

CONFCOMMERCIO

CESENATE

Insero di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

Mattarella all'Assemblea generale Confcommercio "CREATE SVILUPPO E OCCUPAZIONE"



Il presidente Confcommercio provinciale Augusto Patrignani con il vicepresidente Roberto Vignatelli e i vertici direttivi all'Assemblea Nazionale Confcommercio a Roma il 12 giugno.

IL COMMENTO

Il presidente della Repubblica ha reso onore al nostro ruolo

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Parole chiare, forti, che delineano un'rotta sui cui proseguire la navigazione. Sono state quelle del nostro presidente Carlo Sangalli all'Assemblea generale di Confcommercio tenutasi all'Auditorium della Conciliazione il 12 giugno scorso alla quale ho avuto l'onore di poter prendere parte, come ogni anno, con i colleghi membri di giunta e i vertici direttivi di Confcommercio provinciale cesenate e forlivese. La presenza

del presidente della Repubblica Sergio Mattarella ha nobilitato l'evento e ha dato la cifra di che cosa rappresenti per il nostro Paese la risorsa del commercio, del turismo e del terziario, tutelati da un'associazione che si accinge a celebrare, ormai, gli 80 anni di rappresentanza accanto alle categorie, dal primo dopoguerra ad oggi.

Nel suo saluto straordinario Mattarella non si è soffermato solo a mettere in luce che cosa facciamo, ma prima ancora ontologicamente chi siamo e quindi che cosa rappresentiamo per il Paese, ripercorrendo le tappe salienti che hanno inestricabilmente connesso commercio, economia e Paese dal Medioevo in poi.

Il presidente Sangalli, con la consueta efficacia, si è concentrato sulla sfida della modernità, sottolineando che il terziario di mercato è centrale per la nuova occupazione e la crescita diffusa.

È quello che abbiamo messo in luce, in ambito locale, nei confronti che Confcommercio nei comuni cesenati in cui si è andato al voto ha tenuto con i candidati sindaci ai quali abbiamo espresso la richiesta di valorizzare il commercio al dettaglio come collante delle città, dal centro alla periferia, di rilanciare il turismo integrato dei nostri territori in una logica unitaria che connetta quello rivierasco, alle attrazioni appenniniche enogastronomiche, sportive, ambientali e paesaggistiche, dando il giusto peso a quello dell'entroterra e dei piccoli borghi che costituiscono una peculiarità della nostra Romagna. Dopo le elezioni il confronto prosegue e anzi si approfondisce ancora di più, coinvolgendo non solo sindaci e amministrazioni, ma anche l'opposizione, con l'obiettivo di mettere in campo un'ampia ed efficace progettualità.

In questi giorni intanto ha preso il via la stagione turistica, con i nostri operatori impegnati sul campo, da Cesenatico, Gatteo e le zone rivierasche sino a Bagno di Romagna, l'intera Valsavio e l'alta valle del Rubicone. Una stagione come sempre preparata nei minimi dettagli all'insegna della programmazione anche da parte di chi, come gli stabilimenti balneari, è in vertenza per il rinnovo delle concessioni ed è costretto a lavorare con la spada di Damocle della scadenza dell'affidamento dello stabilimento.

Confcommercio è loro accanto per evitare inaccettabili penalizzazioni, che purtroppo paiono profilarsi. Ma intanto in Riviera tutto sta girando a pieno ritmo, sarà un'altra estate con grandi risposte dei turisti, la Romagna terra del buon vivere e meta privilegiata della vacanze non tradisce.

L'INTERVENTO DEL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO CARLO SANGALLI

“Continuiamo a essere un grande spazio per fare impresa”

“Le imprese del terziario di mercato creano ogni giorno buona occupazione, coltivano conoscenza, abilitano innovazione, immaginano il futuro collettivo”, che oggi “è incerto, segnato da contraddizioni profonde, da crisi drammatiche”. Così il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha iniziato la sua relazione alla trentottesima Assemblea generale della Confederazione il 12 giugno scorso all'Auditorium Conciliazione di Roma. Ricordando poi che il terziario di mercato ha creato, tra il 1995 ed il 2023, “circa tre milioni e mezzo di nuovi posti di lavoro” ribadendo così la sua centralità “nel creare nuova occupazione e crescita diffusa. Nonostante tutto, continuiamo a creare lavoro e ad essere un grande ‘spazio’ del ‘fare impresa’”.

Produttività, occupazione, crescita è d'altra parte il “circuito” che Confcommercio ha tenuto ben presente anche nel rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale del Terziario: “un buon contratto – ha sottolineato Sangalli – risultato dell'impegno comune delle parti sociali” e che “risponde tanto alle attese del mondo del lavoro

quanto alle esigenze delle imprese perché interpreta le trasformazioni profonde del nostro tempo ed è espressione concreta di responsabilità”. Quella responsabilità che servirebbe per “contrastare una volta per tutte, anche con interventi normativi, il dumping contrattuale, i contratti pirata” rafforzando così “il ruolo della contrattazione esercitata da chi realmente rappresenta il mondo del lavoro e il mondo delle imprese” affermandone in tal modo “la valenza erga omnes: è la risposta più efficace alla questione del salario minimo”. Il presidente di Confcommercio ha quindi lanciato un appello a “perseguire nella riduzione del cuneo fiscale sul costo del lavoro” e a “valorizzare la sinergia tra welfare pubblico e welfare contrattuale e aziendale”, aggiungendo la necessità di “più formazione e di più lavoro,



anche con la programmazione di adeguati flussi di immigrati”. Su un piano più in generale, Sangalli ha poi evidenziato che, nonostante la produttività stagnante e le condizioni della finanza pubblica, il nostro Paese “ha recuperato, in termini economici, ciò che sembrava impossibile, cioè i nove punti di prodotto lordo persi nel solo 2020, andando persino oltre di quattro punti e mezzo rispetto ai livelli pre-pandemici”. Un risultato ottenuto “grazie al contributo di tutti” e che rappresenta una vera e propria “eccezionalità italiana”. Vi ha contribuito enormemente il turismo, che “sta registrando

performance straordinarie e che quest'anno farà ancora meglio”. D'altra parte proprio il turismo, insieme a ricettività e cultura, “dice molto della centralità delle nostre città e dei nostri territori”, ma “il ruolo economico e sociale del commercio, dei servizi di prossimità – ha rilevato Sangalli – si scontra sempre più con il preoccupante fenomeno delle chiusure delle attività nelle città, dai centri storici alle periferie. La desertificazione commerciale è una ferita per l'idea stessa di cittadinanza”. Come combatterla? “Va livellato il campo di gioco: stesso mercato, stesse regole, amministrative o fiscali che siano” e bisogna adottare “politiche pubbliche che riconoscano appieno la funzione economica, sociale e di innovazione dei servizi di prossimità, nel contesto di un'agenda urbana italiana orientata allo svi-

luppo sostenibile”.

Parlando poi del “ruolo strategico delle infrastrutture, dei trasporti e della logistica”, il presidente confederale ha evidenziato che “il futuro è nella doppia transizione, verde e digitale. La sostenibilità o è assieme ambientale, economica e sociale o non è”.

Detto che per le micro e piccole imprese “l'accesso al credito è un problema che resta per lo più irrisolto” e che serve quindi “una riforma complessiva all'insegna dell'innovazione”, Sangalli ha concluso parlando di un “grande classico”: il fisco. E visto che il percorso della riforma “deve necessariamente fare i conti con il sentiero stretto della finanza pubblica e con la disciplina di un rinnovato Patto europeo di stabilità e crescita”, ha sollecitato un “deciso impegno europeo” per una “Global Minimum Tax” che preveda “una giusta tassazione delle grandi multinazionali e delle grandi piattaforme digitali globali”.

