie e risorse per dare al nostro territorio uno strumento innovativo ed efficace per il rilancio e l'incentivazione dell'incoming turistico dall'Italia e dall'estero da mettere a disposizione degli operatori qualificati di tutta la filiera dei territori del forlivese, cesenate e raven-nate. Noi siamo a fianco degli imprenditori che hanno investito negli aeroporti, il posto dei corpi intermedi è lì.



li e di Rimini hanno investito e investono giorno di quattrini vanno coccolati, coltivati e

nizzazioni di rappresentanza debbono dare il loro contributo fattivo. Noilò stiamo

INDAGINE CONFCOMMERCIO, SPESA MEDIA PRO CAPITE DI 186 EURO

A Natale torna la voglia di fare regali

di **GIORGIO PIASTRA**



Dalla consueta indagine Confcommercio-Format sui consumi di Natale, emerge che, per la prima volta dal 2019, aumenta rispetto all'anno precedente la quota di chi

farà i regali di Natale (73,2% contro il 72,7% dell'anno scorso). I prodotti enogastronomici (72,7%) si confermano in cima alla lista delle preferenze seguiti da giocattoli (50,1%), prodotti di bellezza (49,6%), abbigliamento (49,4%) e libri (41,6%). Tra i regali che registrano l'incremento maggiore rispetto all'anno scorso si segnalano i prodotti per la cura della persona (+8,6%), i gioielli (+7,9%) e i trattamenti di bellezza (+6,7%); carte regalo e abbonamenti a piattaforme streaming risultano, invece, i regali più acquistati online. Per quanto riguarda il budget per gli acquisti, aumenta la quota di chi è intenzionato a spendere oltre 300 euro (dal 2,8% all'8,3%) e per i regali quest'anno si spenderà mediamente 186 euro pro capite (157 euro nel 2022). Si attingerà poco dalla tredicesima: solo una piccola parte sarà destinata ai regali (il 18,5%), mentre il grosso se ne andrà per pagare tasse e bollette (24,9%) e per le spese per la casa (23,7%). Tra i canali di acquisto preferiti,

Internet si conferma al primo posto e in aumento del 6% rispetto all'anno scorso, ma cresce anche l'utilizzo dei negozi di vicinato (dal 45% al 48,3%) e i punti vendita della distribuzione organizzata (dal 53% al

lo shopping. Per

quanto riguarda invece nello specifico i regali di Natale la previsione è di una spesa pari a 8 miliardi (contro i 7,1 del 2022), una somma

che si traduce in 186 euro a testa. Li farà il 73,2% degli italiani, pur in presenza di una propensione in calo al 40,1%. In realtà, attenzione, in molti potrebbero già averli acquistati, visto che il volume di acquisti durante la “black week” è cresciuto del 7% in volume, con la spesa complessiva salita a 4,31 miliardi, prevalentemente online (2,41 miliardi, +9,5%) contro i 4,03 del 2022. Sono stati venti milioni gli italiani ad approfittare delle offerte: un bel segnale in termini di propensione al consumo perché vuol dire che la fiducia è tonica. La situazione economica generale, infine: per il quarto trimestre Confcommercio pronostica una crescita dello 0,2% congiunturale e dello 0,5% tendenziale rispetto al +0,4% e +0,7% stimati rispettivamente dal Governo del governo. Per il 2024 la previsione è invece di +0,9% contro il +1,2% indicato dall'Esecutivo.



67,7%).I canali di acquisto dei regali Aumentano gli acquisti presso i negozi di vicinato passati dal 42,5% al 45%, segno che gli italiani stanno riscoprendo il piacere di vivere il proprio quartiere e le vie del-



CRESCE LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI NEL PERIODO DI NATALE

Federmoda: “Clima ideale per gli acquisti”

Secondo le stime dell'Ufficio Studi gli acquisti di abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori, tessile casa e articoli sportivi si confermano ai primi posti nella classifica dei regali più desiderati. Dopo un novembre tra luci e ombre (-5,6% rispetto allo stesso mese del 2022) con il 52% dei negozi di moda che ha registrato un andamento positivo (30%) o stabile (22%) e il 48% un trend negativo, il settore moda punta tutto sul mese di dicembre.

