

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

VIENI NELLA CASA DELLE IMPRESE



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

IL COMMENTO

Confcommercio ogni giorno è accanto agli associati

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Si approssima la fine dell'anno ed è tempo di consuntivi. Per Confcommercio è stato un altro anno con i numeri più in cui ha proseguito la sua opera che non si limita alla proposta di servizi alle imprese, ma si estende al trovare risposta ai loro problemi.

Confcommercio lavora per fornire soluzioni. L'anno scorso di questi tempi presentammo la nuova immagine della nostra as-

sociazione di categoria con un processo di rinnovamento dei loghi e dei riferimenti delle varie realtà, per conferire un maggiore senso di appartenenza e di penetrazione tra i comparti.

La nostra associazione è la casa delle imprese e il luogo che dà voce alle categorie e alle aziende. Si vince insieme, non ciascuno nel proprio orticello.

Ormai da 80 anni, li festeggeremo nel 2026, Confcommercio cesenate è un punto di riferimento per il panorama imprenditoriale del territorio, forte dei suoi oltre 2.200 clienti e associati e più di 100 collaboratori divisi in sei sedi. Il quadro parla di una sostanziale tenuta degli iscritti rispetto agli anni pre pandemici: i giovani sotto i 40 anni rappresentano il 14%, mentre le imprese femminili sono il 33%. La cate-

goria più numerosa è quella dei pubblici esercizi, che rappresenta il 14% degli associati, mentre allargando il cerchio al più vasto comparto del turismo e della ricettività, si arriva al 25%, con una importante percentuale (il 20%) di giovani.

Confcommercio promuove la cultura d'impresa. Fare impresa è un valore che dovrebbe essere insegnato anche a scuola, in contrapposizione alle astrusità di chi invece sostiene che le imprese siano un male perché i titolari evaderebbero le tasse. A portare benessere in un territorio sono le imprese, dove non ci sono si muore di fame.

Da vari anni Confcommercio sta investendo risorse nel potenziamento e nella formazione del personale, nell'ottica di una fornitura di nuovi servizi strategici da

cucire su misura di ogni esigenza e da mettere a disposizione in maniera integrata all'interno della struttura. Rigenera Impresa è il nostro laboratorio di consulenza che facilita il rapporto con gli istituti di credito, la penetrazione nei mercati e la cultura economico gestionale e finanziaria. 'Groove' accompagna le aziende nella transizione digitale e 'Job&Workers' promuove la ricerca e la selezione del personale, Iscom è il nostro storico ente di formazione che coinvolge nelle sue attività corsuali ogni anno oltre 1.600 partecipanti.

Sono le braccia operative di Confcommercio che siede poi a tutti i tavoli per fornire una consulenza sindacale a 360 gradi non lasciando mai sola l'impresa. Tutti questi sono ottimi motivi per venire nella casa delle imprese.

L'ASSEMBLEA DEL SIB REGIONALE A CERVIA

Stabilimenti balneari valore aggiunto del turismo



Ampia partecipazione e coinvolgimento il 14 novembre scorso all'assemblea regionale del Sib Emilia-Romagna, presieduta da Simone Battistoni, tenutasi a Cervia. Oltre al presidente Battistoni erano presenti il presidente del Sib Antonio Capacchione, la responsabile area legale Sib-Fipe Avv. Stefania Frandi, il presidente Sib Ascom Cervia Gino Guidi, il presidente Confcommercio Ascom Cervia Nazario Fantini, il sindaco di Cervia Mattia Missiroli.

Il presidente Battistoni ha ringraziato l'auditorio per la presenza ad un momento importante di unione e di condivisione perché è insieme che gli

stabilimenti balneari debbono portare avanti le loro strategie per promuovere il modello di ospitalità. Il presidente nazionale Capacchione ha tenuto a rimarcare come nel corso degli anni il Sib abbia difeso la categoria ma alcuni problemi sono rimasti irrisolti per la mancanza di una politica affidabile che ha preferito fare propaganda piuttosto che impegnarsi a risolvere la situazione della Bolkenstein, soluzione che non è arrivata dall'ultimo provvedimento legislativo nel quale non si capisce quando una concessione ha rilevanza comunale, regionale, nazionale o internazionale. «Anche se non abbiamo fatto subito



la manifestazione a Roma noi siamo vigili e attenti e siamo pronti a fare tutto quello che è necessario per difendere la categoria», ha sottolineato il presidente Capacchione «Il mio impegno deriva dalla convinzione di difendere non solo l'azienda balneare della mia famiglia che hanno scelto questo come lavoro e che magari hanno ereditato l'azienda dal babbo o dal nonno – ha proseguito Capacchione – . Lo Stato aveva scelto di realizzare una balneazione sicura ma non aveva i soldi e ha deciso di dare le concessioni agevolando le persone a prendere pezzi di spiaggia per garantire la balneazione in sicurezza. Negli anni

è stato aggiunto il servizio della ristorazione. La competizione adesso è tra destinazioni turistiche, non tra gestori delle concessioni. Il rischio è che vengano distrutti secoli di storia del turismo italiano. Se dovesse cambiare il modello fondato sulla gestione familiare sarà un dramma, il contenuto di socialità che offriamo è altissimo. Le persone vengono nei nostri stabilimenti balneari a volte, non fanno neanche il bagno o prendono il sole per stare in mezzo alla gente.»