Nella foto il presidente nazionale di Confcommercio Carlo Sangalli

IL SALUTO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA MATTARELLA

“Grazie per quello che fate e per quello che siete”



L'Assemblea Generale di Confcommercio ha avuto l'onore di ospitare il Presidente della Repubblica. Sergio Mattarella, che nel suo intervento ha definito il commercio “pilastro del modello sociale europeo, motore decisivo e imprescindibile della nostra economia, oltre che elemento generativo della società moderna”. Il commercio, ha proseguito il Capo dello Stato, “è veicolo di libertà, dà valore alle cose, è innovazione, circolazione di idee, accompagna la crescita delle persone, alimenta la società del benessere, è servizio alla coesione sociale, spinta allo sviluppo, palestra per l'integrazione, termometro dello stato di salute della società, palestra per la legalità”. Ed è degno di elogio, a quest'ultimo proposito, “il progetto di Confcommercio per la legalità”. Così come è degno di riconoscenza, per Mattarella, “quello che avete fatto nei momenti più duri della pandemia, con i negozi aperti diventati in quei giorni presidi della resilienza collettiva: grazie per quello che avete fatto allora, grazie per quel che siete”.

D'altra parte, secondo il capo dello Stato, “le luci dei negozi sono preziose anche per la sicurezza, danno vita a centri storici e quartieri periferici, sono luoghi d'incontro e di amicizia” e dunque “la perdita di 110mila attività negli ultimi anni ha effetti che si riverberano sull'intera società”. È importante, dunque, “la riflessione avviata da Confcommercio nel progetto Cities: sarebbe grave rassegnarsi al declino e bisogna evitare nei borghi lo spopolamento di persone e negozi perché la bellezza e la cultura italiane hanno bisogno di luoghi vivi, visto che danno un contributo sostanziale al ‘senso dell'Italia’”. Il Presidente della Repubblica ha infine speso buone parole per il rinnovo del contratto nazionale del terziario, che “contiene prese di posizione coraggiose contro i contratti pirata: un contratto equilibrato dà diritti e modella la società in cui viviamo”.

Nella foto il presidente della Repubblica Sergio Mattarella nel suo intervento all'Assemblea generale di Confcommercio

L'INTERVENTO DEL MINISTRO DELLE IMPRESE E DEL MADE IN ITALY

“Terziario punta avanzata della performance economica del Paese”



L'Assemblea Generale di Confcommercio si è chiusa con l'intervento del ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, che ha definito il terziario di mercato “punta avanzata della performance economica del nostro Paese”. Una performance tale che “anche nel 2024 cresceremo di almeno l'1%, cresciamo più degli altri Paesi a partire dalla pandemia e cresce soprattutto l'occupazione, con il tasso di inflazione più basso della Ue. L'Italia sta diventando un modello economico e sociale”. Pronunciato un secco “no al fondamentalismo ecologico

in Europa, torni il buon senso del pragmatismo italiano anche nei dossier europei”, Urso si è dedicato nel resto del suo discorso a passare in rassegna i provvedimenti approvati e in via di approvazione da parte dell'Esecutivo di cui fa parte. Tra i primi, ha citato “la legge quadro sul made in Italy”, mentre tra i secondi ha elencato prima fra tutti “la legge annuale sulla concorrenza con misure importanti come quelle sui dehors, così potrete investire con regole certe. D'altra parte le strutture ricettive sono una forza del nostro Paese”. E poi “la prima legge annua-

le su pmi ed artigianato, asse portante del nostro modello produttivo e sociale: dobbiamo facilitarne l'azione sempre di più, a partite dal finanziamento di cui hanno bisogno per proseguire l'attività”. Presto in Consiglio dei ministri anche “la legge di riordino della rete di distribuzione del carburante” e il “Piano transizione Italia 5.0, che per la prima volta mette insieme transizione digitale ed efficientamento energetico, e che riguarderà non solo le imprese industriali ma anche quelle del terziario”.

IL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO PATRIGNANI DOPO IL VOTO DELL'8 E 9 GIUGNO

“Prosegue il confronto con sindaci, giunte e opposizioni”

Cinque sindaci confermati (Enzo Lattuca a Cesena, Silverio Zabberoni a Borghi, Fabio Molari a Montiano, Monica Rossi a Mercato Saraceno e Sara Bartolini a Roncofreddo), quattro nuovi sindaci (Eugenio Battistini a Gambettola, Enrico Spighi a Bagno di Romagna, Moris Guidi a San Mauro Pascoli e Nicola Dellapasqua a Savignano sul Rubicone. Questo l'esito delle consultazioni elettorali amministrative dell'8 e 9 giugno in nove su 15 comuni cesenati andati al voto, nei quali Confcommercio con i suoi presidenti e i



consigli direttivi ha presentato le proprie proposte ai candidati sindaci incontrandoli, oppure condividendo documenti con il decalogo delle richieste. A Cesena, oltre ai tre confronti del consiglio direttivo con i candidati Enzo Lattuca, Marco Casali e Marco Giangrandi (il candidato Paolo Sensini si è aggiunto solo gli ultimi giorni), è stato promosso anche un confronto nell'ambito della Festival Malatestiano della Libertà, moderato alla Biblioteca Malatestiana da Emanuele Chesi, caposervizio della redazione di Cesena del Resto del Carlino, che ha riscosso grande partecipazione di

pubblico. Confcommercio cesenate, in tutte le sue articolazioni, a partire dai consigli direttivi e dai presidenti, si complimenta con i sindaci neoeletti, e con tutti i candidati che andranno ad esercitare l'importante ruolo dell'opposizione e con chi in lista ha dato la propria disponibilità a migliorare la propria città. “Dopo il voto, la nostra associazione - mette in luce il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - ali-

menterà il confronto con le amministrazioni e con le opposizioni esercitando costruttivamente il suo ruolo di corpo intermedio e quindi portan-



do contributi, istanze e proposte per migliorare l'ambiente in modo che diventi più favorevole allo sviluppo. Come più volte abbiamo rimarcato

uno dei principi chiave è quello di creare un territorio in cui la crescita e lo sviluppo siano realmente sostenibili perché non c'è benessere senza sviluppo e non c'è sviluppo senza che le imprese possano svolgere il proprio ruolo di creatrici della crescita. Tra le nostre proposte spicca quella di un piano Marshall, con sostegni straordinari alla rete distributiva in tutti i comuni, dalla periferia al centro storico e piani della mobilità equilibrati che

non penalizzino alcun mezzo di locomozione, e ideologicamente non si prefiggano di contrastare l'utilizzo delle automobili. Confcommercio potenzierà a Cesena i suoi consigli di quartiere per creare presidi sempre più efficaci che fungano da sentinelle nel territorio e nei confronti con i candidati sindaci i nostri esponenti del consiglio direttivo sono intervenuti nel dettaglio su problemi molto concreti per apportare migliorie per quanto attiene problemi sulla viabilità, aree di sosta carenti, situazioni di degrado, sicurezza da potenziare, zone da illuminare in modo più efficace, aree terziarizzate da rendere più aperte e fruibili”: “Un altro ambito del nostro impegno - conclude il presidente Patrignani - riguarda la valorizzazione delle vetrine spente del centro storico con progetti concertati con i proprietari e con l'amministrazione comunale per recuperarle al decoro e alla fruibilità”.