Questi i dati di Federazione Moda Italia che sottolinea come a farne le spese siano stati soprattutto i negozi di prossimità che ancora oggi faticano ad uscire da una crisi dei consumi che si sta concentrando sull'abbigliamento, aggravata dagli effetti dell'inflazione sulle spese obbligate. I dati di Unioncamere e InfoCamere hanno inoltre evidenziato un calo di oltre 9mila negozi tra il 2019 e il 2023, con particolare impatto sulle ditte individuali e le aziende meno strutturate. A questo si aggiunge la

preoccupazione per la proposta di Regolamento UE sull'obbligo dei pagamenti a 30 giorni nei rapporti tra aziende fornitrici e operatori commerciali. Un progetto che Confcommercio, insieme a Federazione Moda Italia, sta contrastando per prevenire



conseguenze davvero gravi soprattutto per la filiera del moda. Anche per questo gli acquisti delle nuove collezioni saranno improntati su cautela e prudenza.

Per Federazione Moda Italia-Confcommercio: “A dicembre il cli-

ma è cambiato. C'è tanta voglia di mettersi alle spalle un anno difficile. Forse inizieranno a farsi sentire sulla fiducia dei consumatori gli effetti del taglio del cuneo fiscale e contributivo, gli incrementi delle tredicesime, la diminuzione dell'inflazione ed i minori costi dei beni energetici, oltre alla crescita dell'occupazione. Potrebbero, così, ripartire i consumi di dicembre e ridare energia ai negozi di prossimità alle prese con una stagione autunno/inverno non ancora decollata”. “Per sostenere la presenza di negozi nel nostro tessuto urbano – rimarca Federmoda Confcommercio – è importante che il Governo vada oltre al taglio del cuneo fiscale introducendo un'Iva agevolata sui prodotti di moda ed in particolare su quelli made in Italy, un bonus moda per l'acquisto di prodotti ecosostenibili ed un canone di locazione commerciale concordato tra locatori e conduttori per ridurre il peso degli affitti”.



RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

Consiglio comunale straordinario sullo stato del commercio

Un consiglio comunale straordinario sullo stato dell'arte sul piccolo commercio di prossimità in centro storico e nella città e su un piano di intervento eccezionale di rilancio che passi attraverso azioni concrete per favorire la fruibilità e l'accessibilità delle aree terziarizzate al dettaglio.

La richiesta è di Augusto Patrignani, presidente Confcommercio cesenate.

“La situazione critica del piccolo commercio con tante attività che hanno chiuso in centro storico e anche in altre parti della città deve occupare un posto priorità nell'agenda politica degli amministratori locali ed è fondamentale rilanciare il dibattito cittadino. La sorte del piccolo commercio è un problema non solo dei commercianti ma della città ed materia per un confronto istituzionale eccezionale attraverso la convocazione di un consiglio comunale straordinario, come già è avvenuto in passato a Cesena su temi di grande rilevanza collettiva, in cui possano prendere la parola oltre ai gruppi consiliari, anche le organizzazioni di categoria, i sindacati, le forze sociali, i presidenti dei consigli di quartiere dalla periferia al centro, i commercianti stessi fornendo sollecitazioni e proposte che possano dare il la a un intervento senza precedenti di sostegno al settore. Quello che Confcommercio ha in altre occasioni denominato una sorta di piano Marshall. Se muore il commercio muore la città ed è un impegno della buona politica salvaguardare una delle funzioni centrali della vita urbana, per evitare quella desertificazione tremenda che tutti abbiamo sperimentato durante il Covid”.

“Per queste ragioni Confcommercio - prosegue Patrignani - avanza la richiesta di un consiglio comunale straordinario auspicando che tutti i gruppi consiliari convengano che la materia è tale da dover essere trattata in una sede istituzionale così prestigiosa e indicativa dell'urgenza degli interventi richiesti. Il nostro auspicio è che i gruppi consiliari si facciano carico del buon fine della richiesta e che la tematica diventi centrale anche nella campagna elettorale e che le forze politiche presentino in maniera chiara e articolata il programma degli interventi da realizzare per il rilancio del piccolo commercio su cui a parole tutti, trasversalmente, concordano. Non c'è più tempo da perdere. Il rilancio del commercio al dettaglio deve unire tutti nella sua piena e tempestiva attuazione, ragionando anche sugli interventi correlati da realizzare sul piano della mobilità, della sosta, dell'arredo urbano. Da anni il dibattito si è svaporato e tutte le forze in campo hanno il dovere di fare il possibile per sostenere il bene inestimabile del commercio di prossimità”.




