

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

IL VESCOVO E LA DIOCESI GRANDE RISORSA DEL TERRITORIO



Il vescovo Douglas Regattieri con i vertici di Confcommercio cesenate in occasione della messa natalizia nei locali dell'associazione

IL COMMENTO

La città dei papi non può averlo part-time

di AUGUSTO PATRIGNANI

Confcommercio c'è, nel territorio e per il territorio. Non è uno slogan, ma il nostro agire quotidiano. Il territorio non è luogo puramente fisico, ma una comunità operante e va fatto di tutto per non depauperarlo in servizi, risorse e identità. Per questo Confcommercio cesenate - che ha sempre difeso strenuamente il nostro territorio comunitario stigmatizzando perdite e sottrazioni dolorose che avrebbero dovuto essere evitate nel passato ed evitiamo di ripercorrere

- ha sostenuto che va inviato un segnale laico di tutto il sistema territoriale per auspicare che la diocesi di Cesena-Sarsina mantenga un proprio vescovo, quando verrà sostituito monsignor Douglas Regattieri che in ottobre compirà 75 anni e rassegnerà le dimissioni come prevede il diritto canonico.

Spetterà al pontefice nominare il successore e tra le ipotesi accreditate c'è che possa essere il vescovo di Forlì-Bertinoro a prendere in capo anche la nostra diocesi con l'accorpamento delle diocesi stesse.

A scanso di equivoci: figuriamoci se nel nostro piccolo abbiamo l'ardire di dare un suggerimento a papa Francesco! No, non è questo il punto, la scelta del pontefice è insindacabile e appartiene alla sfera religiosa, distinta da quella temporale alla quale non spettano invadenze.

Precisato questo, dal versante laico a cui apparteniamo non es-

sendo Confcommercio una congregazione religiosa, versante peraltro il nostro che riconosce nel cattolicesimo per i credenti un punto di riferimento e per tutti un tratto distintivo della nostra storia secolare e un magistero autorevole per la dottrina sociale. Secondo Confcommercio è un segnale importante rimarcare che Cesena e la diocesi Cesena-Sarsina hanno il desiderio molto forte e non sottaciuto di continuare ad avere un suo vescovo a tempo pieno.

Com'è possibile che Cesena, la città dei tre papi (in realtà due, Pio VI e Pio VII, più il vescovado di un futuro papa) resti senza un vescovo per sé, con l'accorpamento delle diocesi? Questa la domanda.

L'occasione è dunque propizia non per fare un intervento campanilistico, che non avrebbe senso, ma per rimarcare l'alta considerazione che anche il mondo laico nutre nei confronti della

chiesa diocesana, caposaldo dell'educazione dei nostri figli e della vicinanza alle persone sole, anziane, malate. L'accorpamento delle due diocesi, peraltro popolate come ha sottolineato lo stesso vescovo monsignor Regattieri (e ciò dovrebbe fungere da deterrente all'accorpamento), costituirebbe un'altra perdita identitaria: una perdita molto dolorosa, quella di un vescovo per la diocesi di Cesena-Sarsina.

Ovviamente Confcommercio non chiama a una crociata, ci mancherebbe. Semplicemente a un segnale di interessamento anche del mondo laico, nelle sue molteplici istituzioni, lanciando una voce che testimoni quanto ci stia a cuore la presenza del vescovo a tempo pieno in città e nel territorio diocesano. Con il suo vescovo il territorio è più forte, coperto, custodito. E visto che siamo in tema, Buona Pasqua a tutti!

PRESENTATA LA CAMPAGNA PROMOZIONALE, FIVA PROTAGONISTA

Manifesti, bandierine e totem, il mercato ambulante si fa bello

Il mercato ambulante di Cesena, che al sabato calamita sino a tremila visitatori e nelle iniziative delle aperture straordinarie sino a cinquemila, punta sulla promozione del brand e sul miglioramento del decoro e dell'estetica. È stata presentata in Municipio a Cesena la nuova campagna di marketing che poggia sul brand 'Dove si incontra la città', un intervento che ancora una volta vede procedere congiunti amministrazione comunale, Fiva Confcommercio, rappresentata alla presentazione del progetto dal presidente Alverio Andreoli e dal vicepresidente Massimo Sagginati, l'altra associazione di categoria e la Camera di Commercio Romagna.

Il mercato bisettimanale che si snoda nel centro storico cittadino attraverso piazza del Popolo, il rinnovato viale Mazzoni, le vie Pio Battistini, Fratelli Rosselli e IX Feb-



braio, nel nuovo assetto allargato post pandemia, rappresenta una delle più importanti realtà a livello provinciale e regionali: attualmente i posteggi sono oltre 213 e la parte del leone la fa l'abbigliamento con posteggi pari a quasi il 50 per cento del totale, seguito da tessuti e calzature. Massimo Sagginati, vice presidente di Fiva Confcommercio, con orgoglio rivendica il ruolo di traino esercitato dai commercianti su aree pubbliche. - "Siamo la locomotiva anche del commercio fisso - afferma - e in questi anni siamo stati protagonisti del rilancio del

mercato con il nuovo assetto più arioso dopo il Covid e, come rileva giustamente l'assessore Ferrini con cui la collaborazione procede dando buon frutto, Cesena è stata la prima città in Regione a riaprire il mercato ambulante dopo la pandemia. Non tutto è rose e fiori, certamente, e tra le difficoltà del nostro settore spicca purtroppo il difficile ricambio generazionale e la carenza di appetibilità di questo mestiere, che senz'altro è faticoso con la sveglia la mattina presto e il dover operare all'aria aperta con il bello e cattivo tem-

po, senza dimenticare le tasse opprimenti che erodono il 70% del guadagno..

La campagna promozionale promossa da Comune e associazioni si articola in due fasi: si è già partiti con l'affissione dei manifesti che puntano sul nuovo brand e Mercato Cesena, a cui seguirà la seconda fase con l'approntamento di gagliardetti bordeaux con la scritta Mercato Cesena che verranno affissi nei banchi dando visibilità e coerenza al progetto comunicativo e in totem dello stesso colore e con il medesimo slogan posti agli ingressi del mercato.



"In questi anni è stato fatto un lavoro molto importante per rilanciare il mercato ambulante - mette in luce il presidente cesenate e regionale Fiva Alverio Andreoli - e come Fiva abbiamo puntato innanzitutto sulla messa in sicurezza del lavoro dei commercianti su area pubblica e in tal senso è doveroso rimarcare che la direttiva Bolkenstein per quanto concerne il mercato di Cesena è stata pienamente applicata e le concessioni sono state fatte grazie anche all'impegno delle organizzazioni di categoria".

Nelle foto il mercato ambulante e la presentazione del progetto della campagna promozionale sul nuovo brand con Massimo Sagginati vicepresidente Fiva, insieme al sindaco Enzo Lattuca, all'assessore Luca Ferrini e altri partecipanti.

Torna la Fiera delle Regioni d'Europa

Torna in centro storico, dopo la apprezzata edizione del 2023, la Fiera delle Regioni d'Europa, che ha rinverdito i fasti del precedente mercato Europeo con Fiva Confcommercio cesenate tra i promotori. Si terrà dal 5 al 7 aprile, nel week-end successivo alla Pasqua in piazza della Libertà, piazza Giovanni Paolo II, piazza Almerici a corso Mazzini dalle 9 a mezzanotte dei tre giorni.

Regioni d'Europa è la maxi mostra mercato dedicata al cibo e all'artigianato. Una tre giorni in cui sarà possibile gustare i migliori cibi italiani e non, scoprendo da vicino anche l'artigianato più ricercato. Durante l'evento saranno circa 80 le botteghe distribuite tra Piazza Libertà, Piazza Giovanni Paolo II, Piazza Almerici, Corso Mazzini, pronte a far scoprire ai visitatori i prodotti del territorio italiano ed europeo. Dall'Italia alla Francia, dal Belgio alla Spagna e poi ancora, Germania,

Inghilterra, Irlanda, Lussemburgo, questi sono gli stand protagonisti di Regioni d'Europa.



Le bancarelle presenti alla manifestazione proporranno tante novità di abbigliamento, arredamento per la casa e artigianato. Si potranno degustare specialità europee sia dolci che salate e lasciarsi conquistare dalla golosissima pasticceria francese, o dai churros spagnoli, o ancora dai brazel tedeschi e dalle diverse tipologie di birre disponibili. Regioni d'Europa è un progetto realizzato da un pool di promotori tra cui, Unione Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza in collaborazione con Fiva Confcommercio.

"L'evento - dichiara il presidente Fiva regionale e cesenate Alverio Andreoli (nella foto) - arricchisce l'offerta di iniziative con la nostra categoria protagonista in una dimensione internazionale molto gradita al pubblico".



HA APERTO IN PIENO CENTRO STORICO A CESENA

Bosco 51, ristorante pizzeria con oltre cento posti

Oltre cento posti per la ristorazione messi a disposizione in pieno centro storico, in un ampio locale adiacente alla Biblioteca Malatestiana, dal ristorante pizzeria "Bosco 51" in vicolo Carbonari 2, spazio storico cittadino accanto alla chiesa di Boccaquattro, che ha mutato funzione nei decenni: fu officina, quindi palestra e successivamente spazi dell'Università ed ora diventa ristorante di livello. All'inaugurazione erano presenti, il sindaco Enzo Lattuca con l'assessora alla Sostenibilità ambientale Francesca Lucchi, la direzione di Confcommercio cesenate, a cui il nuovo locale è associato, con il presidente Augusto Patrignani, e il parroco della cattedrale don Giordano Amati, che ha benedetto l'attività.