Nella foto l'intervento del presidente Confcommercio Augusto Patrignani affiancato da Francesco Giubilei presidente di Nazione Futura, i tre candidati sindaci e il moderatore.

LAVORO NEI PUBBLICI ESERCIZI

Fipe-Confcommercio, rinnovato il contratto collettivo nazionale



Dopo un'impegnativa negoziazione, la Fipe Confcommercio ha firmato con le Organizzazioni Sindacali il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti dei settori dei Pubblici Esercizi, della Ristorazione Collettiva e Commerciale e del Turismo. Il contratto è stato sottoscritto, oltre che dalla Federazione, anche da Legacoop Produzioni e Servizi, Confcooperative Lavoro e Servizi e AgciServizi. Scaduto il 31 dicembre 2021, il CCNL interessa oltre 300mila imprese e si applica a oltre un milione di lavoratori. Tra le principali novità, l'aumento in

busta paga di 200 euro a regime, il rafforzamento dell'assistenza sanitaria integrativa e una durata di tre anni e mezzo, con scadenza il 31 dicembre del 2027.

“Il rinnovo di questo CCNL, che rappresenta il terzo Contratto di lavoro più applicato nel nostro Paese dopo quello del Terziario e del settore Metalmeccanico, rappresenta un risultato importante in vista dell'ormai imminente avvio della stagione estiva. Aver sottoscritto il contratto in questo contesto, dopo i danni delle tante recenti emergenze, è segno di responsabilità sociale, capacità di visione, competenza tecnica e coraggio di tutte le parti presenti al tavolo negoziale”, ha dichiarato Lino Enrico Stoppani (nella foto), Presidente Fipe-Confcommercio. “Il Contratto di lavoro costituisce un presidio di legalità per operare in un mercato con regole chiare, migliorare la qualità dei servizi resi alla collettività e dare maggiori tutele ai lavoratori. Dopo aver

subito lo shock del post pandemia - ha proseguito Stoppani - il settore si sta riprendendo e questo è un segnale importante per contribuire a rafforzare l'attrattività di un ambito produttivo che, con oltre 54 miliardi di euro di valore aggiunto, costituisce uno dei settori strategici e di punta del Made in Italy.” In particolare, le Parti hanno previsto una significativa revisione della classificazione e dell'inquadramento del personale, fermi dagli anni Novanta, per renderli più rispondenti alle mutate esigenze del mercato e alle nuove tipologie di offerta. Sono state rafforzate inoltre le normative in materia di diritti individuali delle lavoratrici e dei lavoratori, come le misure di contrasto alle violenze e alle molestie nei luoghi di lavoro e i congedi per le donne vittime di violenza.

“Una contrattazione lunga, ma equilibrata che ci ha portato ad ottenere un eccellente risultato per l'intero comparto con un au-

mento salariale doppio rispetto al precedente rinnovo del 2018” - ha commentato Cristian Biasoni, Vice presidente Fipe-Confcommercio con delega al lavoro e presidente Aigrim, associazione delle imprese di grande ristorazione multilocalizzate. - Abbiamo così dimostrato un grande senso di responsabilità verso le persone che operano nel settore, che svolgono un lavoro impegnativo e da tempo chiedevano una piattaforma contrattuale aggiornata. L'Italia è il secondo mercato della ristorazione in Europa con un valore annuo di oltre 100 miliardi di euro, un distretto strategico per il Paese, perché inserito nella filiera agroalimentare e turistica, che vale circa il 13% del Pil nazionale. Con questo contratto le imprese, oltre a ridare vigore ad un settore che è fiore all'occhiello del nostro Paese, si impegnano a riversare nel tessuto economico italiano oltre 5 miliardi di euro nei prossimi tre anni e mezzo”.

RIVIERA CESENATE

I turisti stranieri sono in aumento, ma la stagione è partita a rilento



Una stagione turistica che è partita a rilento, se consideriamo che il territorio sta registrando più o meno gli stessi numeri dello scorso anno, colpito e penalizzato dall'alluvione di maggio. Gli operatori del settore dell'ospitalità indicano un'occupazione che si attesta intorno ad un 60/70% circa; lo stesso giudizio viene espresso dal mondo della ristorazione, punto di forza e vanto per Cesenatico. Quindi bene ma non benissimo. Sicuramente i numeri positivi dell'inizio stagione (da Pasqua ai ponti primaverili, fino a maggio compreso), - mette in luce il responsabile Confcommercio Roberto Fantini - sono dovuti in particolare all'aumento degli stranieri, specialmente nel periodo di Pentecoste, ed ai tanti eventi sportivi che la nostra città abitualmente ospita, dal Challenge di Triathlon, alla Nove Colli, alla Spartan Race. Le difficoltà ed i rallentamenti in

termini di arrivi e presenze, invece, sono dovuti a diversi fattori concomitanti: principalmente alle avverse condizioni meteo ed alle elezioni amministrative, alle difficoltà economiche che la crisi strutturale ha intensificato all'interno di tante famiglie e al contemporaneo aumento dei costi che colpisce sia i turisti (carburante, autostrade, prezzi della vacanza) e sia le attività che devono far fronte in primis ai rincari energetici e delle materie prime.

Ma l'aspetto maggiormente negativo è da addebitare in particolar modo alla difficoltà infrastrutturale di raggiungere la Romagna. Potremmo ospitare molti più stranieri - come le località balneari del Veneto e del Friuli - se il nostro territorio avesse collegamenti aerei e stradali più efficienti". Per Confcommercio - prosegue il presidente Confcommercio Giancarlo Andriani - non è più derogabile l'impegno a risolvere i gravissimi problemi infrastrutturali per cui il vero grande obiettivo da centrare nel prossimo futuro è quello di migliorare con investimenti importanti le infrastrutture che collegano il nostro territorio al resto del mondo.

Detto questo e fatta questa prima ancora prematura disamina della stagione, siamo certi che con la bella stagione e l'estate

ormai iniziata, le nostre imprese sono come sempre pronte a ricevere con professionalità e grande senso di ospitalità che ci contraddistingue i tantissimi affezionati clienti.

Una grande mano in termini di promozione turistica, arriverà sicuramente dal Tour de France, le tappe che transiteranno per la nostra regione ed in particolare quella che con arrivo previsto a Rimini attraverserà buona parte della Romagna, oltre alla tappa successiva del prossimo 30 giugno con partenza da Cesenatico, forse senza rendercene conto appieno, rappresentano una forma promozionale che potenziale non ha pari.

Il Tour de France, per seguito televisivo, rientra nelle prime tre posizioni tra i maggiori eventi sportivi a livello mondiale, con Olimpiadi e Mondiali di calcio. Pertanto la cassa di risonanza garantito da emittenti televisive, giornali e social media in tutto il Mondo sarà impressionante. Dovremo però saper ottimizzare al meglio questa grande visibilità che ci sarà data per non perdere l'occasione di promuovere e commercializzare Cesenatico e la Romagna, prima e dopo l'evento ciclistico più importante e seguito al mondo.

Nella foto Giancarlo Andriani e Roberto Fantini

CONSULTA REGIONALE DI CONFCOMMERCIO A CESENATICO

Si comincia già a lavorare sulla promozione per il 2025



Si è tenuto nella sede di Confcommercio Cesenatico il Consiglio della Consulta Regionale del Turismo di Confcommercio Emilia Romagna, cui aderiscono i rappresentanti di Faenza, Federalberghi, Fivette e Fipe.