Sede principale: via Madonna del Fuoco, 260 CESENA (FC) - tel. 0547 646136

Ci prendiamo cura di tutto ciò che ami

• CASA • AZIENDA • PATRIMONIO

• PERSONE CARE • PASSIONI • AFFETTI A 4 ZAMPE

UN CONSULENTE SARÀ A VOSTRA DISPOSIZIONE PER SPIEGARVI NEL DETTAGLIO

 L'investimento assicurativo: cosa e perché è importante
 La previdenza complementare: come funziona la pensione integrativa



Rivolgetevi alle sedi di Confcommercio cesenate
e.mail: convenzioni@ascom-cesena.it

L'ANALISI DI CONFCOMMERCIO CESENATICO

Crisi del commercio, bisogna ampliare la clientela

La concorrenza della grande distribuzione, l'escalation degli acquisti online e nelle catene di vendita è innegabile che mettano in difficoltà il piccolo commercio, ma secondo Confcommercio di Cesenatico occorre cambiare anche il tipo di clientela, oggi perlopiù autoctona, cioè di persone del posto, puntando maggiormente sui turisti e su chi proviene da fuori con maggiori capacità di spesa.

“Stiamo perdendo i servizi nelle piccole comunità e abbiamo i centri commerciali pieni, si tratta di un paradosso sociale - afferma il presidente Confcommercio cesenate Giancarlo Andrini -. Anche Cesenatico conta supermercati sovradimensionati mentre il centro storico si è spopolato di botteghe. La politica a parole dice che le piccole attività hanno un valore insostituibile ed ha l'urgente necessità di proteggere ciò che resiste alla aggressione del commercio online”. “I rimedi sono complessi - osserva il responsabile di Confcommercio Cesenatico Roberto Fantini -. La riduzione dell'Imu e gli affitti a canoni calmierati e concordati sono importanti, ma



non incidono più di tanto, mentre invece sono indispensabili interventi su scala nazionale quali gli incentivi per le attività in difficoltà e il credito d'imposta sugli affitti. Un'indagine di marketing turistico condotta da Dmo, che ha interpellato gli imprenditori locali, mette in luce che va ampliata la gamma della clientela: non basta quella del posto, ma servono turisti con propensione e capacità di spesa.

“Un altro nodo da sciogliere per la redditività dei negozi - prosegue il presidente Andrini - riguarda le offerte di ogni genere con i prezzi ribassati tutto l'anno, un fattore che finisce per frenare e irritare i clienti, disorientati su come comperare e a quel prezzo, nonché vittima di una spiacevole sensazione di carente trasparenza. Pertanto serve far ordine anche nelle vendite scontate perché tra eventi promozionali, black friday che dura settimane, vendite sottocosto, anche i saldi di fine stagione dei negozi perdono attrattivi unicità”.

Nella foto il presidente Giancarlo Andrini e il responsabile Roberto Fantini.

NATALE DI TURISMO

Cesenatico, quaranta alberghi aperti



Cesenatico bella, irresistibile d'inverno. Quaranta hotel aperti in città, luminarie di alto effetto scenico, presepe della Marineria attrattiva nazionale, presepe in piazza delle Conserve, vetrine scintillanti, commercianti e pubblici esercizi del centro storico e di tutta la città in campo, splendido scenario natalizio anche in piazza Costa. Cesenatico regina della riviera per attrattività. Confcommercio è orgogliosa dell'apporto degli imprenditori che rendono la nostra perla rivierasca fulcro di visitatori anche a Natale.

Giancarlo Andrini

A GAMBETTOLA, PLAUSO DI CONFCOMMERCIO

Videosorveglianza delle targhe al via

di FRANCESCO TOMASINI

Il Comune di Gambettola avvia il sistema di videosorveglianza con tecnologia Targa System, riguardante l'installazione di telecamere con lettura targhe, che saranno posizionate lungo le strade di accesso alla cittadina. Il progetto di videosorveglianza di ultima generazione andrà ad implementare la rete cittadina di telecamere già in uso, con un sistema, cd targa system, che consentirà alle forze dell'ordine di accedere tempestivamente alle immagini ed avere i dati di tutti i veicoli in transito sul territorio comunale. La sala di controllo e gestione globale del sistema avrà sede presso la Polizia



Locale di Gambettola in via Garibaldi, dove saranno installati software di lettura targhe e le apparecchiature di registrazione e archiviazione delle immagini sottoposte a criteri di sicurezza e integrità dei dati. Il progetto per la realizzazione del nuovo impianto ha un costo di 85mila euro. Confcommercio di Gambettola plaude alla realizzazione del sistema di videosorveglianza che supporta le forze di Polizia nell'attività di prevenzione e contrasto delle illegalità, per la repressione dei crimini, migliorando la percezione di sicurezza avvertita dai cittadini e dalle imprese. Nella foto il presidente Confcommercio Francesco Tomasini, il responsabile Paolo Vangelista e la sindaca Letizia Bisacchi.