Nelle foto due momenti dell'assemblea del Sib a Cervia.

AFFLUENZA RECORD ALLA RASSEGNA. STAND DI CONFCOMMERCIO PROTAGONISTA

Ottantamila visitatori per 'Il pesce fa festa'



L'edizione con maggior afflusso di sempre, quella dei record per 'Il pesce fa festa' che a cavallo tra ottobre e novembre da anni rappresenta un punto di riferimento assoluto per gli amanti della riviera anche fuori stagione. La manifestazione organizzata dal Comune di Cesenatico, ha attratto decine di migliaia di visitatori e degustatori che hanno scelto di trascorrere a Cesenatico il ponte di Ognissanti, addolcito da miti e soleggiate giornate. Gli stand distribuiti attorno all'area del porto canale hanno lavorato ininterrottamente per quattro giorni, durante i quali sono stati presi d'assalto così come i ristoranti sul porto e sul lungomare. Complessivamente la stima è di oltre 80mila persone che hanno partecipato alla sagra. Grande affluenza anche ai campeggi e anche alle 80 strutture ricettive aperte per l'edizione 2024. L'afflusso record grazie all'aiuto

del beltempo è stato il dato più rilevante, ma merita una menzione l'impegno organizzativo della manifestazione affidata da anni dal Comune a Confcommercio e Confesercenti di Cesenatico. Non è facile ospitare in poco più di tre giornate decine di migliaia di persone senza rilevare problemi degni di nota. Oltre agli stand gastronomici, la grande attrazione, ci sono stati le bancarelle dell'area fieristica, gli eventi musicali, culturali, di intrattenimento per bambini, i percorsi enogastronomici e show cooking e da quest'anno anche un servizio navetta gratuito dai principali parcheggi al centro città, molto apprezzato.

Roberto Fantini responsabile di Confcommercio a nome di Arte l'associazione ristoratori, stila un bilancio molto positivo: «Complessivamente abbiamo distribuito oltre 7mila piatti per 5mila presenze, con ospiti

che provengono da tutte le regioni del centro e del Nord Italia. Fra i piatti tipici il risotto e il fritto sono i più richiesti, tuttavia sono state molto apprezzate le novità assolute della pizza alla marinara e del menù con degustazioni di antipasto, primo e secondo. È stato molto alto il livello di organizzazione grazie al quale l'accoglienza è stata scorrevole e tutti ci hanno fatto i complimenti. Le proposte culturali hanno permesso di elevare la qualità della manifestazione, così come i servizi e il bus navetta collegato ai parcheggi distanti dal centro. Il pesce fa festa è risultata una manifestazione perfettamente riuscita e ha aumentato l'appeal di Cesenatico».

Nelle foto alcuni momenti della manifestazione e nella prima a sinistra i vertici di Confcommercio

LA POSIZIONE DI CONFCOMMERCIO

Imposta di soggiorno, no all'aumento Più proventi al turismo

di GIANCARLO ANDRINI



Confcommercio di Cesenatico unitamente alle altre associazioni di categoria ha espresso in un documento la propria posizione di contrarietà all'applicazione dell'imposta di soggiorno e di conseguenza ad ogni eventuale proposta di aumento. Di principio l'adozione di qualsiasi provvedimento

che favorisca l'aumento della pressione fiscale su famiglie e imprese non può trovare il nostro consenso. Ma il motivo principale è soprattutto dovuto al fatto che, come era facilmente prevedibile, dalla maggioranza dei comuni, buona parte del gettito dell'imposta non viene destinata esclusivamente a finalità turistiche, come invece prevederebbe la norma. Tanto è vero che a livello nazionale si sta lavorando ad una revisione della disciplina, che tra le altre cose (questa la richiesta principale delle associazioni del turismo, oltre ad una significativa semplificazione delle procedure) andrà a restringere notevolmente i capitoli di spesa dove i comuni potranno reinvestire l'imposta.

Detto questo, comprendiamo le necessità dell'amministrazione comunale di reperire maggiori risorse finalizzate ad iniziative ed investimenti in ambito turistico, adottando una procedura di revisione, in aumento, delle tariffe applicate alle varie tipologie ricettive. Confidiamo che il percorso continui dedicando adeguata considerazione alle istanze delle imprese turistiche e delle esigenze dei turisti, in particolare chiediamo che il maggior gettito incassato dal comune, per aver esteso l'imposta di soggiorno all'intero anno anziché ai cinque mesi estivi, venga destinato prioritariamente ai capitoli di seguito elencati e comunque condivisi all'interno della Dmo. Si tratta della promozione della destinazione sulle principali emittenti nazionali; dell'incremento di eventi e manifestazioni soprattutto in bassa stagione e alternative a quelle sportive, come musica e spettacoli o eventi culturali, individuando appositi contenitori (ad esempio lo stadio comunale attualmente in ristrutturazione per concerti e spettacoli dal vivo e scuola Saffi per mostre ed esposizioni). Un'altra richiesta è di allungare il periodo di copertura del servizio di trasporto pubblico dai quartieri periferici (ma con la più alta concentrazione di strutture ricettive) quali Valverde, Villamarina, Zadina e Ponente verso il centro e viceversa. È inconcepibile come nel 2024 il servizio di collegamento è stato assicurato solamente dal 7 giugno al 15 settembre, lasciando scoperti ponti primaverili e manifestazioni sportive (sarebbero sufficienti due passaggi al mattino e due al pomeriggio). Altre richieste di investimento riguardano il decoro e l'abbellimento del verde pubblico nella zona turistica, favorire la mobilità sostenibile, investendo sulla dotazione di bici o monopattini elettrici, o qualsiasi altro mezzo in linea con principi e progetti di ecosostenibilità. Confcommercio e le altre associazioni hanno chiesto infine bilanci più analitici delle risorse impiegate e analisi approfondite delle manifestazioni organizzate o finanziate, con lo scopo di conoscere meglio risultati e valenza in ambito turistico (e di presenze) ed eventualmente impiegare meglio i proventi dell'imposta di soggiorno.