All'ordine del giorno l'andamento dei mercati turistici e la programmazione delle azioni promozionali 2025, argomenti sui quali è intervenuto il Direttore di Apt Servizi Emilia Romagna Emanuele Burioni.

Erano presenti ai lavori il Presidente Amedeo Fanza, il Direttore Confcommercio E.R. Pietro Fantini, Patrizia Rinaldis e Alessandro Giorgetti per Federalberghi, Franco Vitali e Terzo Martinetti per Faenza, Giovannino Montanari per Fivette, Angelo Malossi per Fipe, oltre al Presidente Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andriani.

Nella foto i membri della Consulta Regionale del Turismo

BALNEARI. BATTISTONI CONFERMATO NELLA GIUNTA NAZIONALE SIB

“Vogliamo tutelare gli stabilimenti e il nostro modello di balneazione”



Si è svolto il rinnovo delle cariche sociali del Sib, il Sinda-

cato Italiano dei Balneari, che ha visto la conferma di Antonio Capacchione a Presidente nazionale e di Simone Battistoni (nella foto), presidente Sib Emilia Romagna, come membro della giunta.

Dal rinnovo delle cariche si è ribadito un rinnovato impegno per una legge che superi l'attuale caos amministrativo, fornendo un quadro di certezze agli operatori pubblici e privati. Una legge che, quindi, applli-

chi correttamente la direttiva Bolkestein, così come chiarito dalla Corte di Giustizia dell'Unione Europea. Il presupposto per la messa a gara delle concessioni demaniali marittime vigenti è la verifica della scarsità della risorsa demanio: cioè se c'è o meno l'impossibilità del rilancio di nuove concessioni demaniali.

“Sib-Fipe è decisa a porre in essere tutte le iniziative sindacali necessarie, senza escludere

nulla, per la tutela delle aziende e la difesa di un modello di balneazione attrezzata che il mondo ci invidia. - chiarisce il presidente regionale Simone Battistoni -. Le azioni messe in atto saranno plurime, articolate e comunque attente ad evitare danni alla clientela ed al turismo italiano, finalizzate a sensibilizzare l'opinione pubblica sul ruolo, la funzione ed il valore della balneazione attrezzata italiana ed a eviden-

ziare gli effetti devastanti di un provvedimento profondamente sbagliato, che danneggia gravemente le aziende attualmente operanti e soprattutto il sistema turistico del paese, che ha nella balneazione italiana un modello di successo e di vantaggio competitivo nel mercato internazionale delle vacanze. Non siamo rassegnati ma ancora più determinati a difendere il nostro lavoro e le nostre aziende.”

IL TOUR DE FRANCE FA TAPPA A CESENATICO

“Un evento grandioso che ci proietta nella storia”



Domenica 30 giugno Cesenatico scriverà una della sua pagine di storia più importanti con la seconda tappa del Tour de France - che per la prima volta esordirà in Italia - che partirà dalle sue strade per arrivare

fino a Bologna. La prestigiosa corsa di ciclismo francese, terzo avvenimento più seguito nel mondo dopo le Olimpiadi e i Mondiali di calcio, porterà la carovana gialla nella città del porto canale leonardesco.

“Sarà un evento grandioso per la nostra cittadina - commenta il presidente di Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andriani (nella foto) - Cesenatico è abituata a gestire grandi eventi ciclistici, ma la presenza della corsa ciclistica più importante e seguita a livello mondiale, darà alla nostra riviera un'opportunità di visibilità forse senza precedenti.

L'organizzazione del villaggio di partenza, la carovana e il percorso dei corridori interesseranno diverse zone del territorio e ci auguriamo siano occasione di promozione per il nostro turismo. Nel frattempo gli operatori si stanno attrezzando per prepararsi ad accogliere la carovana come solo i romagnoli sanno fare nel mondo: con calore, simpatia ed efficienza.”





MAURIZIO CALISESI
ASSICURAZIONI



Groupama
Assicurazioni

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

CRITICHE AL REGOLAMENTO DEL COMUNE DA CONFCOMMERCIO DI CESENATICO E FIPE

Nuove regole per i dehors, troppi vincoli: pubblici esercizi penalizzati



Il Comune di Cesenatico ha approvato nei giorni scorsi il nuovo regolamento dei Dehors (andrà in vigore tra un anno) con l'aggiunta degli elementi "d'arredo" auto-

rizzabili nell'occupazione suolo pubblico, in accordo con la Soprintendenza.

Fipe-Confcommercio di Cesenatico non condivide le prescrizioni dettate dalla Soprintendenza e di conseguenza la scelta dell'Amministrazione comunale di procedere all'approvazione del nuovo abaco, le nuove regole risultano particolarmente stringenti perché stabiliscono in modo troppo rigoroso sia il materiale, che le forme e i colori degli arredi autorizzabili. L'associazione conviene sulla valutazione di fondo che le regole devono esserci e che vadano fatte rispettare, ma il rischio di questo nuovo regolamento è rendere tutto fin troppo omogeneo con tra l'altro un aggravio dei costi da parte degli imprenditori, senza che ci siano veri benefici rispetto all'attuale regolamento, anzi piuttosto dei passi indietro. In particolare Fipe-Confcommercio critica gli elementi di delimitazione e protezione al vento, la richiesta era ed è, di mettere in

protezione la clientela nei mesi più freddi (i dehors a Cesenatico sono consentiti da marzo alla prima domenica di novembre), consentendoli solo su tre lati rende inutile la loro funzione. Altri punti fortemente criticati sono quelli di vietare l'installazione di fioriere sul lato della passeggiata, che consentono da un lato di delimitare con precisione l'occupazione delle pedane e dall'altra di separare adeguatamente chi siede a tavola da chi è in passeggiata.

Infine risulta essere assolutamente incomprensibile (e privo di logica) la richiesta della Soprintendenza di ritirare all'interno del locale, nelle ore notturne, i mobiletti di servizio, per quale motivo? Tavoli, sedie, ombrelloni e gazebo possono restare all'esterno, mobiletti di servizio devono essere ritirati di notte.

"Comprendiamo le ragioni di dare un po' di ordine, spesso anche contro abusi o insediamenti non allineati in quello che è il contesto storico - commentano



Roberto Fantini, responsabile di Confcommercio Cesenatico e Angelo Malossi, presidente della Fipe cesenate (nelle foto) - tuttavia questo provvedimento arriva nel momento in cui è ancora in vigore una deroga al parere preventivo della Soprintendenza. Inoltre il ministro D'Urso ha dichiarato di voler rendere strutturale nel prossimo DDL concorrenza una normativa sui Dehors, con una stesura di regole nazionali in accordo con i comuni e le associazioni di categoria che superino

definitivamente le discrezionalità delle Soprintendenze. I Dehors hanno riaperto le città dopo i danni della pandemia aumentando l'ospitalità dei centri storici e quindi l'attrattiva turistica - concludono Fantini e Malossi - riteniamo quindi imprudente approvare questo nuovo regolamento senza attendere quello nazionale e sosteniamo una semplificazione strutturale sapendo di tutelare gli interessi delle nostre imprese ma anche della città."

NUOVA APERTURA SUL PORTO CANALE

Gigas, seconda insegna dei fratelli Zeqiraj

Gigas, il nuovo locale che ha appena aperto sul Porto Canale, deve il suo nome ad una tipologia di ostriche pregiate, che si possono trovare in abbinamento con vini e Champagne. Il ristorante è la seconda insegna dei giovani fratelli Bruno ed Ivan Zeqiraj, inaugurata dal Sindaco di Cesenatico Matteo Gozzoli e dal presidente e dal responsabile territoriale di Confcommercio, Giancarlo Andriani e Roberto Fantini (nella foto).