PROVVEDIMENTO NATALIZIO DEL COMUNE, CONFCOMMERCIO SODDISFATTA

Sosta gratuita a Bagno di Romagna le prime due ore

Confcommercio di Bagno dei Romagna e Confcommercio cesenate esprimono il plauso per la decisione del sindaco Marco Baccini (nella foto) di introdurre la gratuità dei parcheggi per le prime due ore di sosta con disco orario per favorire lo shopping natalizio a beneficio dei cittadini clienti che si recano in centro storico e dei commercianti di prossimità. La modifica riguarda tutti i parcheggi della città e sarà in vigore sino al 7 gennaio. Il sindaco ha messo in luce che si tratta di un incentivo al tessuto socio-economico della nostra comunità, sensibilizzando gli utenti a fare uso rispettoso delle



regole. Confcommercio cesenate aveva chiesto alle amministrazioni, a partire da quella di Cesena, un segnale in tal senso con la gratuità del parcheggio almeno per un'ora e rimarca che come il comune di Bagno di Romagna ha risposto positivamente (già da anni il comune di Cesenatico attua la gratuità della prima ora di sosta nel mese di dicembre) dimostra che i margini di intervento ci sono, se c'è la volontà politica. Il problema è proprio questo: la volontà politica troppo scarsa, a macchia di leopardo. Giuseppe Crociani, presidente Confcommercio Bagno di Romagna



NEGOZI ILLUMINATI E ADDOBBI NEI 15 COMUNI DEL CESENATE

Il regalo di Natale dei commercianti: città più vive e più belle

In tutti i 15 comuni del Cesenate dall'8 dicembre si è avviato l'avvicinamento al Natale con centri storici, negozi, pubblici esercizi illuminati, con luminarie, Alberi di Natale e vetrine sfavillanti che rendono onore alla bellezza del territorio. Per commercianti, baristi e ristoratori la maratona di aperture prosegue sino all'Epifania, con mercati straordinari degli ambulanti che stanno raccogliendo grande favore da parte dei visitatori. Fare i doni nei negozi di prossimità ha un calore e una socialità impagabili rispetto a qualsiasi altra forma di acquisto e in queste settimane, le più calde dell'anno, i volti dei nostri Comuni si irradiano di luci, suoni e vivacità elevando il livello della qualità della vita delle persone. Dall'Alto Savio alla riviera cesenate, lo spettacolo è veramente di alto

livello, con un pullulare di iniziative, rassegne, intrattenimenti, Natività, spettacoli e concerti che rappresentano un'offerta molteplice e allettante.

In qualità di presidenti di Confcommercio cesenate dei 15 comuni del comprensorio volevamo ringraziare i nostri commercianti di prossimità, i ristoratori, i baristi, i commercianti su aree pubbliche per il loro contributo irrinunciabile e insostituibile che rende più belle e vive le nostre città. Questo è il loro regalo di Natale, il più bello per la collettività. Abbiamo scelto per tutti un'immagine accomunante, il meraviglioso presepe della marineria di Cesenatico, simbolo del Natale romagnolo.

I presidenti Confcommercio dei comuni cesenati

TARGA DI CONFCOMMERCIO DI GAMBETTOLA A GIULIANO CASADEI

Premiata la ferramenta che chiude dopo 50 anni di attività

Dopo mezzo secolo di apprezzata attività che ne hanno fatto una bandiera di Gambettola il 31 dicembre chiude in via del Lavoro la ferramenta Casadei, che il 1° gennaio 1974 Giuliano Casadei aveva avviato proseguendo l'opera di Giovanni Fantini detto Pizarein, titolare di una ferramenta in corso va Mazzini. Giuliano Casadei è stato premiato dal presidente di Confcommercio Francesco Tomasini e dal responsabile del Rubicone Paolo Vangelista con la consegna di una targa al valore imprenditoriale alla presenza della sindaca Letizia Bisacchi (nella foto). “Con stima e gratitudine per avere contribuito in questi 50 anni di attività allo sviluppo del commercio nel nostro territorio e onorati di essere stati al vostro fianco”. Questo il testo della targa. La sindaca Letizia Bisacchi gli ha