LARASSEGNA IN DIVERSI COMUNI

Truffle Week spicca il volo



È tornata Truffle Week, una settimana abbondante dedicata al tartufo con incontri, mostre, degustazioni e Charity dinner. La rassegna si è svolta dal 16 al 24 novembre in

molteplici location a voler rimarcare l'ampiezza della proposta: Bagno di Romagna, Arezzo, Cesena, Cervia, Ferrara, Forlì, Mercato Saraceno, Pesaro e Sarsina. Truffle Week è organizzata dal consorzio Natura & Natura in collabora-



Fosche nubi all'orizzonte nella partita annosa e complessa delle concessioni per gli stabilimenti balneari che il presidente regionale Sib Confcommercio e vicepresidente nazionale Simone Battistoni (nella foto), in rappresentanza della categoria, ha in questi anni seguito in prima linea. "Dalla politica nazionale le notizie che provengono sono purtroppo pessime - af-

IL PRESIDENTE REGIONALE SIB BATTISTONI

"Concessioni ai grandi gruppi? Ci rimetterebbero anche i turisti"

ferma Battistoni -, anche se di ufficiale ancora non c'è ancora nulla. Sono un centinaio gli emendamenti presentati dalle forze politiche e tutti respinti, eccettuati quelli a tutela dei circoli velici e dei circoli sportivi. Tra le richieste spicca la equa remunerazione dei beni materiali, vale a dire il riconoscimento del valore delle strutture e dell'avviamento dell'attività". "Come Sib - prosegue Battistoni - abbiamo scritto al Governo e alla premier Meloni, ma sino ad ora non abbiamo ottenute

risposte. La speranza tuttavia è l'ultima a morire e il nostro auspicio è che il Governo comprenda che in questo modo si rischia di buttare a mare un settore importante dell'economia e che si penalizzano le piccole imprese favore dei grandi gruppi di capitale. Se non viene infatti assegnato un valore agli stabilimenti balneari aziendali, i grandi gruppi saranno avvantaggiati nella partecipazione ai bandi e potranno accaparrarsi intere spiagge, facendo di fatto loro il mercato". "C'è chi potrebbe chiedersi

che cosa i turisti e i villeggianti avrebbero in concreto da rimetterci - conclude il presidente regionale Sib -. La risposta è semplice: tutto. E la ragione è che verrebbero a mancare un modello turistico a conduzione familiare centrato sull'accoglienza e tanti servizi molti dei quali gratuiti. Avremmo tariffe più alte, perché il prezzo sarebbe deciso da uno solo, come è avvenuto a Jesolo, e inoltre i residenti e i proprietari delle seconde case potrebbero rimanere senza ombrellone".

Accademia Acrobatica recupera la colonia abbandonata

Un'importante operazione verrà portata a termine da Accademia Acrobatica, associata a Confcommercio di Cesenatico, importante realtà della città che gestisce diversi ostelli e case per ferie nella zona di Ponente dedicate alla disciplina sportiva, in particolare della danza. Ogni anno Accademia Acrobatica accoglie migliaia di giovani sportivi che affino la disciplina sportiva fra cui docenti d'eccezione e titolati campioni e partecipano a competizioni di livello nazionale ed internazionale. Gli ideatori del Villaggio dell'Accademia provengono entrambi dal mondo dello sport, prima come atleti ed in seguito come tecnici e giudici. Franca è ginnasta e in se-

guito allenatrice e giudice internazionale. Paolo dall'atletica si è poi allargato alla lotta greco romana e in seguito è stato allenatore e giudice Nazionale ed Internazionale di varie discipline della Ginnastica. Entrambi hanno messo a disposizione la loro esperienza competenza per creare una struttura unica al mondo dove tutti i praticanti e gli amanti di tutte le discipline ginniche potessero trovare un ambiente idoneo e attrezzato per ampliare le loro conoscenze in un clima amichevole e di relax, in momenti di scambio fra culture e tecniche diverse.

L'importante accordo di programma con il Comune di Cesenatico, di cui Confcommer-

cio Cesenatico si è fatta promotore organizzando e partecipando a diversi incontri preliminari, rappresenta un grande successo sia per Cesenatico, sia per il privato che completa la propria offerta realizzando finalmente due palestre indispensabili a gare, meeting e tornei di ginnastica artistica, ritmica e acrobatica, che per il pubblico che vede la demolizione di strutture fatiscenti (vecchie colonie abbandonate) recuperando e destinando ad uso pubblico un'area degradata. Come ha giustamente sottolineato il sindaco Matteo Gozzoli, si tratta di un esempio che speriamo sia seguito da altri imprenditori della città.