"Abbiamo scelto di chiamarlo Bosco 51 - ha affermato il titolare gambettolense Domenico Cavone che gestisce l'attività con la moglie Isabella Bandi - per creare continuità con bistrot, il "Garage 51" che ho gestito in via Gramsci a Gambettola e che ho ceduto scegliendo di investire a Cesena, nel suo bellissimo centro storico. Bosco lo è di nome in riferimento appunto a Gambettola ma anche di fatto, perché

il verde e gli elementi decorativi naturali sono predominanti. I miei genitori erano panificatori e siamo cinque fratelli pizzaioli, tutti figli d'arte. Il pezzo forte di Bosco 51, con il pane fatto a mano, sono le pizze, classiche o con cornicione, caratterizzata da impasti a lunga lievitazione e farine di qualità, ma di pari passo attrattivo e di qualità è anche il menù di cucina moderna, con pesce, primi piatti e carne".

"L'investimento del titolare nostro associato è importante - mette in luce il presidente Confcommercio cesenate Patrignani - e imprese come queste che qualificano il centro storico offrendo anche possibilità di ristorazione per i gruppi che visitano la Malatestiana vanno coccolate e sostenute da tutti, anche dall'amministrazione comunale e occorre ragionare per valorizzare spazi anche all'esterno del locale durante i mesi estivi, armonizzandoli con le esigenze dei residenti". Il ristorante pizzeria è aperto tutti i giorni dalle 12,30 alle 14,30 e dalle 18,30 alle 23, in seguito chiusura al mercoledì. Per informazioni e prenotazioni: 0547 1928714 366 4322394. Nella foto il taglio del nastro di Bosco 51 in via Carbonari.

INDAGINE FEDERALBERGHI, RIVIERA ROMAGNOLA IN PISTA Pasqua, vacanze per 10 milioni di italiani

Saranno circa 10,5 milioni gli italiani in viaggio per le festività pasquali, circa un milione in meno rispetto allo scorso anno, secondo l'indagine realizzata da Tecnè per conto di Federalberghi. Il 92% resterà in Italia andando al mare, con la riviera romagnola meta ricercata e varie strutture alberghiere aperte (32,5%), nelle località d'arte (28,9%), in montagna (21,8%) e, a seguire, ai laghi (3,4%) e nelle località termali (2,5%). Fra coloro che invece si recheranno all'estero vincono le grandi capitali europee (74,4%), seguite dal viaggio in crociera (10,2%) e dalle località marine (6,3%).

LA SPESA MEDIA - La vacanza avrà una durata media di 3,6 notti, con la spesa media pro capite (comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti) di 371 euro. IL GIRO D'AFFARI - Sarà di 3,9 miliardi di euro, un risultato che avrebbe potuto essere ancora migliore se non fosse stato per l'aumento del costo della vita che sta caratterizzando questo periodo. Infatti, quasi la metà dei vacanzieri (44,1%) ha deciso di ridurre la spesa per questa vacanza per tale ragione. Gran parte della spesa sarà destinata ai pasti (29,9%) e all'alloggio (23%), il viaggio assorbe il 22,6% del budget, mentre allo shopping sarà destinato il 10,6%.

LA PRENOTAZIONE - La vacanza è stata prenotata a ridosso della data di partenza: il 73,7% lo ha fatto al massimo un mese prima.

I MOTIVI - La motivazione principale per la vacanza pasquale sarà "riposo e il relax" (57,8%), seguita dal divertimento (35,9%). Il 22,4% degli italiani approfitterà di questa occasio-



ne per raggiungere la propria famiglia. Altri motivi che orientano la scelta della vacanza sono gli interessi enogastronomici (13,3%) e per vedere un posto nuovo (12,6%).

LE ATTIVITÀ - Quelle principali consisteranno in passeggiate (70,9%), escursioni e gite (39,6%), partecipazione a eventi enogastronomici (31,9%) e eventi tradizionali (27,7%).

GLI SPOSTAMENTI - Il 68,5% dei vacanzieri utilizzerà la macchina contro il 21,9% che viaggerà in aereo e il 5,3% in treno.

I MOTIVI DI NON VACANZA - Tra chi non andrà in vacanza il 50,2% non lo farà per motivi economici, il 18,4% per motivi familiari e un altro 13,1% perché intende organizzare un viaggio in altro periodo.

"Sarà una Pasqua che consentirà a molte famiglie italiane di ritrovarsi e sarà vissuta all'insegna della sobrietà: il mare, le città d'arte, la montagna, i laghi e le terme del nostro

Paese sono le località favorite. Tra gli italiani c'è ancora tanta voglia di Italia e questo trend fa bene al nostro turismo. Trovandoci di fronte ad una Pasqua bassa in questo 2024 - commenta il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca - senza dubbio possiamo dire che la montagna conserva il suo appeal per gli appassionati di sci e di sport invernali. Una buona opportunità in questo inizio di primavera, prima che si aprano le porte al caldo dell'estate. Per noi le festività pasquali rappresentano una prova generale in previsione della stagione alta. Con tutte le cautele del caso, possiamo considerare questa discreta performance come un buon viatico per l'estate 2024".

INAUGURATI A SARSINA

Nuovi locali per La Taverna di Plauto

Nuovi locali per "La Taverna di Plauto", storico ristorante nel cuore della città plautina, inaugurati alla presenza del sindaco Enrico Cangini e del parroco Don Rudy Tonelli. "La Taverna di Plauto" intitolata al commediografo latino si è spostata in via Cesio Sabino 34, dove è avvenuta una significativa riqualificazione dei locali.

Il titolare è Claudio Averardi, imprenditore di livello che con la moglie Natalia gestisce dal 2010 il ristorante, punto di riferimento per sarsinati, visitatori e turisti. "Il nuovo ristorante conta su ambienti più estesi - afferma - con capienza



per cittadini e turisti, dal momento che i ristoranti e pubblici esercizi sono il primo biglietto da vista di una città.. Nella foto l'inaugurazione.

di oltre 100 coperti su due livelli ed un'area esterna che affaccia sulla cattedrale di Sarsina". Il sindaco Enrico Cangini e il presidente di Confcommercio Sarsina Romano Rossi hanno rivolto al titolare i ringraziamenti per il suo investimento a favore della comunità contribuendo a rendere il centro storico di Sarsina più accogliente ed attrattivo

ALLESTITO DA CONFCOMMERCIO E IL VICOLO IN VIA ZEFFIRINO RE NEI LOCALI DELL'EX CAPPELLERIA CANDOLI

Arte e commercio a braccetto nel punto d'ascolto

Mostra di opere di Fioravanti che lo arredò e presidio della nostra associazione

Arte, cultura e commercio a braccetto, così come deve essere virtuosamente per le due funzioni storiche del centro storico cittadino dove venerdì sabato 22 marzo è stato inaugurato nei locali dell'ex storica cappelleria Candoli, in via Zeffirino Re, il nuovo punto d'ascolto di Confcommercio Cesenate unitamente ad una importante galleria di opere dello scultore e artista cesenate di Ilario Fioravanti (1922-2012), che quei locali di Umberto Candoli arredò con ricercatezza dando un'impronta inconfondibile agli spazi. Una galleria stabile, ha messo in luce Marisa Zattini de "Il Vicolo Interior design" partner dell'iniziativa - si parte da sculture e i disegni sul tema del circo, a cui subentreranno altre opere nella logica della rotazione".

La bottega in sé, sotto i porticati dell'antica strada vocata al commercio, è essa stessa patrimonio identitario della città, in cui il titolare ultranovantenne ha gestito il negozio di abbigliamento, questa la gamma merceologica che ha fatto seguito alla cappelleria originaria sino al 2020. Era stata aperta nel 1895, ed è stata condotta per oltre settant'anni da Umberto Candoli, che nel 1957 si rivolse appunto al caro amico architetto Fioravanti per richiederli il disegno degli interni. Banchi, ante scorrevoli degli armadi in legno sono gli stessi progettati allora e conservati anche dopo la chiusura del negozio.

La moglie di Fioravanti, Adele Briani, ha messo in luce che il marito e Umberto Candoli erano due persone lungimiranti e ha rivelato particolari interessanti sull'attività poco conosciuta di Ilario arredatore di interni. Confcommercio c'è e rimarca la sua presenza nel centro storico dove da sempre è accanto agli operatori per valorizzare la vetrina della città. Negli anni Ottanta del secolo scorso nacque una apposita associazione commercianti del centro storico in seno alla Confcommercio che si mise all'opera per favorire la valorizzazione e la piena fruibilità del cuore



urbano. "Attraverso il nostro punto d'ascolto - ha tenuto a rimarcare il presidente Augusto Patrignani - Confcommercio Cesenate ritorna con una presenza fisica in centro storico dove ha avuto storiche sedi, in piazza Pia e Contrada Chiaramonti, grazie alla generosità e alla visione del caro Umberto Candoli, nostro affezionato associato storico, proprietario dei locali. Il nostro punto d'ascolto ha un grande valore concreto e simbolico: rimarca la nostra presenza accanto alle imprese per erogare servizi e dare loro voce chiedendo

che il centro storico venga riqualificato e reso sempre più fruibile. Qui il nostro personale sarà a disposizione in momenti definiti per dialogare, raccogliere sollecitazioni e istanze di commercianti, professionisti. Il centro storico non può vivere senza luce, attività commerciali e cultura. Questi meravigliosi locali arredati con le opere del grande Fioravanti sono l'emblema come commercio, bellezza e arte si possono fondere in maniera mirabile. "Questo spazio-galleria - ha da canto suo osservato la curatrice della mostra Marisa

Zattini - è fondamentale per via Zeffirino Re e più estesamente per il nostro centro storico e l'iniziativa congiunta con Confcommercio chiude nel modo più degno le celebrazioni del centenario di Ilario Fioravanti. Siamo grati a Confcommercio per questo grande dono alla città anche perché Cesena attendeva da anni un museo per Fioravanti e questo spazio può esserne il prodomo".