tributato il dovuto omaggio: “Casadei ha fatto la storia del nostro paese e tutti gli siamo grati, la speranza è che al posto della sua ferramenta apra un'altra attività”. “Per Confcommercio è un onore che un imprenditore del calibro di Casadei - ha dal canto suo messo in luce il presidente Confcommercio Tomasini - abbia scelto la nostra associazione per ricevere consulenze, servizi e accompagnamento”. Commossa la testimonianza del protagonista: “Ringrazio Confcommercio per questa attestazione e i miei clienti per lo splendido rapporto costruito in questi intensi 50 anni di lavoro. Ora è giunto il momento di godermi il riposo e la pensione con mia moglie Laura, con i miei figli Elisa, Ivan e Silvia e le mie nipoti Denise, Nicole e Aurora”.

BORGO INVASO DALLE NATIVITÀ

Longiano dei presepi, la bellezza di Natale



Longiano dei Presepi è in corso con la 33esima edizione dall'8 dicembre dedicata agli 800 anni dal primo Presepe di San Francesco d'Assisi. Si possono ammirare i presepi collocati in piazze, strade, giardini e scorci centro storico medievale. Tra le novità di quest'anno vi sono le passeggiate - spettacolo dedicate all'essenza del Natale tra i presepi di Longiano per poter godere della bellezza di un percorso per le vie, le piazze e gli spazi abitati e non del paese alla ricerca dell'Innocenza. Dal sagrato del Santuario di Longiano due attori, vestendo di volta in volta vari personaggi, guidano i visitatori in una passeggiata alla scoperta di

Innocenza. L'iniziativa prosegue, il 24, 25, 31 dicembre e il 7 gennaio alle 16 e alle 17.30, il 26 dicembre alle 17.30 e il 1° gennaio alle 16. Il percorso della Longiano dei Presepi prevede 27 punti presepe per un totale di circa 80 presepi esposti di cui solo 50 nel piano sotterraneo della sala Ilario Fioravanti. Fino al 14 gennaio, ultimo giorno della rassegna, sarà attivo un punto vendita di prodotti tipici locali e gastronomici. “Longiano dei presepi è un fiore all'occhiello del borgo - mette in luce il presidente Confcommercio Luciano Anselmi (nella foto) - dal quale ricevono benefici i pubblici esercizi e le attività commerciali e anche in questa edizione sta accogliendo numerosi visitatori. I nostri operatori commerciali danno il loro prezioso contributo”.



Al fianco di chi lavora.

AltuoFianco srl è una società di consulenza ed innovazione in grado di rendere il mercato un luogo aperto, sicuro ed interconnesso.

Tutte le soluzioni di AltuoFianco sono volte ad un unico obiettivo: **essere al fianco di imprese e professionisti per la loro crescita ed evoluzione.**

Pensiamo e sviluppiamo la crescita aziendale in ogni suo aspetto.

AltuoFianco è composto da un team di specialisti competenti e formati, ognuno in grado di aiutare le imprese nelle proprie aree di competenza.

Servizi convenzionati per associati Ascom Cesena



TELEFONIA
FISSA E MOBILE

I MIGLIORI PIANI E PERFORMANCE PER COMUNICARE AL LAVORO, CON ASSISTENZA TOP CARE A TUTTA GIORNATA.



CONNETTIVITÀ

IMPLEMENTA IL LAVORO AGILE NELLA TUA AZIENDA, PER LAVORARE AL TOP ANCHE QUANDO NON SEI FISICAMENTE IN UFFICIO.



CYBERSECURITY

PREVIDI LE TECNOLOGIE IN AZIENDA, DIFFENDI DAI RISCHI AGGIUNTI DI VIRUS E HACKER, PROTEGGENDO I TUI DATI.



DATA
CENTER

IL TUO BRANCO TI SCOPRE DOVE LE INFORMAZIONI NECESSARIE PER IL BUSINESS AZIENDALE SONO CONSERVATE AL SICURO.



BACKUP
IN CLOUD

ARCHIVA IN SICUREZZA COPIE DEI TUI DATI AZIENDALI ED EVITA DI PERDERLI O DANNEGGIARLI.