Confcommercio ha incontrato il Gruppo Falkensteiner



di ROBERTO FANTINI
Confcommercio di Cesenatico ha incontrato il Gruppo Falkensteiner che rappresenta un'eccellenza europea nel settore del turismo (alberghi e strutture ricettive di lusso in Austria, Germania, Slovenia e Trentino Alto Adige), e ha deciso di investire a Cesenati-

co, acquisendo diverse colonie abbandonate per trasformarle in strutture ricettive di altissima qualità. I rappresentanti del Gruppo si sono presentati in Confcommercio alla presenza dei rappresentanti della filiera turistica e ha illustrato il progetto che intendono realizzare

e che vedrà completamente trasformata e recuperata l'area maggiormente degradata della città. L'intervento sarà realizzabile attraverso un accordo di programma con l'amministrazione comunale, che dovrà arrivare a compimento si auspica nel più breve tempo possibile.

CAMBIAMENTO CLIMATICO E IMPRESE TURISTICHE

L'Accademia del Clima ha fatto il punto

Il turismo balneare ha nel buono stato di salute del mare e in una certa regolarità delle stagioni il principale fondamento. La crisi climatica in corso, destinata ad aggravarsi, sta sconvolgendo questi fattori: eventi meteo estremi caratterizzati da ondate di calore e di siccità alternate a piogge violente, nubifragi e inondazioni, sono sempre più frequenti ed intensi; il livello del mare si sta alzando e le temperature elevate stanno modificando l'ecosistema marino, causando la comparsa di specie aliene in Adriatico come il granchio blu e favorendo la proliferazione delle mucillagini. Le estati miti di un tempo, segnate dall'anticlone delle Azzorre, sono ormai un lontano ricordo. A dominare le estati del Mediterraneo, adesso, sono e saranno sempre più le ondate di calore provenienti dall'Africa. Cosa comporta tutto questo per il turismo balneare della Riviera romagnola? Cosa deve fare il nostro sistema turistico, pubblico e privato, per riorganizzarsi al fine di mitigare ed adattarsi al cambiamento climatico in corso? Se ne è parlato nel seminario su "L'impatto del cambiamento clima-



tico sul turismo balneare" il 22 novembre presso il Museo della Marineria di Cesenatico. Il seminario è stato organizzato dall'Accademia del Clima e dall'Ente bilaterale Terziario cesenate, con la

sponsorizzazione di Confcommercio cesenate.

Dopo gli interventi introduttivi di Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio Cesena, e del sindaco di Cesenatico Matteo Gozzoli, sono seguiti quelli di Antonello Pasini, fisico del clima del CNR Roma, spesso chiamato dalla Rai e Sky a commentare in TV eventi meteo estremi, Marco Affronte, direttore scientifico dell'Accademia del Clima già membro della commissione ambiente del Parlamento europeo, Gilberto Zangari, esperto internazionale di turismo, Alfonso Maini, presidente dell'Associazione Albergatori di Cesenatico e Simone Battistoni, Presidente della Cooperativa Stabilimenti Balneari di Cesenatico. Il seminario è stato moderato da Luciano Natalini, ideatore e coordinatore dell'Accademia del Clima.

Nella foto un momento dell'incontro

zione con l'Accademia italiana del tartufo e La cucina di Paolo Teverini in collaborazione con una serie associazioni fra cui Confcommercio territoriale e una serie di main sponsor fra cui le Camere di Commercio cesenate, di Ferrara e provincia, di Pesaro e Urbino Marche Nord. "Si è trattato - afferma il presidente del consorzio Natura & Natura e di Confcommercio dell'Alta Valle del Savio Giuseppe Crociani (nella foto) - di una serie di eventi in cui il tartufo, l'enogastronomia e l'agroalimentare italiani sono gli assoluti protagonisti. Cene, degustazioni, mostre, musica, incontri e convegni accompagneranno il tartufo durante tutta la settimana. Verrà inoltre assegnato il "Lagotto d'oro", un premio indirizzato a personalità che si sono distinte per il fiuto nelle idee e ovviamente in cucina, il lavoro inteso come tenacia, educazione, tutte caratteristiche tipiche del lagotto romagnolo, l'unica razza al mondo riconosciuta come ricercatrice naturale di tartufo. Il primo lagotto d'oro 2023 è stato assegnato al mister che segnato il calcio degli ultimi trent'anni,