Particolarmente colpito dall'effetto scenico ma anche dalla valenza simbolica dell'evento è stato anche il sindaco Enzo Lattuca il quale ha rievocato un incontro importante di qualche anno fa con Candoli. "Nel 2020 - ha osservato - ero venuto a rendere il dovuto omaggio a Umberto Candoli quando chiuse la storica attività, che era stata punto di riferimento per l'abbigliamento di generazioni di cesenati. Fu già allora un colpo d'occhio memorabile. Questa bottega è anche il manifesto di Fioravanti come interior designer, con arredi incredibilmente moderni, che hanno superato il corso del tempo. La bellezza del centro storico deve essere riflessa anche all'interno delle singole attività e i promotori di questa splendida iniziativa hanno fatto veramente centro". Commovente anche il ringraziamento finale del caro Umberto Candoli, ancora in forma invidiabile ormai a metà della decima decade. "Sono grato a Confcommercio, al suo presidente Patrignani, al direttore Piastra al vicedirettore Pesci e a Marisa Zattini de "Il Vicolo" - ha sottolineato - per la passione e l'amore che hanno profuso in questo progetto. Mi auguro veramente che possa durare negli anni, significa dare più vita al centro, non solo a questo locali che ho avuto l'onore di abitare con il mio negozio".

Il nuovo punto di ascolto Confcommercio con lo "spazio-galleria Fioravanti" sarà aperto dal lunedì al mercoledì dalle 9 alle 12,30 e dalle 15 alle 18, il venerdì dalle 9 alle 12,30. Nelle foto 2 momenti dell'inaugurazione

Stalli per la sosta sottratti in centro, segnalazioni al Punto d'Ascolto

flusso è stato alto anche per l'interesse che suscita la proposta culturale e artistica a cui si abbina il punto di ascolto di Confcommercio che rinvigorisce la sua presenza in centro storico dove per molti anni ebbe le sedi in piazza Pia e contrada Chiaramonti.

"Abbiamo incontrato e stiamo incontrando con il nostro staff imprenditori e aspiranti tali - informano il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci - interessati ad aprire una attività commerciale o un pubblico esercizio. Confcommercio presenta i suoi servizi e l'affiancamento a 360 gradi per partire con il piede giusto e agire in senso preventivo nella gestione finanziaria".

Il Punto di Ascolto sta caratterizzandosi anche per le segnalazioni di criticità e disagi che si rinvengono in centro e di istanze costruttive per apportare miglie, ad esempio nel de-

coro e nell'arredo urbano di strade e piazze. "Una delle lamentele più ricevute - informa la coordinatrice Sara Montalti - riguarda la sottrazione di posti auto che avverrebbe in modo silenzioso all'intento del centro, un po' alla volta: in piazza Aguselli dove c'è il cantiere, in viale Mazzoni con i rifacimenti dei marciapiedi che ha fatto saltare degli stalli e nella cintura muraria del centro attorno alle mura con paletti inseriti al posto degli stalli senza una plausibile motivo".

Il Punto d'ascolto continua ad essere presidiato e domani mercoledì 27 marzo dalle 9 alle 12,30 sarà possibile incontrare Massimo Montanari per le attività sindacali e dalle 15 alle 18 Elia Derkaoui per i servizi.

"L'idea di realizzare un Punto d'ascolto nei locali del negozio di Umberto Candoli in via Zeffirino Re - mette in luce il presidente

Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - ha trovato Confcommercio entusiasta perché questa generosa, illuminata iniziativa è carica di benefici e anche di valenza simbolica e ribadisce ciò che Confcommercio ogni giorno rimarca e cioè che il centro storico e la città senza negozi di prossimità si spegne, la comunità perde servizi e socialità, la coesione sociale si allenta, il degrado si fa largo e la qualità della vita peggiora. Le relazioni umane sono il bene più prezioso e i negozi le alimentano rendendo la vita più piena e più bella. Per questo il sostegno al piccolo commercio è un problema politico, che deve essere affrontato da chi amministra la città recependo il contributo degli attori privati".

Nella foto la coordinatrice sindacale Sara Montalti al Punto d'Ascolto Confcommercio in via Zeffirino Re

CONFCOMMERCIO NEL PUNTO D'ASCOLTO IN VIA ZEFFIRINO RE

La luce dei negozi rende la vita più bella

L'idea di realizzare un Punto d'ascolto nei locali del negozio di Umberto Candoli in via Zeffirino Re grazie al coordinamento della galleria 'Il Vicolo', che dopo una curatissima fase preparatoria ha preso corpo sabato 22 marzo, ha trovato Confcommercio entusiasta perché questa generosa, illuminata iniziativa è carica di benefici e anche di valenza simbolica. Umberto Candoli, commerciante cittadino più longevo in attività sino a oltre novant'anni fino al 2020, è stato e continua ad essere un nostro associato storico, uno dei protagonisti della rete distributiva nel salotto del cuore urbano, che va tutelata e potenziata rendendo il centro più vivo e fruibile.

I locali nel porticato di via Zeffirino Re che ospiteranno il Punto d'ascolto sono inoltre l'emblema di come commercio, bellezza e arte si sono potute fondere in maniera mirabile: quella bottega dal 1957 ha goduto di un arredo interno disegnato dall'architetto cesenate Ilario Fioravanti, che ha qualificato l'attività rendendola unica e inconfondibile. Candoli ragionò in grande, fu un avanguardista. Il sigillo di Fioravanti segnò un'epoca.

Per il commercio nel centro storico cesenate 'Candoli' ha rappresentato un punto di riferimento e un pilastro della memoria collettiva urbana, con generazioni di clienti che si sono affidate a questo testimone diretto della storia del nostro cuore urbano e della nostra città.

Garbo, signorilità, gentilezza, competenza del commerciante e dei collaboratori, unitamente all'unicità del negozio, sono stati il marchio di fabbrica di questa leggendaria attività nata come cappelleria a fine '800, premiato all'Esposizione internazionale di Genova nel 1907, che poi ha trovato la sua peculiarità merceologica nell'abbigliamento maschile. Una bottega storica che ha nobilitato l'offerta commerciale e che rappresenta tante generazioni di negozianti che hanno



contribuito ad elevare l'attrattività del centro storico. Ad essi Confcommercio nel 2012 tributò un omaggio con una Mostra di fotografia storiche al palazzo del Ridotto

riproponendo la modernità di un modello commerciale a cui le città non possono rinunciare. Il piccolo commercio non è un re taglio del passato, è il presente e sarà il futuro. Ma serve consapevolezza diffusa che così è.

Creare un Punto d'ascolto nel negozio Candoli è un'azione pertanto mirabile perché ribadisce ciò che Confcommercio ogni giorno rimarca e cioè che il centro storico e più estesamente la città senza negozi di prossimità si spegne, la comunità perde servizi e socialità, la coesione sociale si allenta, il degrado si fa largo e la qualità della vita peggiora.

Siamo fatti per vivere nella città, non online, la rete può aiutare ma non sostituire. Le relazioni umane sono il bene più prezioso e i negozi le alimentano rendendo la vita più piena e più bella. Per questo il sostegno al piccolo commercio è un problema politico, che deve essere affrontato da chi amministra la città recependo il contributo degli attori privati. Ce ne sono di eccellenti in città e fra questi spiccano quelli impegnati nel settore artistico come 'Il Vicolo', a cui riconosciamo fantasia, creatività, progettualità e coraggio. Quello che serve per alzare l'asticella. Nella gloriosa via Zeffirino Re ci sono troppe vetrine spente, come in altri parti del centro storico, ma non bisogna piangersi addosso. Occorre costruire: e il Punto di ascolto è un gran bel cantiere, perché porta luce, arte, bellezza, presenza e può essere un segnale che aiuta a invertire la tendenza. Confcommercio c'è e ha il suo spazio nel Punto d'ascolto con passione, fiducia e amore per la città.

Augusto Patrignani,
presidente Confcommercio cesenate

L'INIZIATIVA DI FIPE CONFCOMMERCIO PER UNIRE DOMANDA E OFFERTA DI LAVORO

Successo del Talent day, 40 studenti a colloquio con pubblici esercizi e hotel

Ha fatto centro il Talent day promosso da Fipe Confcommercio Cesena nella sede di ICook per agganciare domanda e offerta nel settore Horeca, ristorazione, pubblici esercizi e alberghi, contrastando una seria criticità del territorio dove cresce la difficoltà a reperire profilo in particolare tra i giovani. Al meeting hanno partecipato circa 40 studenti che frequentano le IV dell'istituto professionale Artusi di Forlimpopoli, negli indirizzi di pasticceria, enogastronomia e accoglienza turistica, accompagnati dalla docente tecnico pratico di enogastronomia Roberta Ragazzini.