NOLEGGIO
OPERATIVO

I MIGLIORI MODELLI DI SMARTPHONE, TABLET, PC E STAMPANTI, CON ASSISTENZA E ASSICURAZIONI INCLUSE.

collaboriamo già con

Ascom Ferrara
Ascom Faenza
Ascom Como
Ascom Lugo
Ascom Cervia
Ascom Bassano del Grappa
Ascom Castelfranco Veneto
Ascom Pesaro e Urbino



Per info e contatti

Paolo Sano

Sales Specialist Manager
Responsabile Convenzioni Associazioni

Mobile: 380 14 62 363

www.altuofianco.it

seguici su LinkedIn

Inoltre proponiamo per aziende

RELAX AND MIND

DUE GIORNI DI TEAM BUILDING

CONDOTTA DA ATTIVITÀ ESPERIENZIALI

PER FAR CRESCERE IL LEGAME CON I PROPRIOI COLLABORATORI

LA CONVIVIALE AZIENDALE DI FINE ANNO DI GROOVE A ICOOK

“Anno di crescita digitale per le imprese di Confcommercio”



Cena conviviale aziendale per Groove, il 15 dicembre presso Icook nel corso della quale è stata fatta formazione interna per i quadri di Groove ed è stato stilato un bilancio sull'attività del 2023 soffermandosi anche sugli obiettivi per il 2024.

“Il 2023 - rimarkano Andrea Giorgi e Enrico Marchesini di Groove - è stato l'anno del consolidamento dell'infrastruttura aziendale, dello sviluppo di nuovi servizi sulla cyber security e quindi di prodotti legati ai “data protection”. Su questo aspetto il 2024 sarà un anno che ci vedrà ulteriormente impegnati a spiegare alle aziende come il pericolo di attacchi informatici e la perdita di fatturato dovuto a questi attacchi è purtroppo un trend in continua crescita e che questo li deve portare a pro-

teggerci di più. La nostra tecnologia è in grado di supportarli in ambito di sicurezza informatica e di protezione dei dati; vogliamo aiutarli a fare questo passo culturale che in Italia ancora non è stato afferrato da tutti, ma sta diventando sempre più rilevante.

“La transizione digitale - mettono in luce il direttore e vicedirettore Confcommercio Giorgio Piastra e Alberto Pesci - è una straordinaria opportunità di crescita per le imprese di commercio, turismo, terziario e servizi. Confcommercio cesenate ha creato Groove, il nuovo ambiente digitale per accompagnare le imprese verso l'innovazione digitale e contribuire così alla loro crescita con l'ottimizzazione dei costi e il massimo supporto dal riorganizzazione dei sistemi di connettività.

Groove opera a fianco di Ri-Genera Impresa nella ricerca di soluzioni che possano rientrare nel piano Industria 4.0. Sempre più, e anche il nuovo Ambiente Groove lo dimostra, l'articolata macchina organizzativa del gruppo Confcommercio si sta trasformando ed evolvendo da fornitore di servizi a partner tecnologico di impresa, una sfida da affrontare e vincere per stare al passo con tempi in cui la competitività è sempre più marcata nel mercato e un corpo intermedio all'avanguardia deve fornire ogni giorno percorsi e soluzioni efficaci e vincenti alle imprese associate”.

Nella foto due momenti della conviviale di Groove.


SUCCESSO DELLA SECONDA EDIZIONE DELL'EVENTO A BAGNO DI ROMAGNA E NEL CESENATE

Truffle Week col botto, la carica dei seicento

La seconda edizione di Truffle Week, svoltasi a Bagno di Romagna con penetrazione in tutto il territorio cesenate dal 7 al 17 dicembre, ha fatto centro. Promossa dal consorzio Natura & Natura presieduto da Giuseppe Crociani, dall'Accademia del tartufo e dallo chef Paolo Teverini, con una serie di partner fra cui Confcommercio cesenate, la rassegna ha visto dieci giorni di svolgimento, 35 eventi, oltre 600 persone coinvolte, un importante convegno, una prestigiosa tavola rotonda, 42 etichette di vini degustate, 39 aziende vitivinicole coinvolte, 18 imprese di tutta la Valle del Savio protagoniste, tre associazioni di categoria coinvolte in campo.