Arrigo Sacchi. Truffle Week avrà sempre un'attenzione verso chi soffre, per questo la Charity dinner ha anche quest'anno un posto speciale nel programma per valorizzare la solidarietà". "Gli obiettivi di Truffle Week, che in questi anni si è conquistato il suo spazio peculiare tra gli eventi del territorio - prosegue il presidente Crociani - sono di favorire l'incremento dei flussi turistici verso la Romagna con particolare riferimento alla Valle del Savio e con attenzione verso i territori vocati alla cava del tartufo, incrementare l'export dei prodotti di eccellenza italiani con particolare attenzione ai territori della Valle del Savio e romagnoli nel mondo, incentivare lo sviluppo della costituzione di reti vuole alla promocommercializzazione dei prodotti di eccellenza del territorio, alla ricerca di nuovi stakeholder da affiancare alle collaborazioni già in essere con Regione Emilia Romagna, enti locali e pubblici in genere oltre alle associazioni di categoria come Confcommercio, Coldiretti e Confcooperative", "Abbiamo utilizzato l'espressione volo verso

l'infinito, di cui è protagonista il lagotto - prosegue Crociani - proprio perché quest'anno Truffle Week è andata oltre Bagno di Romagna, il luogo dove è nata, per toccare città come Cesena, Forlì, Pesaro Ferrara e Arezzo. La vocazione di questa manifestazione è di aprirsi e fare conoscere tramite il tartufo, le eccellenze italiane e romagnole nel mondo: questo è il primo passo concreto. A cavallo del laghetto romagnolo c'è un ragazzino che affronta con entusiasmo questa avventura sotto una luna di tartufo".

Il 14 dicembre si terrà la premiazione del Lagotto d'oro, a ideale completamento della fortunata rassegna.

"Il turismo integrato romagnolo ha bisogno di iniziative di alto livello come Truffle Week - sottolinea il presidente Confcommercio Cesenate Augusto Patrignani - che aumenta e qualifica la attrattività dell'Alta Valle del Savio e di territori più estesi dove quest'anno impatta".



Potenziare l'offerta commerciale e dei pubblici esercizi di San Mauro Pascoli e incrementare gli eventi che pure già comprendono punte di eccellenza come la storica fiera di San Crispino e il processo a villa Torlonia di Ferragosto che da anni Confcommercio chiede possa avere un prolungamento con un grande evento notturno dopo le 22 di intrattenimento in centro. In una logica costruttiva e di proficua collaborazione sono stati questi i temi approfonditi nell'incontro tra il sindaco Moris Guidi e il presidente di Confcommercio San

Mauro Pascoli Raffaele Bernabini e il responsabile territoriale Paolo Vangelista. Era presente anche il vicesindaco Stefania Presti. "Valorizzeremo la piazza con l'apertura del bar sotto il Comune: - ha osservato il sindaco - e cercheremo di favorire l'aumento di attività che servono a rendere più attrattiva la nostra città anche per quel che concerne i pubblici esercizi, che sono un biglietto da visita del comune. Ci sono realtà di alto livello come Santarcangelo, con quelle non possiamo competere per evidenti ragioni, ma possono indi-

CONFCOMMERCIO HA INCONTRATO IL SINDACO DI SAN MAURO PASCOLI

No alle chiusure sulla piazza

rizzarci e di certo si può lavorare per aumentare il nostro livello di attrattività. Questo è un obiettivo della nostra amministrazione comunale". Il sindaco ha annunciato anche la chiusura dell'attuale accesso principale alla piazza Mazzini da via XX Settembre e che poi esce verso via Pascoli, intervento che rientra nel progetto di riqualificazione del centro storico e nello specifico delle piazze Mazzini e Battaglini per lavori e il presidente di Confcommercio si è dichiarato assolutamente contrario. "Concordiamo - ha affermato Bernabini - sul fatto che l'attuale situazione dei parcheggi selvaggi a ridosso della fontana e del bar nella piazza sia deprecabile, ma non si tratta di una ragione sufficiente per chiuderne l'accesso principale perché ciò può divenire un colpo mortale alle a già esigua vitalità del paese.

Un centro imprigionato non serve a nessuno, a chi ci va e a chi ci lavora".

Perfetta identità di vedute, invece, da parte del sindaco e Confcommercio sulla necessità di realizzare un grande evento che faccia pendant con la fiera di San Crispino, sui si concorda che si è confermato l'evento polarizzante di San Mauro. "Bisogna ragionare - hanno concordato Guidi e Bernabini - su un evento che possa coinvolgere anche il tessuto economico, commerciale e sociale. Sul filone culturale, la valutazione di Comune e Confcommercio, è simile: la valorizzazione del brand pascoliano è un valore aggiunto di San Mauro e le tante iniziative sono apprezzate. Preoccupazione comune per la crisi del comparto moda, che insidia il pilastro distrettuale dell'economia terri-

toriale, punto di forza insieme a turismo e cultura.

"Confcommercio vola alto - ha messo in luce il presidente Bernabini - e chiede una progettualità che valorizzi commercio, turismo e terziario, risorse identitarie di San Mauro Pascoli. In questo senso un punto focale sono interventi di rigenerazione urbana che rimettano in circolo edifici non sfruttati o sottoutilizzati e un rilancio in grande stile del turismo attraverso maggior sinergia con quello rivierasco e delle nostre colline e con circuiti che vanno progettati in maniera congiunta per valorizzare le attrattive marittime, montane, ambientali, sportive, enogastronomiche, artistiche e culturali."

Nella foto i rappresentanti di Confcommercio con sindaco e vicesindaco.