Gli studenti hanno ricevuto un



primo orientamento al lavoro, incentrata in particolare sulla preparazione del curriculum e sul primo colloquio per l'assunzione e poi, questo il momento

cruciale dell'iniziativa, hanno incontrato 15 imprenditori del nostro comprensorio per scambiarsi i contatti in previsione di un futuro lavoro. In contemporanea erano presenti anche 20 candidati professionisti che hanno

incontrato le imprese e avviato un primo colloquio di lavoro. "Dobbiamo veramente dare atto di soddisfazione il presidente di Fipe Confcommercio cesenate Angelo Malossi - che si è registra-

to grande entusiasmo da parte delle imprese, che hanno potuto incontrare giovani appassionati del loro settore su cui investire e professionisti con il quale già iniziare una prima collaborazione. L'iniziativa scaturisce da un progetto di Fipe Confcommercio e Job&Workers, è stata realizzata grazie al contributo delle coach e talent Attraction di Infojobs, Silvia Vergara e Enrica Perego e al responsabile dell'area lavoro di Fipe Andrea Chiariatti. Siamo molto orgogliosi che proprio da Cesena sia partita la prima di venti tappe italiane dei Fipe Talent Day 2024".

Nella foto l'evento del Talent day di Fipe Confcommercio.

CONFCOMMERCIO INTERVIENE SULLA FRUIBILITÀ DELLA STORICA FORTEZZA

Si deve rendere la Rocca alla portata di tutti



Confcommercio segnala da anni la necessità di rendere la Rocca Malatestiana più accessibile e fruibile attraverso un sistema di ascensori.

"La Rocca è una grande attrattiva di Cesena ed è parte integrante del brand cittadino - osserva il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - Non solo, è elemento caratterizzante del centro storico di cui funge da polo attrattore. Da sempre Confcommercio rimarca la necessità di rigenerare e rendere più ospitale il parco della Rimembranza, di valorizzare le visite e le offerte culturali dentro la Rocca e soprattutto di renderla accessibile a tutti attraverso sistemi che consentano di raggiungere attraverso la teleferica o un sistema di ascensori che partano da piazza del Popolo. Da decenni se ne discute e non è mai stata trovata la quadra per proporre un intervento risolutore, una grande opera per

valorizzare un punto di forza della città. Che per tanti resta distante e troppo impervia da raggiungere. Confcommercio è dunque favorevole alla proposta contenuta nel programma di centrodestra di realizzare un collegamento attraverso ascensori alla sommità della fortezza, visto che da anni chiediamo esattamente questo, vale a dire un intervento di straordinaria portata per elevare l'attrattività di Cesena città turistica. Confcommercio valuta le proposte nel merito, naturalmente, non in base a chi le fa".

"In passato abbiamo anche proposto di creare un parcheggio nelle immediate vicinanze della Rocca, sfruttando gli spazi a disposizione all'esterno e di valorizzare maggiormente lo sferisterio - aggiunge Patrignani - : una bellezza storica come la Rocca deve essere resa alla portata degli anziani e di chi è più in difficoltà e magari rinuncia a raggiungerla perché non ci

sono i modi più agevoli per farlo. Dovrebbe essere questo un obiettivo trasversale con la convergenza di tutte le forze politiche e per questo Confcommercio rivolge un appello a tutti i candidati sindaco: la Rocca va resa più democratica, alla portata di tutti. Le forze politiche si sfidino a trovare l'intervento più idoneo a raggiungere questo obiettivo. Che sia una teleferica o un'ascensore o altro ancora, l'importante è che la sua sommità diventi a portata di tutti valorizzando il nostro polmone verde, con il recupero del parco della Rimembranza, e storico con la piena fruibilità della fortezza. Sarebbe stato bene richiedere un intervento di rigenerazione della Rocca ambendo ai fondi del Pnrr che inglobasse anche un sistema di risalita da piazza del Popolo: quello sì che sarebbe stato un intervento in gradi di fare la differenza tra la Cesena prima e quella dopo".

Rigenerazione urbana antidoto al degrado della città

Di AUGUSTO PATRIGNANI



Da una decina di anni Confcommercio, guidata dal nostro grande presidente Carlo Sangalli (nella foto), ha accresciuto l'impegno nel campo della rigenerazione urbana, anche varando il progetto Cities, come antidoto alla desertificazione commerciale. Si struttura come spazio di riflessione sulle politiche urbane, promuovendo un modello di sviluppo basato sulla prossimità e su una stretta collaborazione con il mondo accademico, istituzionale e le amministrazioni locali. Una delle questioni più rilevanti resta il contrasto alla desertificazione commerciale attraverso politiche urbane integrate e in questa direzione va anche la rinnovata collaborazione con l'Anci a conferma del nostro impegno per favorire uno sviluppo urbano sostenibile".

Come prossima tappa del progetto è prevista un'azione di coinvolgimento dei territori che si pone il duplice obiettivo di consolidare e diffondere i risultati raggiunti nel 2023 e di esplorare nuovi temi di interesse quali ad esempio i distretti delle economie locali, alla logistica dell'ultimo miglio, alla rigenerazione degli immobili in disuso, al rilancio delle strade in declino. Quello che veramente segnala differenza e rappresenta il risultato più ambizioso di Cities è la formazione all'interno della nostra organizzazione di una vera e propria "comunità di pratica" sulle economie di prossimi-

tà. Molto si pongono la domanda di che cosa manchi per fare ripartire la voglia di aprire una attività commerciale nelle aree urbane e soprattutto nei piccoli centri? Va rimarcato che solo nel commercio al dettaglio aprono ogni anno quasi ventimila imprese. Dunque la vocazione imprenditoriale non si è attenuata anche se i livelli di difficoltà sono sempre più alti. In primis i cambiamenti veloci del mercato e delle nuove tecnologie ai quali si aggiungono quelli del territorio con il declino demografico e la desertificazione urbana. Reagire si può e si deve: va livellato il campo da gioco - assicurando stesso mercato, stesse regole fiscali o amministrative - e incentivata l'innovazione sartoriale dei servizi di prossimità". "Questo richiede politiche pubbliche e politiche urbane che riconoscano compiutamente le externalità positive commercio di prossimità. Correlato vi è il tema della sicurezza. Strade con negozi chiusi e insegne spente alimentano il degrado e il senso di insicurezza, mentre al contrario i commercianti sicuri rendono la città sicura. La soluzione passa pertanto da una cooperazione tra commercio, forze di polizia, magistratura e istituzioni locali e



centrali. Ogni insegna che si spegne è una parte di città che viene meno, al contrario: ogni luce, ogni insegna che si accende è un pezzo di città che vive. Il modello italiano di pluralismo distributivo è in grado se sostenuto di dare nuova vita alle "muove città. Migliorare la qualità della vita nelle città e nei territori è l'obiettivo di Confcommercio. Commercio e servizi, turismo e cultura, trasporti e professioni svolgono un ruolo strategico".

ENTE BILATERALE DEL COMMERCIO

Ebiter, bilancio 2023 in crescita Cresce il sostegno ai lavoratori

Grande soddisfazione a margine dell'assemblea annuale per l'approvazione del bilancio di Ebiter, ente bilaterale del commercio di Cesena, strumento del contratto nazionale di settore costituito da Confcommercio Cesena, Filcams Cgil Fc, Fisascat Cisl Romagna e Uiltucs Uil Cesena con i lusinghieri risultati dell'attività nel corso del 2023.

Infatti sono aumentate le richieste e di conseguenza le erogazioni dei corsi di formazione gratuiti per i dipendenti delle imprese associate con una crescita del 10% del numero di pratiche di welfare e sostegno al reddito per i lavoratori dipendenti.

Il presidente Gianluca Bagnolini sintetizza così il bilancio in attivo: "Questi risultati sono il frutto del confronto costante e della sinergia che le parti sociali stanno portan-

do avanti sul territorio da tanti anni e della collaborazione con il consiglio provinciale dell'Ordine dei consulenti del lavoro volto a promuovere uno sviluppo dell'economia e del territorio basato sul rispetto dei contratti collettivi nazionali di lavoro e azioni di contrasto alla illegalità".

Il vicepresidente Angelo Malossi dal canto suo mette in luce il grande lavoro svolto dalle parti sociali, che ha permesso di aumentare le adesioni all'ente bilaterale in quanto sono state riconosciute le azioni ed i contenuti proposti sia interni relativi alle attività formative che le iniziative al sostegno al reddito dei lavoratori. Ebiter si è confermato un grande esempio di sinergia fra le rappresentanze dei lavoratori e delle imprese per dare un contributo alla economia del territorio".

BANDO REGIONALE

Incentivi per commercio e pubblici esercizi

La Regione Emilia Romagna ha aperto un bando per commercio e pubblici esercizi con incentivi a favore delle imprese. Rigenera Impresa

Confcommercio è a disposizione per le necessarie consulenze e assistere gli interessati nelle pratiche. Rivolgersi con tempestività ai nostri uffici.

IL TOUR DI VALENTINI NEL NOSTRO TERRITORIO

Viceministro al made in Italy, incontrate le imprese alla Confcommercio

Confcommercio è la sua sede cesenate si sono confermate e avvalorate come grande casa della imprese e delle soluzioni per favorirne lo sviluppo in un ambiente favorevole a chi intraprende con il partecipato incontro con Valentino Valentini, viceministro alle imprese e al made in Italy, autorevole esponente del Governo.