“Truffle Week 2023 - mette in luce il presidente di Natura & Natura Crociani - aveva come scopo principale quello di consolidare un percorso coinvolgendo diversi stakeholders. La manifestazione si è contraddistinta per una serie di appuntamenti di carattere nazionale che hanno nobilitato l'evento. Oltre alla presenza paterna e autorevole dello chef Paolo Teverini, tra gli avvenimenti di maggior spicco sfilano il convegno promosso dall'Accademia Nazionale del Tartufo, la Masterclass guidata da uno dei più grandi affinatori di formaggi del bel Paese, Andrea de Magi, la Masterclass guidata dal presidente regionale Ais delle Marche Stefano Isidori, la Masterclass guidata dal presidente nazionale dell'Accademia del tartufo Stefano Sandrucci oltre alla presenza della seconda migliore sommelier



della Toscana 2022, Benedetta Costanzo. Al Charity dinner tenutosi al teatro Verdi l'11 dicembre nell'ambito della manifestazione è stato assegnato all'allenatore di calcio Arrigo Sacchi il premio Lagotto d'oro per il fiuto nella sua straordinaria opera nel mondo del calcio al tempo del grande Milan e della Nazionale

“Truffle Week - prosegue Crociani - oltre a promuovere i prodotti del territorio della Valle del Savio si prefigge dalla sua nascita l'obiettivo di incrementare i flussi turistici e le presenze di giornata contribuendo allo sviluppo del territorio. Per questo possiamo quantificare in circa cento le persone che hanno soggiornato almeno una notte nel periodo di svolgimento della rassegna. Tanto è il lavoro da fare per il futuro nell'ottica di un'ulteriore qualificazione dell'evento. La scelta di portare Truffle Week fuori dai confini del comune di Bagno di Romagna si è dimostrata vincente. Il nome di Bagno di Romagna e della Valle del Savio più in generale ha oltrepassato i confini regionali contribuendo a far conoscere in Italia e nel mondo un territorio fantastico. In questo senso si è reso molto evidente, sulle orme del Truffle Trip, che bisogna andare oltre gli schemi tradizionali di promocommercializzazione”.

Nella foto Giuseppe Crociani con il Lagotto d'oro al Charity dinner di lunedì 11 dicembre al teatro Verdi, nell'ambito di Truffle Week, premio assegnato all'allenatore Arrigo Sacchi.

FIVA, BILANCIO POSITIVO DELL'ANNO CHE SI CHIUDE

Ambulanti al lavoro per elevare sempre più la qualità Mercati di Natale, domenica 24 si chiude il tritico



Mercati straordinari di Natale, partenza sotto i migliori auspici le domeniche 10 e 17 dicembre con ottimi afflussi di visitatori. Il tritico si conclude domenica 24 dicembre e in uno dei più bei mercati della Romagna sarà possibile trovare oltre ai tradizionali addobbi e ai dolciumi, tante idee regalo. Il 7 gennaio sigillerà le feste natalizie la tradizionale Fiera del saldo.

“Ancora una volta - affermano il presidente Fiva Confcommercio Alverio Andreoli e il vicepresidente Massimo Saggiati (nella foto con l'assessore Luca Ferrini) - gli operatori ambulanti si stanno mettendo al servizio dell'intera città rendendo sempre più attrattivo un mercato bellissimo e molto apprezzato come quello di Cesena abbellito con la magica atmosfera del Natale confermando che si tratta di un pilastro del centro storico. Per tutti loro e anche per Fiva è stato un anno di grande lavoro e di crescita della categoria e i nostri obiettivi comuni per l'anno che arriva sono di elevare ancora di più la qualità dei servizi mercatali”.

TITOLARI I GIOVANI FILIPPO CASALI E DENIS GREPPI

Ha aperto il bar Fenix in piazza Mattarella

Filippo Casali, 27 anni, reduce da un'esperienza imprenditoriale importante ha scelto di cambiare settore di attività mantenendosi imprenditore dopo aver ceduto l'azienda Green Project che aveva fondato giovanissimo e insieme a Denis Greppi. 19 anni, ha acquisito il bar Fenix in piazza Piersanti Mattarella, vicino a viale Bovio sotto il porticato, nei pressi della scuola superiori, della Facoltà di Psicologia e con il passaggio assicurato anche in direzione e provenienza stazione.