GRANDE SUCCESSO A RONCOFREDDO

Piccola fiera d'autunno al top

È stata probabilmente l'edizione migliore di sempre quella della Piccola fiera d'autunno tenutasi a Roncofreddo il 23 e il 24 novembre con un afflusso stimato in sette ottomila visitatori. "Tutto è filato per il verso giusto - osserva Alessandro Berna-

bini, titolare della macelleria tra le protagoniste dell'evento, associato a Confcommercio -. Il tempo mite, l'organizzazione perfetta che ha corretto qualche piccolo difetto del passato, gli stand montati tutti a partire dalle 9 del sabato, l'aumento degli stand stessi, da quelli gastronomici che sono stati il fulcro, agli altri delle varie tipologie hanno determinato un potenziamento dell'offerta. Tutto, insomma ha concorso a creare le condizioni per una fiera top che tutti hanno apprezza-

to. Per quel che concerne la mia attività siamo stati soddisfattissimi, con il nostro piatto cult della trippa, ma in generale tutti gli standisti e le attività sono risultati contenti come forse mai in precedenza". Al punto tale da pensare di replicarla? "Io sono cauto e perplesso su una fiera bis. Spesso le ripetizioni non si confermano successi e tolgono unicità all'evento e il bello della Piccola fiera d'autunno è proprio il fatto che è unica e irripetibile"

FIPE CONFCOMMERCIO

Home restaurant, servono regole certe

di ANGELO MALOSSI*

Home restaurant e ristoranti: siamo certi che siano poi così diversi? Per Fipe Confcommercio la regolamentazione degli home restaurant risponde ad un'esigenza di equità e sicurezza prima ancora che di sfida competitiva. D'altro canto, in Italia ci sono oltre 470 mila attività di ristorazione a dimostrazione di quanto gli imprenditori di questo settore siano abituati a misurarsi sul piano della concorrenza. Non sarà, dunque, la presenza di queste nuove attività a stravolgere l'assetto del mercato a patto che rispettino gli obblighi fiscali, sanitari e di sicurezza a tutela dei consumatori e del settore. Negli ultimi anni il fenomeno degli home restaurant ha

preso piede in Italia, e sono numerose le offerte sul web che promuovono la "ristorazione domestica" per ospiti paganti. Se volessimo evidenziare i punti in comune con la ristorazione tradizionale, risulterebbe subito evidente che entrambe le attività devono garantire la sicurezza alimentare dei propri clienti rispettando specifici standard igienico-sanitari; per evitare di essere abusive, entrambe richiedono una segnalazione certificata di inizio attività Scia o un'autorizzazione nelle aree tutelate, a seconda della zona in cui si insediano; in tutte e due i casi devono essere rispettate le regole sull'informazione al consumatore, evidenziando gli allergeni, indicando i prezzi e rispettando divieti specifici, come quello

di somministrazione di alcol ai minori. Entrambe le attività effettuano la preparazione e somministrazione di cibi e bevande in cambio di un corrispettivo, con un'offerta aperta al pubblico indistinto. Affinità che, mettendo al centro la tutela del consumatore, confermano la necessità di un sistema omogeneo di regole. In conclusione, se gli home restaurant rispondono alla domanda di chi cerca un'esperienza culinaria domestica, per la Fipe è essenziale che questa offerta non sfugga al quadro regolatorio esistente, per scongiurare forme di abusivismo e garantire un servizio in linea con la migliore reputazione della ristorazione italiana.

Presidente Fipe Confcommercio*

Sogliano rigenera il centro Formaggio di fossa super

di ANDREA CARGHINI


Da anni Confcommercio richiede un progetto alto per Sogliano, per far crescere la sua attrattività e intercettare nel suo ampio e ospitale territorio aziende di spessore. Unitamente a questa ambiziosa azione propulsiva l'impegno per Confcommercio deve orientarsi alla riqualificazione del paese e il questo senso valuta positivamente

il via alla rigenerazione del centro storico di Sogliano, che comprende anche il ripristino di via Ricci e la nuova sede di Sogliano Ambiente, nonché alcuni interventi in edifici e palazzi cittadini come la conversione di Palazzo Nardini in una residenza storica. Sul versante della 49ª edizione della fiera del formaggio di fossa dopo il plenone nelle domeniche 17 e 24 novembre il terzo ed ultimo appuntamento si terrà domenica 1° dicembre. I fossatori rassicurano che il formaggio è ottimo con un sapore più delicato grazie all'estate calda, per la delizia degli acquirenti.

Presidente Confcommercio Sogliano
NUOVE CARICHE FIPE

Angelo Malossi eletto nel Collegio dei Proviviri

leadership e il lavoro svolto nel precedente quinquennio segnato dal dramma della pandemia e la conseguente crisi economica. Il nuovo mandato sarà dedicato a rafforzare la rappresentatività di Fipe tra le imprese della ristorazione, dell'intrattenimento e del turismo, il ruolo e il valore di questi settori nel tessuto economico e produttivo italiano.

"Ringrazio tutti i nostri rappresentanti territoriali e di categoria per avermi rinnovato la fiducia, che voglio interpretare come il riconoscimento anzitutto alla serietà e responsabilità con cui insieme abbiamo affrontato momenti davvero drammatici. Mi riferisco ai due anni della pandemia in cui abbiamo visto serrande abbassate, imprenditori disorientati, famiglie in grande difficoltà. Insieme abbia-

mo fornito assistenza, supporto, fiducia e speranza. Abbiamo riconfermato che i pubblici esercizi non solo sono un importante settore dell'economia italiana ma anche luoghi di socialità, di valorizzazione della cultura e dello stile di vita italiani. I prossimi anni saranno segnati da un contesto che continua ad essere complicato per ragioni di ordine macroeconomico e geopolitico. Mi riferisco alle tensioni internazionali, alle prospettive incerte dell'economia, alle condizioni del nostro ingente debito pubblico che soffoca il presente e ipoteca il futuro. Dentro questo quadro dobbiamo impegnarci a rafforzare il capitale umano delle imprese, ad assicurare l'accesso al credito per gestire le transizioni, a favorire una maggiore integrazione di filiera migliorando gli

scambi tra agricoltura, industria e ristorazione, a valorizzare il ruolo della ristorazione e dell'intrattenimento nel turismo. Fipe si presenta come interlocutore affidabile, competente ed autorevole nei riguardi delle Istituzioni e dei tanti stakeholders" ha dichiarato il neoelto Stoppani.