L'iniziativa è stata di Forza Italia che ci ha richiesto la disponibilità degli spazi e non abbiamo esitato a coinvolgerci e ad essere parte dell'evento perché il tema era politicamente sensibile coincidendo con il lavoro quotidiano della nostra organizzazione: quello di lavorare per accompagnare e sostenere adeguatamente le imprese che producono, danno lavoro e lustro al loro Paese attraverso il made in Italy nei più variegati settori, incluso turismo, commercio, terziario e servizi.

La casa di Confcommercio - ci tengo a sottolinearlo ben chiaro - è sempre aperta a tutti coloro, di ogni parte politica, hanno a cuore lo sviluppo delle imprese e operano fattivamente in tal senso. L'evento è stato molto partecipato nelle sue varie fasi: il viceministro ha incontrato nella nostra sede imprese del distretto calzaturiero sammaurese, durante la conferenza stampa ha dialogato con altri imprenditori, è stato protagonista



di un incontro ricco di informazioni e spunti sull'operato del Governo a favore della valorizzazione del made in Italy e ha proseguito il suo tour cesenate visitando nei loro stabilimenti colossi della nostra imprenditoria. L'evento ha rappresentato una straordinaria opportunità di con-

fronto per reciproche sollecitazioni nell'ottica di valorizzare la grande risorsa del mondo imprenditoriale. Cesena e il suo territorio vantano imprese leader a livello internazionale e anche un tessuto di piccole imprese, fittissimo e rappresentativo: una ogni otto abitanti. Tra

queste, anche tra quelle di non grande dimensione, ce ne sono non poche che hanno avviato l'inserimento nei mercati internazionali e tengono alto nei vari settori operativi la creatività e la grande reputazione del made in Italy".

Confcommercio è intervenuta nell'ambito

dell'indagine conoscitiva sul Made in Italy dichiarando il suo apprezzamento per l'impostazione che guarda alla competitività dell'impresa italiana nel suo complesso e ha ribadito l'importanza del turismo come veicolo di branding del Made in Italy, segnalando aree di intervento per aumentare la competitività internazionale delle nostre imprese. Anche l'agroalimentare, superbamente rappresentato nel nostro territorio, è un pilastro del made in Italy e va pienamente valorizzato. Nel metodo Confcommercio ha molto apprezzato la vicinanza del viceministro Valentini alle imprese e il suo atteggiamento di ascolto pronto a recepire istanze e sollecitazioni. Siamo orgogliosi che sia stata scelta la nostra casa per un evento così rilevante e ringraziamo l'onorevole Rosaria Tassinari, il coordinatore provinciale Luca Bettini e il commissario cesenate Michele Pascarella di aver ritenuto la sede Confcommercio cesenate ambito rappresentativo per ospitare l'evento con il viceministro, un suggello al nostro quotidiano operato al servizio delle imprese e del territorio.

Nella foto il viceministro Valentini con il presidente Patrignani, alcuni membri di giunta con l'esponente del governo e i rappresentanti di Forza Italia.

altuofianco

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 composta 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 TE DEDICATA.



CONNETTIVITÀ

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



CYBERSECURITY

PRESIDIA LE TECNOLOGIE IN AZIENDA. DIFENDITI DAGLI AGGUATI DI VIRUS E HACKER, PROTEGGENDO I TUOI DATI.



DATA
CENTER

IL TUO SPAZIO "FISICO" DOVE LE APPARECCHIATURE NECESSARIE PER IL BUSINESS AZIENDALE SONO CONSERVATE AL SICURO.



BACKUP
IN CLOUD

ARCHIVIA IN SICUREZZA COPIE DEI FILE 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 Scano
Sales Specialist Manager
Responsabile Convenzioni Associazioni
Mobile: 380 14 62 363

www.altuofianco.it

[in](#) seguici su LinkedIn

Inoltre proponiamo per aziende

RELAX AND MIND

DUE GIORNI DI TEAM BUILDING

CONDITI DA ATTIVITÀ ESPERIENZIALI

PER FAR CRESCERE IL LEGAME CON I PROPRI COLLABORATORI

PATTO TRA CONFCOMMERCIO TERRITORIALE E LA SINDACA TANIA BOCCHINI

Chiesto più lavoro a Sogliano per favorire la ripresa economica

Nell'ambito dei periodici confronti che Confcommercio ha avviato con la sindaca di Sogliano Tania Bocchini, si è tenuto un nuovo incontro in municipio con una delegazione di imprenditori commerciali aderenti a Confcommercio guidata dal presidente Andrea Carghini comprendente anche le operatrici Maria Piscaglia, Cristiana Cesaretti e Mariana Gianfanti che hanno proficuamente dialogato con la sindaca soglianesa, alla presenza del responsabile di Confcommercio Rubicone Paolo Vangelista.

Il messaggio del presidente di Confcommercio Carghini è stato chiaro e diretto. "Secondo Confcommercio - ha affermato - bisogna prefiggersi l'obiettivo di incrementare il numero delle attività a Sogliano per il rilancio il paese attraverso un patto di rafforzamento del comune collinare che si poggia sulle invidiabili risorse economiche di cui dispone grazie ai proventi

della discarica, e che possa costruire le basi per un futuro non sia insidiato dallo spopolamento demografico ed economico".

Su questo obiettivo ha convenuto la sindaca Bocchini.

"Se ciò che ci prefiggiamo è un traguardo così ambizioso, ed è giusto che teniamo alta l'asticella - ha rimarcato il presidente Carghini - non è sufficiente contare solo sull'erogazione di contributi e incentivi che il Comune assegna a cittadini residenti e categorie, che peraltro vanno mantenuti e potenziati specie a favore delle attività commerciali, ma gli sforzi vanno orientati ad elevare l'attrattività di Sogliano potenziando la ricettività e migliorando la qualità dei manti stradali, attualmente piuttosto deficitaria,



percorse dai cicloturisti, visitatori abituali di Sogliano e del suo territorio collinare".

Sugli interventi a breve termine Confcommercio ha presentato una lista di priorità.

"Il mercato ambulante - ha osservato il presidente Carghini - è una risorsa storica di Sogliano e Confcommercio è soddisfatta che venga spostato in piazza Matteotti per renderlo più compatto e unifor-

me nel luogo più indicato per valorizzare l'offerta dei banchi del commercio su area pubblica".

La sindaca Bocchini ha fatto il punto della situazione sull'operazione dell'amministrazione nei mesi successivi al disastro dell'alluvione. "Per quello che ci compete è stato fatto tutto quello che si poteva per ripristinare le ferite del territorio - ha affermato Tania Bocchini - Siamo già volti col pensiero verso l'estate quando, grazie all'accordo con l'associazione albergatori Adac di Cesenatico ogni giovedì porteremo con un pullman a Sogliano i turisti della riviera per fare conoscere le attrattive ambientali, paesistiche ed enogastronomiche del nostro territorio. Più ampiamente l'amministrazione si prefigge

l'obiettivo di qualificare e rendere più mirati gli investimenti evitando di costruire come avvenuto in passato una politica basta sui soli sussidi che non produce ricchezza. Confcommercio ha ragione - ha aggiunto la sindaca - per costruire il futuro di Sogliano ci vogliono più opportunità di lavoro. Quanto agli interventi di manutenzione delle strade comunali dissestate verranno potenziati e chiederemo alla Provincia di agire per quelli di sua competenza, ci impegneremo inoltre a valorizzare la filiera del Formaggio di fossa Dop e quella dei grani antichi. L'amministrazione intende svolgere il suo ruolo e creare le condizioni favorevoli per vedere aumentare i posti di lavoro".

Nella foto la sindaca Tania Bocchini con i rappresentanti di Confcommercio

INTERVENTO ULTIMATO A SAVIGNANO

Festa per i vicoli rigenerati



Confcommercio plaude all'intervento di riqualificazione effettuato nel centro storico e culminato nell'inaugurazione dei vicoli rimessi a lucido nel corso della quale l'amministrazione comunale ha annunciato il progetto di creare cento nuovi posti auto a servizio del centro storico.

Durante l'evento "La domenica del borgo", con musica e buffet a cura dei ristoranti "Sale Fino", "Osteria del Torricino", "Antica Osteria del Gallo", "Emporio Bislacco", è stato dunque suggerito l'intervento di rigenerazione di una delle parti più pregiate e identitarie, nonché attrattive per l'alta densità di ristoranti di alta qualità, del cuore urbano di Savignano: i vicoli Montesi, del Voltone, Zanotti, Guidoni e altri.

I cantieri avviati nel 2023, sono stati ultimati con la restituzione dei caratteristici vicoli a

una piena fruizione. Nel contempo si è proceduto alla bonifica e ricostruzione delle reti di acqua, gas e fognature, a cura di Hera. Sulla scia di questo intervento, afferma il presidente di Confcommercio Savignano Roberto Renzi, bisogna procedere con la valorizzazione del centro storico della città. Il sindaco ha annunciato che la nuova giunta dovrà proseguire il percorso con la zona di piazza Castello. La notizia resa nota dal sindaco relativa all'accordo ai nuovi 100 posti auto in zona Tigotà e piazza Montanari non può che essere accolta con favore da Confcommercio che da sempre chiede di potenziare l'offerta della sosta a servizio del centro per renderlo più accessibile.

Nella foto la inaugurazione dei vicoli recuperati con il sindaco Filippo Giovannini.