"È un segnale positivo vedere una

nuova insegna che apre in centro, contraddistinta da una così alta qualità dei prodotti e guidata dai due giovani soci e fratelli che a Cesenatico si sono già distinti per la loro bravura e il talento", commentano i rappresentanti di Confcommercio. I titolari propongono piatti di pesce fresco, ma anche innovazioni gastronomiche, aperitivi di qualità, tapas a base di pesce, una carta di formaggi selezionati, salumi del territorio e appunto diverse qualità di ostriche.



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 TEMPERATURA DEDICATA



CONNETTIVITÀ

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



CYBERSECURITY

PREVENE 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

ARCHIVA 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

seguici su LinkedIn

altre proposte per aziende

RELAX AND MIND

DUE GIORNI DI
TEAM BUILDING

CONDOTTI DA
ATTIVITÀ ESPERIENZIALI

PER FAR CRESCERE IL LEGAME
CON I PROPRICI COLLABORATORI

DAL 5 AL 7 LUGLIO LA ROMAGNA SI TRASFORMA NEL PIÙ GRANDE DANCE FLOOR A CIELO APERTO D'ITALIA

Dalla Notte Rosa al Weekend Dance

Sarà una Notte Rosa nel segno del ballo, dai ritmi folk alla danza sportiva, dal country al liscio, dalla disco dance all'hip hop, dal rock al lindy hop, passando per il mondo del clubbing e delle discoteche.

Una grande festa collettiva, che vedrà dal 5 al 7 luglio accendere fino all'alba tutta la Romagna, lungo i 110 km di costa (e non solo) tra le pro-



vince di Rimini, Forlì-Cesena, Ravenna e Ferrara, dalla spiaggia alla collina, dai locali ai luoghi d'arte, tra concerti gratuiti con grandi nomi della musica nazionale e in-

ternazionale, installazioni artistiche, mostre, fuochi d'artificio, spettacoli, magiche scenografie, tingendo di rosa strade, piazze, stabilimenti balneari, alberghi, monumenti. Un evento corale, un vero e proprio Capodanno estivo, che celebra la danza e la voglia di divertirsi e che con la sua travolgente allegria contagia ogni anno centinaia di migliaia di persone.

VALLE DEL SAVIO: CONCLUSI I LAVORI SULLA STRADA STATALE 71

Riaperto il collegamento fondamentale per l'economia del territorio



A tredici mesi dall'alluvione che ha danneggiato un lungo tratto della Statale 71 impedendone l'utilizzo, si sono conclusi i lavori di ripristino della carreggiata così da ristabilire il passaggio dei mezzi senza limitazioni.

Alla riapertura della strada erano presenti varie autorità, tra cui i sindaci Enrico Cangini di Sarsina, Enrico Spighi di Bagno di Romagna ed Enrico Salvi di Verghere-

to. Presenti anche il viceministro Galeazzo Bignami e la parlamentare Alice Buonguerrieri.

La strada si era interrotta per una frana nel maggio 2023 e la sua inevitabile chiusura aveva comportato gravi disagi sia ai residenti che alle imprese.

"Salutiamo con favore l'apertura della strada - dichiarano il presidente Confcommercio di Sarsina Romano Rossi - in quanto i disagi per le imprese erano veramente enormi e ringraziamo le autorità che si sono adoperate per il suo

ripristino. Ora speriamo che si concludano presto anche i lavori della Galleria di Quarto così da rendere più fruibile il passaggio dalla Vallata del Savio a vantaggio non solo della comunità ma anche dell'attrattività turistica che le bellezze del nostro appennino richiamano d'estate".

La conclusione dei lavori sulla Statale 71, oltre a ripristinare l'accessibilità del territorio come già detto, consentirà il passaggio della manifestazione ciclistica internazionale del "Tour del France", che passerà sulle strade della Vallata per concludere la tappa a Cesenatico.

Nelle foto il presidente Confcommercio di Sarsina Romano Rossi e i quattro sindaci di Verghereto, Bagno di Romagna, Sarsina e Mercato Saraceno interessati alla riapertura del tratto della statale 71.



NUOVI STRUMENTI PER IL RILANCIO DEI CENTRI STORICI E DELLE AREE URBANE

Risorse con la legge regionale, servono sindaci animatori e intraprendenti

Le criticità che da parecchio tempo stanno investendo il settore del commercio e le attività che si svolgono lungo le strade, nel centro urbano e nelle periferie sono note da tempo, ma si stanno ora inasprendo incalzate da nuove modalità di vendita e di erogazione dei servizi, come la vendita online e smaterializzazione dei servizi. Tali fenomeni investono non solo il commercio ma anche tante altre attività, basti pensare a ciò che è accaduto nel settore bancario per capire come anche settori solidissimi si sono dovuti ripensare spinti dalle trasformazioni non solo dell'organizzazione dei servizi, ma anche dal persuasivo cambiamento degli stili di vita dovuti dalle nuove tecnologie. Il processo sta riguardando tutti

gli ambiti della vita e tutto ciò che caratterizza il nostro attuale quotidiano. Non è possibile oggi pensare allo sviluppo di iniziative e di imprese prescindendo da un'organizzazione tecnologicamente avanzata, che impieghi risorse per essere presenti ed efficaci sui social. Ciò non sta impattando solo sulle imprese ma anche sulla forma della città, acuendo le criticità, riducendo la capacità di servizio del territorio.

Infatti le strade delle nostre città portano segni di queste criticità, le attività che per tradizione si svolgevano ai piani terra, quasi come un nastro continuo degli esercizi, negozi, vetrine, sono una risorsa che non si può più dare per scontata. Il tema quindi non riguarda più



solo un settore, pur importante per numero di imprese ed occupati, ma della collettività. Da qui la necessità di adottare metodologie e nuovi strumenti di intervento adeguati al problema.

"È necessario condividere, coinvolgere e dare una visione di prospettiva al fine di implementare una nuova fase di sviluppo, di valorizzazione con nuovi pa-

radigmi. - dichiara il presidente Confcommercio Augusto Patrignani (nella foto) - E' necessario quindi intercettare nuove energie e suscitare capacità di investimento nelle imprese e di responsabilità dei privati proprietari immobiliari, se vogliamo rigenerare la vitalità del tessuto urbano e rilanciare il suo valore nel medio e lungo periodo. Se le imprese non avranno ad esempio un ricambio, rimarranno competitive solo le main street delle città di maggior rilievo e carattere, che sommano funzioni e flussi, lavorativi, residenziali e turistici, con un'offerta omologata."

"Va raccolta la sfida lanciata dalla Regione - continua il direttore di Confcommercio cesenate Giorgio Piastra - e va messa in

atto un'azione di valorizzazione dell'economia urbana che porti ad un miglior coordinamento e convergenza d'azione del pubblico e del privato. Con la condivisione di progetti di intervento su specifici perimetri territoriali, la L.R. 12/23 permette progetti per la riqualificazione sostenibile e la valorizzazione delle aree a vocazione commerciale, comprese le aree mercatali." Occorre in definitiva che i Sindaci dei Comuni del comprensorio intraprendano in sinergia con le associazioni, una nuova fase di interventi per cogliere le opportunità offerte dalla legge che promuove nuovi strumenti di intervento, come gli Hub Urbani e di prossimità, al fine di contribuire a dare una visione di prospettiva alle imprese presenti.