Il presidente del comprensorio cesenate Angelo Malossi, (nella foto in basso) dopo 15 anni di mandato come consigliere direttivo, è stato eletto del Collegio dei Proviviri. I proviviri sono i cosiddetti "consiglieri di fiducia" del presidente. Persone che per particolare autorità morale, sono investite di poteri giudicanti sull'andamento della federazione, sugli eventuali contrasti interno o esterni. "Sono particolarmente grato al presidente Stoppani per avermi chiesto di

far parte del consiglio direttivo in questa nuova veste, che cercherò di ricoprire come sempre, con spirito di appartenenza, portando la mia esperienza a servizio della Federazione".

Con oltre 330 mila imprese e 1,4 milioni di addetti, i pubblici esercizi sono un settore vitale dell'Italia, non solo dal punto di vista economico e occupazionale, ma anche culturale e sociale.

Fipe Federazione Italiana Pubblici Esercizi offre alle imprese supporto, formazione e rappresentanza istituzionale per favorire la crescita di un settore centrale per l'economia e la cultura del Paese, continuando ad essere il motore di innovazione e rappresentanza per un comparto in continua evoluzione, pronto ad affrontare le prossime sfide.



Lino Enrico Stoppani (nella foto in alto) è stato riconfermato alla guida della Federazione Italiana Pubblici Esercizi (Fipe) per un nuovo mandato di 5 anni. Un riconoscimento che premia la sua



L'INTERVENTO DEL PRESIDENTE FIVA ANDREOLI A ECOMONDO

I mercati ambulanti rigenerano la città

Rigenerare la città attraverso l'economia circolare: il ruolo dei mercati ambulanti e dei nuovi hub urbani in Emilia-Romagna. Questo il titolo del Panel organizzato dal Clust-ER Economia Urbana durante l'edizione 2024 di Ecomondo - italian exhibition group, la fiera di riferimento in Europa per l'innovazione industriale e tecnologica dell'economia circolare. La sessione ha stimolato un'analisi sulla sostenibilità del mercato ambulante

e sul suo ruolo per lo sviluppo di servizi e processi innovativi nell'ambito dell'economia circolare. Specialisti, ricercatori ed esponenti degli enti territoriali hanno animato la discussione confrontandosi in modo costruttivo e approfondito sulle tematiche della tavola rotonda. Fra gli intervenuti anche Alverio Andreoli (nella foto), presidente regionale Fiva, Federazione Italiana Venditori Ambulanti. "I mercati ambulanti - ha rimarca-

to Andreoli - sono luoghi urbani votati alla rigenerazione della città attraverso l'economia circolare che nel corso degli anni si sono sempre più riqualificati attraverso interventi che li hanno resi all'avanguardia per quel che concerne l'utilizzo degli spazi da parte degli utenti. L'impegno proseguirà sempre più in futuro nella strada della rigenerazione attraverso l'economia circolare e la transizione ecologica".

TARGA CONSEGNATA DA CONFCOMMERCIO

Premiato il negozio Meury per i 35 anni di attività

Negozi Meury sugli scudi per i 35 anni di attività in via Zeffirino Re a Cesena, sempre nello stesso locale. La targa è stata consegnata alla titolare Cinzia Vincenzi dal presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, dal direttore Giorgio Piastra e dal vicedirettore Alberto Pesci. Semplice ma significativo il testo. "Esprimiamo stima e gratitudine a Cinzia e Federico, titolari del negozio Meury, che da 35 anni con passione e professionalità illuminano il centro storico con l'arte del commercio". Federico Santoni è il marito di Cinzia Vincenzi e il loro è un sodalizio collaudato anche a livello commerciale. "Fino a qualche anno fa abbiamo gestito il negozio anche a Gatteo Mare con la collaborazione della mamma al cui nome si ricollega il nome dell'attività

cesenate - ha messo in luce Cinzia Vincenzi -. Nel 1989 aprimmo il negozio a Cesena di pelletteria a cui poi nel tempo si sono aggiunti i capi di abbigliamento femminile, per una fascia di clientela esigente e che cerca prodotti di qualità e non omologati. Fino a qualche anno ha mi ha affiancato mio marito. Questo è il nostro punto di forza, non essere standardizzati. Quello di allora era un centro storico profondamente diverso da quello attuale, molto più frequentato e vitale. Nel



corso degli anni l'immagine si è progressivamente modificata anche per il disimpegno della parte pubblica. Qui in via Zeffirino Re oggi ci sono più di dieci vetrine spente, il porticato è in condizioni gravemente degradate e ci sono proprietari che autonomamente stanno intervenendo per

sistemare la loro parte, ma senza un progetto comune. Inoltre l'illuminazione è carente, tant'è che fuori dal negozio ho installato a mie spese un faro. Le scelte sulla viabilità compiute in passato hanno dirottato i flussi del commercio altrove sottraendoli al commercio. È vero che il commercio on-line si è ampliato, ma con un maggior impegno della parte pubblica si potrebbe valorizzare di più il salotto del commercio".