CONFCOMMERCIO DI SOGLIANO SODDISFATTA

Missione compiuta, il mercato è tornato in piazza Matteotti

Dal 7 marzo scorso il Comune di Sogliano al Rubicone ha trasferito il mercato ambulante cittadino nella sua storica collocazione in piazza Matteotti, accogliendo le richieste di

Confcommercio che a più riprese in questi anni aveva caldeggiato lo spostamento nel suo luogo più congeniale, funzionale e identitario. "In campagna elettorale - ha messo in luce la sindaca Tania Bocchini - dopo aver ascoltato le richieste della cittadinanza ci eravamo impegnati a trasferire l'intera area mercatale al fine di ravvivare il centro storico e rendere più agevole il transito veicolare durante la giornata di mercato del giovedì. Inoltre, questo spostamento favorirà l'accesso agli ambulatori medici



situati in piazza Garibaldi, migliorando così i servizi sanitari offerti alla comunità soglianesa". Soddisfazione del presidente di Confcommercio di Sogliano Andrea Carghini. "Si tratta della soluzione migliore - afferma - e valorizzerà l'area mercatale che comprende i settori alimentari e non alimentari qualificando inoltre la piazza principale del centro storico come luogo di socialità e relazioni e riconoscendo il ruolo storico di questo luogo così caro alla comunità soglianesa. Confcommercio si batte da sempre per un mercato cittadino più accessibile e curato e il trasferimento del mercato nel suo luogo più indicato va in questa direzione".

Nella foto il mercato ambulante in piazza Amati e il presidente Carghini



HA APERTO A SAVIGNANO IN PIAZZA AMATI

Profumo di cucina, nuova rosticceria in centro

Ha aperto in piazza Amati a Savignano la nuova rosticceria "Profumo di cucina". Il titolare è Mattia Manuzzi, 30 anni, chef, di San Mauro Pascoli, cuoco dall'età di 15 anni. Il nuovo locale è stato inaugurato dal sindaco Filippo Giovannini alla presenza del responsabile di Confcommercio del Rubicone Paolo Vangelista. La rosticceria è aperta tutti i giorni dalle 9.30 alle 13.30 e dalle 17.30 alle 20.30 esclusa domenica pomeriggio e lunedì.

"Da quando ero bambino la mia vocazione precoce - spiega il titolare - è stata quella di cucinare. Ho fatto gavetta come cuoco in due alberghi a Riccione e Moena e in quattro ristoranti e a tutte queste esperienze di lavoro sono legato perché hanno contribuito alla mia formazione. I miei piatti forti sono lasagne al forno, coniglio

al forno e in porchetta e la parmigiana di melanzane. Cullavo da tempo l'ambizione di mettermi in proprio e sono felice di essere diventato imprenditore. Devo ringraziare Confcommercio per avermi accompagnato con consulenze professionali e vicinanza umana a compiere il grande passo".

Significative le parole del sindaco Filippo Giovannini: "Mattia Manuzzi ha riaperto un'altra luce nel centro storico di Savignano ed è bello vedere come un giovane così tenace sta capace di realizzare il suo sogno. Ogni volta che apre una attività commerciale, Savignano accresce la sua forza".

Nella foto il titolare Mattia Manuzzi con il sindaco Filippo Giovanni e il responsabile Confcommercio Paolo Vangelista.

CONFCOMMERCIO HA PREMIATO L'ATTIVITÀ

Grande festa a San Mauro Pascoli per i 50 anni del negozio 'Franca Scampoli'

Grande festa a San Mauro Pascoli in piazza San Cono per i 50 anni del negozio Franca Scampoli, specializzato nella vendita di tessuti di abbigliamento e arredamento. Si tratta di una storica associata a Confcommercio del Rubicone. La

ricorrenza si sarebbe dovuta celebrare nel 2022, ma si era ancora nel periodo di diffusione della pandemia e si è preferito attendere che la situazione si fosse normalizzata. Il negozio venne aperto il 15 settembre 1972 da Franca Garattoni su una superficie di 40 metri quadri che nel corso degli anni si sono estesi sino a 500 metri. Nel 1985 la titolare venne affiancata dal figlio Luca e nel 2020 anche dalla nipote Asia, in una virtuosa vicenda di ricambio generazionale familiare.

"Cinquant'anni di storia d'impresa sono lunghi - spiegano i titolari - e l'evoluzione è stata marcata

con l'introduzione della tappezzeria, del tendaggio e della nautica, ma il fondamento della nostra attività è sempre costituito dalla tradizione del tessuto per abbigliamento". Paolo Vangelista responsabile della Confcommercio del Rubicone,



ha consegnato a Franca Scampoli una targa per premiare questa storica attività punto di riferimento per i clienti e che dà lustro al comune di San Mauro Pascoli, come ha messo in luce la sindaca di Luciana Garbuglia presente alla cerimonia.

"Con stima e gratitudine per avere contribuito in questi 50 anni di attività allo sviluppo del commercio nel nostro territorio", recita la targa.

Nella foto Franca Scampoli, figlio e nipote con la sindaca Luciana Garbuglia e il responsabile Confcommercio Paolo Vangelista in occasione della premiazione.

MANIFESTAZIONE A ROMA L'11 APRILE. "CONCESSIONI, SERVE UNA LEGGE CHE TUTELI IL SETTORE"

Stabilimenti balneari, mobilitazione generale

Una grande mobilitazione a Roma degli stabilimenti balneari vedrà Sib Confcommercio in prima fila. Dall'inizio della nuova legislatura Sib chiede al Governo e al Parlamento di emanare una legge di tutela delle aziende attualmente operanti e di un modello di balneazione di successo fiore all'occhiello del 'Made in Italy', ma, fino ad oggi, non stata ascoltata. Non sarà in alcun modo una manifestazione contro il Governo, ma per tutelare gli interessi e i diritti della categoria.

"L'assenza di atti concreti ed efficaci - mette in luce Sib Confcommercio di cui presidente regionale Emilia Romagna è Simone Battistoni e presidente cesenate Roberto Zanucoli - (nella foto) ha creato una situazione caotica per gli enti concedenti e pericolosa per il settore del turismo balneare italiano. Non possiamo permetterci, purtroppo, di aspettare ancora. Non c'è più tempo: i Comuni stanno partendo per le gare applicando, in modo ognuno diverso e disparato, la cosiddetta direttiva Bolkestein. Alcuni



le hanno già indette, con esiti prevedibili e sotto gli occhi di tutti. Nessuna spiaggia libera in più. Nessuna tariffa più conveniente per i turisti. Si toglie soltanto l'azienda a chi l'ha realizzata per consegnarla al 'grande capitale': lo dimostra la vicenda di Jesolo. Siamo, pertanto, costretti alla mobilitazione giovedì 11 aprile a Roma, in piazza Santi Apostoli insieme ai sindaci di tutti i Comuni rivieraschi. Non contro il Governo, ma per sollecitare le istituzioni nazionali a legiferare con urgenza: bisogna superare il caos amministrativo e mettere in sicurezza



un importante settore economico di questo Paese formato da trentamila imprese e centomila addetti diretti. Saremo in tanti a Roma, provenienti da tutta la Penisola, per salvare il lavoro e le aziende, ma anche per salvaguardare un modello di balneazione attrezzata che il mondo ci invidia". La associazioni balneari hanno dunque proclamato lo stato di agitazione della categoria per la mancata emanazione di un atto normativo o amministrativo chiarificatore sulla durata delle concessioni demaniali marittime".

"L'esito delle prime gare e delle procedure selettive per l'assegnazione delle concessioni nel Comune di Jesolo, nella Regione Veneto - prosegue il Sib - lascia amareggiati. Grandi capitali si sono appropriati di ampie porzioni di arenile procedendo, fra l'altro, nettamente in contrasto con quanto prevede la legge 118 voluta dal Governo Draghi: garantire la massima tutela delle concessioni medio-piccole, prevedendo il principio dell'indennizzo con il riconoscimento del valore dell'impresa. Ora bisogna fare il possibile affinché questa distorsione delle procedure applicata in Veneto possa non verificarsi altrove, evitando che le amministrazioni periferiche avvino gare nell'assegnazione delle concessioni vigenti con queste modalità. Occorre aprire un tavolo tecnico. Chiediamo poi al Governo di emanare in tempi rapidi un provvedimento per dare certezze e mettere in sicurezza le imprese: non possiamo più perdere altro tempo".



Le attività stagionali sono tipiche e necessitano di una pianificazione molto accurata e di appropria

PRESENZE IN CRESCITA, CONFCOMMERCIO SOLLECITA A POTENZIARE L'OFFERTA

Cesenatico fa centro anche d'inverno, ma servono più grandi eventi

Cesenatico fa centro in tutte le stagioni e anche d'inverno fa il pieno di visitatori, a testimonianza delle attrattive della nostra perla della riviera romagnola. Sono stati diramati i dati dalla Regione Emilia-Romagna riguardo alle presenze turistiche di tutto il 2023. A Cesenatico il turismo tiene bene e ci si proietta con fiducia e ottimismo alla prossima stagione estiva. I dati relativi al 2023 indicano 597.317 arrivi, con un incremento dell'1,6% sull'anno precedente e del 6,1% sul 2019, l'anno di riferimento prima del Covid. Le presenze si confermano sui tre milioni e mezzo di pernottamenti, per la precisione 3.475.378, con un - 0,9% sull'anno precedente, ma +2,1% sul 2019. Le presenze di vacanzieri italiani sono state 2.889.390 (-1,3% sul 2022 e più 2,3% sul 2019), mentre le permanenze di turisti stranieri sono state 585.988. La tenuta della Riviera e di Cesenatico è ottima, nello specifico hanno tenuto alla grande sfruttando il mese di settembre e con le feste natalizie caratterizzate da numeri record. Nel



arrivi e presenze turistiche per Cesenatico anche nel periodo invernale, in particolare grazie alla Festa del pesce sempre più performante che ha visto i ristoratori di Confcommercio direttamente protagonisti ed agli eventi natalizi che come sempre ruotano attorno al meraviglioso presepe della marineria, un unicum in Italia. La neonata Dmo in cui collaborano

Comune ed associazioni di categoria fra cui Confcommercio e l'attività di promozione della città sono indirizzate verso l'obiettivo di far diventare Cesenatico città turistica tutto l'anno, anche attraverso il necessario allungamento della stagione, ma senza dimenticare la vocazione ed il core business principale, quelli di località balneare".