HA APERTO IN VIA GARIBALDI A RONCOFREDDO

Teddy, nuovo bar nel cuore del paese



Ha inaugurato in pieno centro a Roncofreddo il nuovo bar Teddy, che ha preso il posto di una storica gelateria che ha dovuto chiudere a causa dei danni causati dall'alluvione del maggio 2023.

"Teddy" prende il nome dal soprannome di Teodor, figlio della titolare Nadia Dimitrova, e suo collaborare familiare insieme al marito Todor e all'altro figlio Ivo. "Siamo molto orgogliosi di questa nostra nuova attività che abbiamo potuto aprire an-

che grazie al supporto dell'azienda agricola Guidi. - spiega la titolare - Questo sogno è nato quando mio figlio Teddy si è diplomato all'alberghiero e ci ha espresso la volontà di seguire la sua passione." All'inaugurazione hanno partecipato anche la sindaca Sara Bartolini, fresca di rielezione e molto entusiasta di questa nuova avventura imprenditoriale, e il referente di Confcommercio Rubicone Paolo Vangelista. "E' bello vedere questa nuova apertura a

Roncofreddo, paese che ha subito gravi danni dall'alluvione. - spiega Vangelista - Ma soprattutto come Confcommercio ci piace sottolineare come tutta la famiglia di Teodor si sia adoperata per aiutarlo a realizzare il suo sogno."

Il bar in Via Giuseppe Garibaldi 62, in pieno centro a Roncofreddo, sarà aperto tutti i giorni tranne il martedì, dalle 6 della mattina fino a sera. Nella foto l'inaugurazione



NOVITÀ IN CENTRO STORICO A CESENA

La Boghè, nuovo locale con prodotti tipici argentini

Nel dinamico contesto dei pubblici esercizi del centro storico di Cesena, la giovanissima argentina Paulina Bogue ha aperto un nuovo locale dall'allegria sudamericana.

In Italia da soli due anni, Paulina che oggi di anni ne ha 21, ha deciso di trasferirsi nel nostro paese per aprire un'attività anche grazie alla collaborazione di alcuni connazionali giovani come lei.

"Fin da piccola avevo il desiderio di aprire un locale insieme alla mia famiglia, ma il contesto economico del mio paese è ancora molto difficile e ho quindi deciso di realizzare il mio sogno in Italia anche per aiutare i miei familiari da qui. - dichiara Paulina Bogue - Ho scelto Cesena per il calore della Romagna, che ha caratteristiche simili a quelli dell'Argentina. Inoltre è per me un'occasione per far conoscere più da vicino le nostre specialità. Nel locale

propongo aperitivi con prodotti tipici argentini, come il vino rosso Malbec che proviene da Mendoza, il vino bianco New Age che accompagno con empanadas tipici fagottini sfiziosi e sandwich de miga, basandomi sulle ricette di famiglia. Ma siamo aperti dalla mattina, mi piace regalare allegria ai miei clienti fin dall'inizio della giornata."

Il locale si intitola LaBoghè, da una forma dialettale del suo cognome, e ha aperto in Corso Garibaldi 40b, all'angolo della Galleria Isei, a poca distanza dal Teatro Bonci e vicino al parcheggio del Sacro Cuore che entro l'anno sarà reso pubblico.

Nella foto l'inaugurazione avvenuta sabato 8 giugno, hanno preso parte il Sindaco di Cesena Enzo Lattuca, il presidente Fipe Angelo Malossi e il vicepresidente di Confcommercio Alverio Andreoli.

IL BILANCIO SEMESTRALE DI CONFCOMMERCIO

Cresce il numero degli associati

È tempo di un primo bilancio in casa Confcommercio Cesenate. Nonostante la congiuntura economica sia complicata e il commercio un settore strutturalmente in calo, la nostra associazione di categoria sta registrando numeri crescenti sia in termini di imprese associate che di servizi erogati.

“Ciò è dovuto da due fattori intrinseci – spiega il direttore della Confcommercio Cesenate Giorgio Piastra (nella foto) – Siamo un’associazione molto attiva dal punto di vista sindacale: da sempre diciamo che i problemi dei nostri soci sono i nostri problemi, per questo non ci tiriamo mai indietro nel spenderci per risolvere e, quando è possibile, prevenire tutte quelle problematiche di tipo sindacale, che richiedono capacità relazionali importanti nei confronti delle istituzioni. È un lavoro in cui



crediamo molto e che costantemente ci fa ottenere soddisfazioni. Ma accanto a questo aspetto dobbiamo ricordare i nostri servizi all’avanguardia. Non forniamo soltanto tenuta dei libri paga o della contabilità, come si faceva una volta, ma

siamo una società di consulenza a 360° che continuamente stimola l’imprenditore a fare meglio, a mettersi in discussione perché abbiamo sia l’esperienza che gli strumenti innovativi per entrare nel merito anche delle difficoltà più grandi per le imprese.” In questi primi sei mesi dell’anno, i numeri dell’associazione sono aumentati del 5%, passando da 2.050 associati a dicembre 2023 a 2.152 di giugno 2024. Un ottimo risultato dovuto ad un lavoro di squadra, dove gli obiettivi da raggiungere si condividono e si raggiungono insieme.

RIGENERA IMPRESA

Adeguati assetti organizzativi, alle imprese richiesta una corretta gestione

Il 15 luglio 2022 è entrato in vigore il nuovo Codice della Crisi d’impresa e dell’insolvenza: un nuovo corpo normativo che introduce una serie di obblighi a carico degli amministratori e degli organi di controllo volti a attuare procedure atte a rilevare tempestivamente la crisi di impresa.

L’imprenditore individuale deve adottare misure idonee a rilevare tempestivamente lo stato di crisi e assumere senza indugio le iniziative necessarie a farvi fronte.

L’imprenditore collettivo deve istituire un assetto organizzativo, amministrativo e contabile adeguato ai sensi dell’articolo 2086 del Codice Civile, ai fini della tempestiva rilevazione dello stato di crisi e dell’assunzione di idonee iniziative.

“Tale normativa – spiega il vicedirettore di Confcommercio Alberto Pesci (nella foto) – è volta a promuovere un’efficiente e corretta gestione dell’impresa al fine di identificare la presenza di segnali che precedono la crisi dell’impresa e, quindi, a predisporre interventi tempestivi per risolverla e favorire il costante monitoraggio dell’andamento dell’attività imprenditoriale. La mancanza di tali



adeguati assetti potrebbe essere ritenuta una grave irregolarità nella gestione dal tribunale competente, con conseguenze sfavorevoli per l’organo di controllo societario, per gli amministratori e per gli organi delegati alla cura di tali assetti.”

Quindi, di conseguenza, gli adeguati assetti devono poter consentire di:

- rilevare con anticipo un possibile stato di crisi aziendale;

- dotare sin da subito gli organi gestionali di tutte le informazioni necessarie per una reazione tempestiva ed appropriata alle potenziali criticità. Nella definizione degli adeguati assetti occorre inoltre tenere in considerazione i seguenti elementi:

- criticità generali nel definire gli assetti a seguito della natura e delle dimensioni dell’impresa;
- gestione del rapporto con gli istituti di credito, con frequenti situazioni di sovra-indebitamento;
- criticità nel favorire l’eventuale passaggio generazionale dell’impresa.

Ri-genera Impresa – società di consulenza di Confcommercio cesenate – può supportare l’imprenditore in tema Adeguati Assetti e nel diffondere la cultura d’impresa.