“Il nostro progetto già operativo dal giorno dell'inaugurazione, il 27 ottobre - affermano i titolari - è quello di arricchire l'offerta del pubblico esercizio che abbiamo rilevato ampliando orari, attività, puntando sugli eventi per calamitare i giovani ma anche i clienti di passaggio in una zona così battuta e frequentata, in particolare ma non solo dai docenti. Ecco allora che



abbiamo mantenuto le colazioni con la preparazione dei brunch all'americana, la ristorazione leggera della pausa pranzo, gli aperitivi e l'apertura dal lunedì al giovedì sino l'ora di cena, mentre al venerdì e al sabato anche con eventi particolari il locale resta aperto sino a mezzanotte. Domenica chiusura. Siamo molto soddisfatti dei primi due mesi di operatività, stiamo fidelizzando la clientela anche grazie al valore aggiunto del locale che è il clima di ospitalità e di piacevolezza del luogo che si unisce alla qualità del servizio. Dobbiamo ringraziare Confcommercio che ci è stata accanto con servizi molto apprezzati per favorire le pratiche dell'apertura, permettendoci di partire già con la marcia giusta”.

Nella foto Filippo Casali e Denis Greppi, soci titolari del bar Fenix.

FIPE CONFIMPERIE CESENATE

Dehors, bene la proroga a fine 2024 ma serve una riforma strutturale



Fipe Confcommercio, la Federazione italiana Pubblici Esercizi del territorio del territorio cesenate esprime soddisfazione per l'approvazione definitiva della norma contenuta nella Legge sulla Concorrenza che stabilisce la proroga fino al 31 dicembre 2024 del regime di semplificazione su dehors e tavolini all'aperto.

“Una disposizione, questa - afferma il presidente Fipe cesenate Angelo Malossi (nella foto) - che permetterà ai titolari di pubblici esercizi di non richiedere l'autorizzazione paesaggistica e culturale per gli spazi esterni funzionali all'attività di somministrazione di alimenti e bevande. La norma

ministrazioni comunali: sono presidi di sicurezza, rendono i centri urbani più attrattivi, migliorano la fruizione della città, consentono di sperimentare nuove modalità di socializzazione e, da ultimo, rappresentano un'importante voce nel bilancio dei comuni.

“Come Fipe cesenate confermiamo la nostra disponibilità a un confronto chiaro e costruttivo con le istituzioni - prosegue il presidente Malossi -. Proprio su questo punto forniremo il nostro contributo sul disegno

di legge che reca una delega al Governo per il riordino della cornice normativa in materia, che tenga conto, da un lato, delle esigenze di carattere economico e

di programmazione degli investimenti delle categorie imprenditoriali e, dall'altro, della salvaguardia della sicurezza, dell'ordine pubblico, dell'accessibilità e del decoro urbano. Secondo Fipe è veramente arrivato il momento di prendere atto dell'importanza di queste strutture per le nostre città e di evitare atteggiamenti, come avviene in molte amministrazioni comunali italiane, che disincentivano le richieste e le concessioni di suolo pubblico”.





PRESENTI NEL TUO FUTURO.

Contributi per l'abbattimento del costo dei finanziamenti per liquidità alle imprese del turismo in Emilia Romagna (L.R. 40/2002 + DGR 702/2020)

I fondi stanziati dalla Regione Emilia Romagna ci consentono di erogare alle imprese beneficiarie della nostra garanzia contributi per l'abbattimento dei costi e degli interessi passivi dei finanziamenti per liquidità

Di quali condizioni puoi beneficiare?

Il contributo	I finanziamenti	La garanzia Finpromoter
Il contributo è pari al rimborso totale o parziale del TAEG fino ad un massimo del 4,5% - 5,5%*, con un limite massimo pari complessivamente a 25.000,00 euro	Sono ammissibili i mutui chirografari finalizzati a reintegro scorte / circolante di durata massima 72 mesi**. Il finanziamento è agevolato per un importo massimo pari al doppio della spesa salariale annua o al 25% del fatturato	Finpromoter eroga garanzia pari almeno all'80% del finanziamento e assiste l'impresa in tutti gli adempimenti per l'accesso alla controgaranzia del Fondo di Garanzia per le PMI

* Il limite del 5,5% si applica alle pratiche senza controgaranzia del Fondo di garanzia per le PMI. Per le pratiche con controgaranzia si applica il limite del 4,5%. ** Compromessi di massimo 24 mesi di preammortamento.

Chi può beneficiarne?

Piccole e medie-imprese operanti nel settore turistico (alberghi, stabilimenti balneari e ristoranti nei centri storici) con sede legale e/o operativa in Emilia Romagna

Info @

Sede di Cesena - Via Giordano Bruno 118

+ 39 334 7903623 Monica Pedulli
+ 39 345 3813667 Giovanni Tassinari

Finpromoter è un marchio registrato della Regione Emilia Romagna. Per le condizioni di finanziamento e per le modalità di accesso al contributo, visitate il sito www.finpromoter.it