"Ferma restando questa vocazione che rappresenta il fulcro dell'offerta turistica - proseguono il presidente Andriani e il responsabile di Confcommercio Cesenatico Fantini - secondo Confcommercio è possibile far diventare Cesenatico località di vacanza anche nei restanti periodi dell'anno, e in questo senso l'indirizzo avviato con manifestazioni sportive e gastronomiche di grande richiamo, fino all'allestimento del presepe galleggiante e degli eventi legati alle festività natalizie, è per Confcommercio quello giusto e il nostro impegno sarà indirizzato a fornire contributi per la promozione di grandi eventi che rendano sempre più attrattiva Cesenatico in tutti i periodi dell'anno".

SUCCESSO DEL SEMINARIO CONFCOMMERCIO ALL'HOTEL MIRAMARE

Attività turistiche stagionali, focus sulla pianificazione

tro promosso da Confcommercio cesenate tenutosi alla sala convegni dell'hotel Miramare di Cesenatico sul tema "Rischi e imprevisti in stagione: affrontiamoli insieme". Sono intervenuti vari responsabili dei principali servizi erogati da Confcommercio fra cui Job&Workers, che si occupa della ricerca e del reperimento del personale attraverso un mirato ed efficiente portale che sta rispondendo con grande

efficacia e successo alle esigenze di domani e offerta. Ha moderato l'incontro Roberto Fantini, responsabile Confcommercio della sede di Cesenatico e Gatteo Mare. Hanno preso la parola Amanda Lautizi su sospensione attività lavorative e visite ispettive, Camilla Bracciaroli sugli obblighi in materia di sicurezza nel lavoro, Cristina Borghesi sulla formazione obbligatoria e l'apprendistato stagio-

nale, Silvia Venturi sulla ricerca del personale e la gestione del turn over. "Più aree e professionalità in un grande gioco di squadra convergono per offrire alle imprese soluzioni di eccellenza per lo svolgimento dell'attività stagionale", ha rimarcato il responsabile Roberto Fantini. Nella foto i relatori all'incontro dello staff Confcommercio con il presidente Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andriani.

RIGENERAZIONE DA PARTE DEL GRUPPO FALKENSTEINER

Otto colonie diventeranno hotel a cinque stelle, Confcommercio chiede di sostenere i privati

Non è una notizia di poco conto che a Cesenatico arriverà il gruppo Falkensteiner, dopo che il tribunale di Rimini ha omologato il concordato in continuità diretta delle società proprietarie delle maggiori colonie in disuso sul lungomare di Ponente. La proposta prevede il recupero dei complessi immobiliari ad opera del gruppo Falkensteiner Michaeler Tourism (Fmtg), uno dei principali leader turistici a livello europeo, operativo in sette nazioni con 28 strutture ricettive. Il gruppo diverrà proprietario di 8 colonie in stato di degrado, che verranno riconvertite in strutture alberghiere e villaggi a 4 e 5 stelle in un'area servita dai villaggi e campeggi, dal parco acquatico d'Atlantica, dal Circolo tennis Godio, dal Palazzetto dello sport e dai circoli velici. L'area delle vecchie colonie riqualificata fra via Cavour e via Magellano è pari a 150mila metri. Si apre dunque uno scenario di riqualificazione e sviluppo che può far cambiare volto



a quella parte di località balneare. "Il gruppo Falkensteiner - mette in luce il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andriani (nella foto) - è uno dei principali leader turistici in Europa, capace di investimenti di alto livello in Italia e all'estero e Confcommercio valuta con grande interesse e soddisfazione il progetto rilevantisimo per Cesenatico di fare scaturire da otto fatiscenti colonie altrettanti grandi alberghi di lusso, venendo incontro ad una fetta di clientela turistica esigente. Per Cesenatico sarebbe di enorme importanza un simile intervento per la città ed è dunque fondamentale che il sistema territoriale, attraverso istituzioni e forze economiche e finanziarie, sostengano e agevolino l'avvio della grande rigenerazione da parte del gruppo di investitori affiancandoli nell'impegnativo percorso per il bene di Cesenatico città turistica".

PREOCCUPAZIONE PER I SERVIZI SANITARI ESTIVI

Cau al Marconi inadeguato per 200mila turisti

di GIANCARLO ANDRINI e ROBERTO FANTINI

Dopo quelli di Cervia e Cattolica che hanno aperto in Romagna i Centri di Assistenza e Urgenza (Cau) di Santarcangelo di Romagna, Cesenatico e Mercato Saraceno. Per Cesenatico il nuovo servizio si trova all'ospedale Marconi di Cesenatico, fa capo alle Cure Primarie, con medici di assistenza primaria e infermieri pronti ad accogliere e assistere pazienti con problemi di salute urgenti ma non gravi, sette giorni su

sette 24 ore su 24, in accesso diretto. L'obiettivo di Ausl Romagna è arrivare all'apertura di 21 Cau su tutto il territorio romagnolo entro il 2025. Per Confcommercio i servizi sanitari sono oltreché fondamentali per la tutela del diritto alla salute dei cittadini anche un punto di forza della città turistica e in questo senso Confcommercio Cesenatico esprime dubbi e perplessità perché, a parte le piccolissime necessità, invece che a Cesenatico bisogna rivolgersi a Cesena dove all'ospedale Bufalini è presente il Pronto Soccorso, e si viene quindi a creare una

disparità tra i cittadini delle due località con l'intasamento del Pronto Soccorso di Cesena. Ma la preoccupazione maggiore di Confcommercio Cesenatico riguarda il servizio, anzi noi temiamo veramente il disservizio, che verrà offerto in estate agli almeno 200mila turisti che nei periodi di massima affluenza, sono presenti solo nelle località di Cesenatico, Gatteo Mare, San Mauro Mare e Savignano a Mare, per i quali il Cau non pare proprio il servizio sanitario più indicato e Confcommercio chiede che venga aperta una riflessione seria su questo problema importante.



IL DECALOGO CONFCOMMERCIO

La mobilità sostenibile non ostacola gli spostamenti

La mobilità sostenibile? È quello che consente al cittadino di potersi spostare con una molteplicità di opportunità coniugando le proprie esigenze a quelle della salvaguardia ambientale, senza ostacoli e penalizzazioni calate dall'alto che prendano di indirizzare, se non imporre la mobilità in una direzione.

Questa è la posizione di Confcommercio cesenate che può essere resa con una sorta di decalogo che condividiamo con tutte le forze politiche che stanno elaborando i programmi per le elezioni comunali dell'8 e 9 giugno.

- 1) La mobilità è sostenibile quando prevalgono il buon senso e l'equilibrio nella sua programmazione senza integralismi. A Cesena la mobilità va migliorata.
- 2) Al centro debbono esserci le esigenze delle persone che si spostano.
- 3) La mobilità deve essere plurima, cioè comprendere e valorizzare tutte le forme di spostamento, senza penalizzare l'automobile, che resta la più comoda e la preferita dagli utenti. D'altronde il mercato procede con una sempre maggiore produzione di veicoli elettrici e il futuro sarà sempre più orientato su questo versante.
- 4) Va potenziato e reso competitivo il trasporto pubblico. Servono corsie preferenziali e vanno ridotti i ritardi.

5) Bene le piste ciclabili, ma vanno meglio collegate fra loro e occorre che sia comunicata la road map per la bicipolitana: quanto tempo occorre per completarla? Non vorremmo che fosse un libro dei sogni.

6) La sosta non è il problema principale, ma è una esigenza molto avvertita a cui occorre dare risposte, in centro storico e nelle aree terziarizzate dei quartieri che sono in sofferenza.

7) I parcheggi debbono essere comodi e agevoli e le distanze dai negozi o dagli istituti culturali da aggiungere debbono essere tarate sui cesenati più in difficoltà, a partire dagli anziani.

8) In centro storico occorre realizzare quello del Sacro Cuore e procedere all'ampliamento di quello dell'Osservanza e del parcheggio Mattarella fra stazione e via Emilia.

9) Confcommercio è in prima linea con i progetti legati alla sostenibilità come quello del trasporto delle merci con le cargobike e con i veicoli elettrici presentati in un nostro convegno.

10) Da anni Confcommercio alimenta il dibattito con tanti contributi e progetti anche grazie al Cat Ascom servizi.

11) Pedonalizzazione sì pedonalizzazione no? Siamo favorevoli alla pedonalizzazione nelle aree vocate ma non estendendola acriticamente nel centro storico mettendo in sofferenza gli spostamenti.

12) La mobilità deve servire l'uomo e la città, non l'inverso.

DAI TITOLARI MORENO E FEDERICO PARA

Inaugurato a Bagno di Romagna il rinnovato hotel Roma



È stato inaugurato a Bagno di Romagna l'Albergo Roma, rinnovato hotel di proprietà della Para.Mount Immobiliare S.r.l., a capo della quale ci sono Moreno Para e il figlio Federico. Imprenditori di alto livello protagonisti anche della riqualificazione del Grand Hotel Terme Roseo, nonché della trasformazione di edifici in moderne strutture ricettive diffuse, cantina vinicola, servizi ed esperienze esclusive.