Tel. 0547 1938080

www.rigeneraimpresa.it

GROOVE PARTNER DI CONFCOMMERCIO AFFIANCA LE IMPRESE

Cybersecurity contro la crescita dei crimini informatici

L’Italia è nel mirino degli hacker: + 65% degli attacchi nel 2023. È quanto emerge dal Rapporto 2024 del Clusit, l’Associazione italiana per la sicurezza informatica che restituisce un quadro peggiorativo degli attacchi cyber rispetto all’anno precedente. Oltre la metà degli attacchi - il 56% - ha avuto conseguenze di gravità “critica” o “elevata”. Inoltre secondo la rilevazione tematica di Eurobarometro della Commissione europea in Italia la quota di micro, piccole e medie imprese che nell’ultimo anno ha fronteggiato almeno un attacco informatico è del 37%, superiore di 9 punti percentuali rispetto al 28% della media Ue.

Nel nostro territorio l’incidenza del fenomeno è inferiore rispetto al dato medio nazionale, ma comunque sia preoccupante. Sul podio regionale, dove i reati informatici hanno registrato una crescita maggiore, tre province del nostro territorio: Rimini (+25,7%), Ferrara (+23%) e Forlì-Cesena (+20,3%).

Se il contesto è questo, per le piccole e medie imprese la prevenzione è un fatto sempre più urgente. Ne abbiamo parlato con Enrico Marchesini (nella foto), socio e fondatore di Groove Srl che ha lo scopo di accompagnare le aziende nella digitalizzazione con soluzioni personalizzate.

Quali sono le aziende in Emilia Romagna più soggette ad attacchi hacker? Gli attacchi hacker hanno il fine di danneggiare l’attività aziendale per provocare un riscatto in denaro, indipendentemente dalla tipologia del settore. Oramai gli attacchi vengono fatti randomici per cui i sistemi di attacco malevolo, se individuano delle falle in un sistema attaccano senza distinzione. Ne consegue che le attività più soggette ad attacchi hacker non sono solo quelle che hanno dei dati “più sensibili di altri”, ma semplicemente sono quelle meno protette.

In questo contesto di forte digitalizzazione, le PMI sono spesso im-

preparate a gestire l’imprevisto. Cosa deve fare un’azienda in caso di attacco? La crescita della digitalizzazione delle nostre imprese è un aspetto fortemente positivo, ma deve di pari passo crescere la consapevolezza aziendale di avere un



piano B. Cioè un piano di Disaster Recovery con indicate le procedure da eseguire in caso di attacco o data breach. Senza sistemi di data protection, cioè sistemi che tutelano i dati aziendali, i tempi di ripartenza per un’attività interrotta non sono certi, con tutto quello che ne consegue per chi deve ripristinare

l’operatività aziendale.

Un imprenditore poco esperto, quali avvertimenti non deve sottovalutare? Gli attacchi più comuni sono attacchi di phishing e quelli che intercettano le password per poter accedere a portali aziendali e/o privati. I segnali più frequenti sono la ricezione di mail strane da persone sconosciute o la richiesta di denaro urgente tramite carta di credito. L’imprenditore è sempre più esposto a questi attacchi informatici; l’investimento in innovazione e formazione è necessario non farsi trovare impreparati di fronte a queste eventualità.

Qual è il valore di Groove per un’azienda che cerca tutela digitale? Il nostro impegno è aumentare la percentuale di imprese che hanno compreso l’importanza di

proteggersi. Per la competenza maturata in anni di attività e consulenza nei settori IT e TLC garantita dalla fidelizzazione di clienti, per la trasversalità dei servizi forniti che permettono tempi di risoluzione brevi e certi. Perché utilizziamo fornitori e servizi di alta gamma qualitativa che rendono sicure e protette le reti informatiche gestite.

Un’ultima domanda. Avete aderito al progetto Edi di Confcommercio, qual è la vostra ambizione? Creare consapevolezza e cultura in ambito di sicurezza informatica, transizione digitale semplice e mirata, sfruttando i fondi del Pnrr e potendo contare su un partner come Confcommercio che da sempre è vicino alle imprese.



Tel. 0547 179500

www.groovesrl.com

ONLINE IL NUOVO SITO DELLA SCUOLA DI CUCINA

Icook ha cambiato look

È online il nuovo sito di Icook Taste&Share, che non è più solo un sito di informazione sui corsi in partenza, ma un luogo digitale in cui l’esperienza dell’e-commerce è piacevole e veloce.

Un modo per raggiungere ancora più da vicino l’utenza, soprattutto giovane, che sempre più accede ai corsi brevi che rendono l’innovazione culinaria alla portata di tutti: un luogo in cui gli amatori possono accrescere la propria cultura e i professionisti possono perfezionarla.



ha realizzato 50 corsi per totale di 240 ore di lezioni. Ben 779 i corsi portanti in aula, un numero altissimo per una realtà locale che - dopo lo stop imposto dal Covid

- si sta consolidando come punto di riferimento tra chi vuole coniugare la passione con l’alta cucina.

Fino al 28 giugno sul nuovo sito (<https://www.ikook.it/>) è attiva una promo speciale rivolta ai corsi “per passione”, l’occasione per chi ancora non conoscesse la scuola di acquistare uno dei prossimi corsi che saranno attivi da settembre.

ok.it/) è attiva una promo speciale rivolta ai corsi “per passione”, l’occasione per chi ancora non conoscesse la scuola di acquistare uno dei prossimi corsi che saranno attivi da settembre.

RILEVAZIONE DI JOB&WORKERS

Personale di sala è il profilo più ricercato

La stagione estiva si è appena inaugurata e Job&Workers, progetto pilota di ricerca del personale lanciato lo scorso anno da Confcommercio Cesenate, Fipe e InfoJobs Italia, sta seguendo circa quaranta ricerche per personale di cucina da inserire nel comprensorio cesenate, riviera compresa: chef, cuochi capo partita, aiuto cucina, lavapiatti. Oltre 5.000 profili sottoposti a screening provenienti dall’Emilia Romagna e oltre 10.000 provenienti da fuori regione in occasione della stagione estiva.

L’80% sono candidati provenienti da lunga esperienza nel settore del turismo o da istituti alberghieri; dalle scuole i giovanissimi neodiplomati sono incuriositi dal settore della ristorazione, hotellerie, pasticceria e panificazione. Ovviamente, le giovani generazioni si avvicinano al nuovo mercato del lavoro con cautela, un po’ di insicurezza data dalle grandi conseguenze

sociologiche del periodo Covid, per cui ricercano non solo un’opportunità di lavoro e di crescita ma anche un ambiente che possa garantire un solido equilibrio vita-lavoro.

Molte sono le strutture nel territorio, stagionali e annuali, che si stanno impegnando a rivedere a livello organizzativo la turnazione per poter offrire almeno 2 giorni di riposo settimanali, a rotazione persino nel weekend. Un modello di lavoro che sta ripagando coloro che ricercano personale e si augurano di mantenerlo costante sul lungo termine.

Il Centro Studi Fipe dichiara che il 77% delle assunzioni avverrà tramite contratti a tempo determinato, l’8% a tempo indeterminato, la restante parte delle collaborazioni sarà regolata con contratti di apprendistato e altre tipologie contrattuali.

Nella foto Silvia Venturi coordinatrice di Job&workers



Tel. 0547 639898

327 3184500

www.jobandworkers.it

PROGETTO DI RESTYLING E MARKETING PER RILANCIARE LO STORICO SPAZIO COMMERCIALE IN CENTRO

Nuova veste per il mercato ambulante di Cesena

A Cesena, il mercato ambulante del mercoledì e del sabato si rifà il look e presenta una nuova, coordinata e colorata veste grafica nell'ambito di una importante fase di rinnovamento generato dal naturale ricambio generazionale, voluto dall'Amministrazione comunale e le associazioni Fiva Confcommercio e Anva Confesercenti.