L'albergo Roma conta dodici camere in Piazza Ricasoli, location ideale per coloro che desiderano esplorare Bagno di Romagna o e soggiornano nella zona per motivi

di lavoro.

L'inaugurazione è avvenuta il 16 marzo e al termine gli ospiti hanno potuto visitare la struttura e godere dell'atmosfera rinnovata dell'hotel accompagnati dalle note musicali del duo Electrotruffa.

“Confcommercio di Bagno di Romagna – mette in luce il presidente Giuseppe Crociani – si rallegra per il rinnovamento dell'albergo Roma che potenzia la struttura ricettiva e vede protagonisti due imprenditori attrezzati e di alto livello, che stanno investendo nel territorio con grandi vantaggi per il paese e la comunità”.

ATTUATA A BAGNO DI ROMAGNA

Prima ora gratis in tutti i parcheggi. Confcommercio chede agli altri sindaci lo stesso provvedimento



Dal 17 febbraio l'utilizzo di tutti i parcheggi a pagamento del Comune di Bagno di Romagna prevede la prima ora gratuita, da utilizzare per una volta al giorno. Si tratta di una decisione che il sindaco Marco Baccini ha dichiarato di avere adottato per agevolare cittadini ed imprese nella fruizione del centro storico e fornire un incentivo al nostro tessuto socioeconomico.

L'impostazione delle fasce orarie di pagamento dalle 8 alle 12 e dalle 14 alle 18 già consente fasce orarie di gratuità, la gestione dei parcheggi a pagamento diventa an-

cor più agevole.

Per rendere operativa la nuova gestione, il Comune ha provveduto a rinnovare i parchimetri con nuovi strumenti che consentono di scontare in automatico la prima ora. Il comune organizza controlli periodici da parte della Polizia Locale, necessari ed utili a garantire il rispetto di questa forma di agevolazione.

Confcommercio plaude a questo lungimirante intervento e chiede agli altri sindaci di agire nella stessa direzione.

ACCORDO TRA CONFCOMMERCIO E MINISTERO DELL'INTERNO

Sistemi di videoallarme anticrimine potenziati in tutti i territori

Garantire sempre maggiori livelli di protezione e sicurezza agli esercizi commerciali e alle imprese, grazie al collegamento dei sistemi di video-allarme con le sale operative delle forze di polizia che, in caso di rapina, potranno ricevere segnalazioni e immagini in tempo reale. È l'obiettivo che ispira il protocollo quadro firmato dal ministro dell'Interno Piantedosi, Confcommercio-Imprese per l'Italia, e l'altra organizzazione di categoria. L'accordo, di durata triennale, verrà reso operativo su tutto il territorio nazionale, anche in quello provinciale di Forlì-Cesena, e grazie all'azione sinergica delle Prefetture con le articolazioni territoriali e di categoria delle confederazioni. Si tratta di un'intesa per assicurare sempre più elevati standard di sicurezza e legalità in settori nevralgici per la nostra economia, attraverso soluzioni tecnologiche che, grazie ad una più veloce interconnettività dei sistemi di video-allarme con le centrali delle forze dell'ordine, consentiranno interventi sempre più tempestivi, oltre a fornire un importante contributo alle attività investigative. Sono strumenti che tutelano gli esercizi commerciali e le imprese contribuiscono, al contempo, ad accrescere i livelli di sicurezza per l'intera comunità.

“Il rinnovo di questo protocollo quadro consolida la collaborazione fra Confcommercio e il Ministero dell'Interno e le rispettive

articolazioni territoriali e rafforza la sicurezza partecipata. Arriva in un momento in cui è ancora più importante investire nella sicurezza delle nostre città, senza distinzione alcuna tra periferie e centri storici. Speriamo contribuisca sempre più ad incentivare azioni concrete di collaborazione tra imprenditori e forze dell'ordine per scoraggiare l'aumento di furti e rapine nei negozi. La presenza di attività di vicinato non solo contribuisce a garantire la vivibilità dei nostri centri urbani, ma rappresenta anche un presidio di controllo del territorio. Una funzione che viene rafforzata dall'utilizzo dei sistemi di video-sorveglianza, una sorta di occhio speciale di cui queste imprese hanno l'opportunità di dotarsi e che ha dato prova di grande utilità: dopo una esperienza ultra ventennale si può affermare con certezza che

la distribuzione dei sistemi di video allarme antirapina nella rete di attività di vicinato ha dato un valido contributo ad elevare il livello di sicurezza percepito dai cittadini. Una conferma, questa, del ruolo indispensabile di negozi e pubblici esercizi, che anche per questo devono essere maggiormente tutelati: il loro sradicamento dal tessuto economico renderebbe le città non solo meno ricche e vive, ma anche meno sicure.

Augusto Patrignani, presidente Confcommercio cesenate



FIMAA, PARTE PERCORSO FORMATIVO PER GLI AGENTI

Compravendite con l'intelligenza artificiale



Agenti immobiliari in crescita nel territorio cesenate e provinciale con nuovi ingressi da parte di giovani attirati dal settore in crescita in cui le compravendite si sono incrementate nel post Covid, pur a fasi alterne che ancora non danno vita ad una situazione perfettamente assestata, ed è fondamentale fare riferimento a professionisti affidabili e in grado di fornire le giuste garanzie.

Fimaa Confcommercio cesenate e quella provinciale associano centinaia di professionisti e avvia il ciclo di incontri formativi per le imprese sul tema “La professione dell'agente immobiliare”. Il corso è rivolto a titolari, dipendenti, collaboratori e agenzie immobiliari associate a Fimaa. Le lezioni si terranno presso la sede di Iscom in via Bruno a Cesena.

Il primo incontro si terrà venerdì 28 marzo dalle 14.30 alle 18.30 sul tema della normativa affitti brevi turistici, materia al centro varie novità legislative. Gli altri incontri sono fissati per il 2 maggio, stesso luogo e ora (Gestione social e comunicazione), il 16 maggio (Acquisizioni immobiliari) e il 30 maggio (Intelligenza artificiale per gli immobili). I docenti sono Emanuele Vallone e Simone Comi.

“L'intelligenza artificiale - mette in luce il presidente Giorgio Ambrosini (nella foto) - sta apportando evoluzioni significative in moltissimi settori e quello immobiliare non è da meno: gli algoritmi alla base di questa tecnologia permettono di analizzare grandi quantità di dati, fare previsioni, studiare i trend di mercato e elaborare foto e video. Non solo: uno degli aspetti potenzialmente più interessanti e rivoluzionari di questa tecnologia risiede nello sviluppo, ancora in gran parte inesplorato, di soluzioni innovative progettate sia per coinvolgere i consumatori attraverso modalità ed esperienze inedite (consentendo loro, ad esempio, di generare istanta-

neamente infinite varianti della stessa soluzione abitativa), sia per assistere coloro che devono prendere decisioni di investimento, offrendo una scelta più informata e fornendo un servizio sempre più personalizzato a acquirenti e venditori. Queste tematiche, nuova frontiera anche della nostra consulenza saranno al centro del percorso formativo”. “Fimaa prosegue nella sua azione formativa per la categoria, punto peculiare dell'attività - rimarca il coordinatore Massimo Montanari - c. Questa ciclo di appuntamenti prende in esame orizzonti di straordinario interesse come l'intelligenza artificiale che possono offrire supporti preziosi all'attività dei professionisti agenti, il cui principale requisito restano tuttavia la capacità imprenditoriale il rapporto fiduciario con i clienti che si fonda sulla professionalità, la competenza e la centralità delle esigenze del cliente come perno attorno a cui ruota l'accompagnamento dell'agente”.

finpromoter

PRESENTI NEL TUO FUTURO.

Fin.Promo.Ter, “strumento nazionale” di Confcommercio, da oltre 20 anni svolge attività di finanziamento e garanzia collettiva dei fidi in favore di micro, piccole e medie imprese e professionisti.

Secondo un approccio “multi-channel” mettiamo le nostre competenze finanziarie a disposizione delle imprese, garantendo un'offerta di prodotti/servizi capace di andare incontro alle loro esigenze finanziarie.

FINANZIAMENTI EROGATI 2023
€80m
(x3 rispetto al 2022)

CREDITI CON RATING ESG IG
> 50%

GENDER GAP
0%

SOLIDITÀ CET1 RATIO
50%

L'OFFERTA

PICCOLO CREDITO

- Destinatari: Società di capitali, società di persone, ditte individuali e liberi professionisti.
- Importo: da 10€/Mgl a 250€/Mgl.
- Durata: da 12 a 60 mesi.

DUAL CREDIT

- Destinatari: Società di capitali, società di persone e ditte individuali.
- Importo: da 10€/Mgl a 150€/Mgl.
- Durata: da 12 a 36 mesi per scortel da 12 a 60 mesi per investimenti.

MARKETPLACE FINTECH

- Destinatari: Società di capitali, società di persone e ditte individuali.
- Importo: da 10€/Mgl a 1€/Mln.
- Durata: da 12 a 60 mesi.

Filiale di Cesena

Via Giordano Bruno, 118



Giovanni Tassinari

g.tassinari@finpromoter.it

+39 345 3813667



Monica Pedulli

m.pedulli@finpromoter.it

+39 334 7903623