Dai primi di giugno, passeggiando tra i banchi che animano e colorano piazza del Popolo, viale Mazzoni e le vie Pio Battistini, Fratelli Rosselli e IX Febbraio, i fruitori del mercato si sono imbattuti nei nuovi e colorati standards e proposti a coronamento di una complessiva opera di branding e marketing programmata in due distinte fasi di lavoro. La prima inerente all'aspetto grafico, la seconda interessata invece dalla distribuzione e relativa esposizione dei materiali di segnaletica e arredo urbano. Nel corso di questi giorni ciascun operatore infatti ha ricevuto il proprio kit composto da cartoline promozionali, adesivi, shopper compostabili e da uno standardo

da collocare sul proprio banco di vendita.

Il nuovo brand è stato progettato da Matilde Studio tenendo bene a mente i capisaldi che da sempre contraddistinguono il mercato ambulante: le persone, la dimensione sociale e aggregativa, oltre che commerciale, il ritrovarsi nei luoghi centrali della città, la diversità intesa come valore umano e di prodotto commerciale proposto.

Il mercato bisettimanale (allestito nelle giornate del mercoledì e del sabato) è collocato nel centro storico cittadino e rappresenta una delle più importanti realtà del genere a livello provinciale e regionale: gli spazi che ospitano i posteggi degli operatori del commercio su aree pubbliche sono in particolare le centralissime piazza del Popolo, il rinnovato viale Mazzoni, le vie Pio Battistini, Fratelli Rosselli e IX Febbraio. Il mercato viene così ad assumere la sua tipica configurazione

allungata e compatta, in quanto i posteggi sono prevalentemente collocati su più file lungo lo stesso asse. Gli ingressi da cui si accede al mercato sono vari: si ricordano



fra l'altro, via Fra Michelino, via Zeffirino Re, l'insieme delle strade che fanno capo a piazzetta Amendola, via Lugaresi e le strade adia-

centi. In totale i posteggi esistenti nell'area mercatale sono oltre 200 (al momento 213) con una forte presenza dell'abbigliamento (pari a quasi il 50% del totale) seguito dai tessuti e dalle calzature.

La nuova veste grafica, accompagnata da un claim accattivante quale Dove si incontra la città, si inserisce nell'ambito di un percorso avviato dall'Amministrazione comunale e dalle Associazioni di categoria che rappresentano gli ambulanti riguardando il rinnovo dell'arredo urbano, la rimozione delle barriere architettoniche e si sostanzia nell'idea di avviare un percorso di recupero e ricostruzione dell'identità mercatale, al fine di costruire un racconto completo e corretto del mercato ambulante, in grado di conservarsi nel tempo. Si

tratta quindi di un progetto strutturato intrapreso con l'obiettivo di offrire agli operatori, ai fruitori/clienti, ma anche ai residenti del centro storico, operatori com-

merciali, visitatori e turisti, un rilancio dell'immagine del mercato come luogo di incontro, ammodernamento dell'area mercatale, miglioramento dell'accessibilità complessiva e mirata al mercato ambulante, aumento della visibilità dei servizi e prodotti offerti e dunque dell'attrattività turistica del centro storico cittadino.

“L'attenzione dell'amministrazione nei confronti delle richieste delle associazioni è aumentata negli ultimi tempi e i risultati positivi sono a beneficio non solo degli ambulanti e dei loro utenti, ma di tutta la città. – commentano il presidente e il vicepresidente Fiva Confcommercio del comprensorio cesenate, Alverio Andreoli e Massimo Sagginati (nella foto) – Come associazione ci auguriamo che questo modalità di lavoro prosegui e si rafforzi, perché il mercato ambulante è un organismo vivo che necessita continuamente di monitoraggio e correttivi: abbiamo ancora tante altre proposte per far crescere questo settore.”

CONCLUSO IL CORSO FIMAA

Agenti immobiliari, formazione completata

Il 30 maggio scorso si è concluso il corso “La professione dell'agente immobiliare” organizzato da Fimaa Forlì Cesena e da Iscom Formazione per le imprese che ha visto la partecipazione di ventidue mediatori. Le lezioni sono state tenute da Simone Comi e Emanuele Vallone, che in cinque appuntamenti hanno sviluppato importanti

temi con lo scopo di formare un mediatore moderno, che voglia rispondere alle nuove esigenze che nascono dal mondo immobiliare.

“Come sviluppare una trattativa grazie al sostegno dell'AI, quali sono le normative degli affitti brevi turistici e i principi del marketing e della comuni-



cazione social dell'immobiliare sono alcuni dei temi affrontati in aula – commenta Giorgio Ambrosini, presidente Fimaa Forlì Cesena – L'iniziativa è stata possibile grazie ad un contributo che ci ha dedicato l'associazione nazionale, che ha coperto i costi di docenza e aula, sintomo di quanto la Fimaa sia attenta alle realtà territoriali e interessata ad avere associati pronti ad affrontare un mercato della casa sempre più complesso tra le norme per gli affitti brevi e la caduta delle compravendite rispetto agli anni scorsi.”

Nella foto Giorgio Ambrosini presidente Fimaa Forlì Cesena e i mediatori che hanno partecipato al corso Fimaa



FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO

Distribuito il vademecum “Rapporto con i fornitori”

È stato presentato in occasione del Pitti – in quanto luogo tipico del confronto tra buyer e fornitori – il nuovo Vademecum “Rapporto con i fornitori” della Federazione Moda Italia di Confcommercio.

Si tratta di uno strumento pratico che sintetizza i contributi del Gruppo di Lavoro del nostro Consiglio Nazionale, e risponde all'esigenza di conoscere le buone prassi, diritti e doveri nei rapporti contrattuali, basati su trasparenza, fiducia reciproca e rispetto degli impegni, all'insegna dell'innovazione e del contesto attuale.

Con questo vademecum, la Federazione Moda Italia intende supportare non solo i commercianti esperti, ma anche i nuovi imprenditori che si affacciano ora al mercato, bilanciando sforzi economici e conoscenze cruciali per superare insieme ai fornitori il particolare



momento.

Il documento suggerisce parametri per la scelta dei fornitori, la negoziazione delle condizioni di acquisto,

l'instaurazione di rapporti collaborativi trasparenti, il rispetto delle norme sull'etichettatura e l'attenzione ai valori ecologici e sociali: una base di lavoro che potrà essere costantemente aggiornata sulla scorta delle necessità ed esperienze.

Per la Federazione è fondamentale avere un confronto costruttivo e un dialogo costante tra operatori commerciali e fornitori, per affrontare insieme le problematiche di filiera con trasparenza e fiducia reciproca. Ma non solo: questo strumento permetterà ai rappresentanti della moda di Confcommercio per ribadire al Tavolo della Moda presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy l'istituzione di un patto per la ‘filiera etica’.



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
CUNEO - CARRÙ - CEVA - MONDOVI - SALUZZO

“— IL TERRITORIO CRESCE
GRAZIE A NOI IMPRENDITORI.
IO MI ASSOCIO! —”



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	GENDER GAP	L'OFFERTA
€80m (x3 rispetto al 2022)	0%	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.
CREDITI CON RATING ESG IG > 50%	SOLIDITÀ CET1 RATIO 50%	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 scorte/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€/Min. • 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