"Meury - ha messo in luce il presidente Confcommercio Patrignani - è un'attività commerciale di alto livello che qualifica l'offerta del centro e della sua rete distributiva di prossimità, fungendo da valore aggiunto. Trentacinque anni di attività da protagonista sul mercato sono una grande vanto che Confcommercio ha voluto celebrare premiando la professionalità e la capacità di venire incontro alle esigenze della clientela. Un punto luminoso in via Zeffirino Re a cui serve una rigenerazione urgente per rivitalizzarla con il concorso di tutte le forze in campo, pubbliche e private".

Nella foto il presidente Confcommercio Patrignani, il direttore Piastra e il vicedirettore Pesci con la titolare di Meury Cinzia Vincenzi.

SFIDA AI FORNELLI ALL'ISTITUTO ARTUSI DI FORLIMPOPOLI, VINCONO GLI STUDENTI OSPITANTI

Il nuovo cappelletto sbaraglia la concorrenza

la ricetta innovativa 'Un nuovo cappelletto in una nuova Romagna', l'Istituto di Istruzione Superiore 'Pellegrino Artusi' di Forlimpopoli si è aggiudicato il primo premio nella seconda edizione di 'Ciak&Cheese', il progetto a cura del Consorzio Tutela Casciotta d'Urbino Dop, finanziato dalla Regione Emilia Romagna, in collaborazione con Confcooperative Emilia Romagna.

Applausi anche per le ricette degli studenti degli altri Istituti coinvolti, che hanno comunque raggiunto un risultato eccellente: l'Istituto Statale di Istruzione Secondaria Superiore "Tonino Guerra" di Novafeltria, vincitore della prima edizione, con il piatto 'Tortellacci di zucca al Fossa con crema di Casciotta'. L'Istituto Alberghiero Statale "Pellegrino Artusi" di Riolo Terme con la ricetta 'Quaglie ripiene di formaggio di fossa con verza e salsa al miele e pepe' e l'Istituto Alberghiero "Orio Vergani" di Ferrara con il dessert 'Baciati dal Sole'.

Rivolto agli Istituti professionali per i servizi alberghieri e ristorazione dell'Emilia Romagna, il concorso ha l'obiettivo di valorizzare in cucina due eccellenze casearie italiane, la Casciotta d'Urbino Dop e il Formaggio di

Fossa di Sogliano Dop.

Questa edizione, ampliata nel format, ha previsto un percorso iniziato a scuola, con lezioni a cura dei produttori dei due formaggi Dop, e il concorso vero e proprio tenuto ieri mattina (27 novembre) a Forlimpopoli nella sede dell'Istituto Pellegrino Artusi, alla presenza della dirigente Mariella Pieri, che ha sot-



tolineato la positività di questa esperienza formativa alla quale i ragazzi hanno partecipato con grande entusiasmo.

A decretare la scuola vincitrice: Renzo Armuzzi, capo Settore Organizzazione di Mercato, Qualità e Promozione, Regione Emilia Romagna; Paolo Lombardi, presidente Giovani Imprenditori di Confcooperative Emilia Romagna; Otello Renzi esperto gastronomo e sommelier; Gabriele Patassi, responsabile della comunicazione corporate TreValli Cooperlat e i giornalisti Matteo Biondi, de Il Resto del Carlino

Forlì e Teresa Indelicati di Corriere Romagna.

La seconda edizione ha previsto, inoltre, il coinvolgimento nella giuria di Confcommercio Emilia Romagna con la partecipazione anche di Angelo Malossi, che dichiara: "Queste iniziative sono benemerite perché promuovono la cultura gastronomica e coinvolgono il mondo della scuola e un'eccellenza territoriale come l'Istituto Artusi in cui vengono formati gli aspiranti chef".

Presidente di Giuria, Paolo Cesaretti a capo del Consorzio Tutela Casciotta d'Urbino Dop: "Grazie al finanziamento della Regione Emilia Romagna, abbiamo avuto l'opportunità di entrare nelle scuole con questo piccolo progetto virtuoso, rivolgendoci ai futuri ambasciatori della cucina italiana, dato che i due formaggi Dop si prestano benissimo per ricette tradizionali e innovative. Abbiamo, inoltre, coinvolto i rappresentanti di Confcommercio e Confesercenti perché siamo sicuri che potranno aiutarci a diffondere queste due eccellenze nella ristorazione regionale".

Nella foto gli studenti premiati con la dirigente e il presidente della giuria.

MESSA NATALIZIA L'11 DICEMBRE

Confcommercio saluta il vescovo Regattieri



'Mercoledì pomeriggio 11 dicembre si rinnova la tradizione della messa natalizia officiata dal vescovo Douglas Regattieri in Confcommercio. "Si tratta di un evento importante a cui teniamo molto - afferma il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - e che quest'anno assume una valenza ancora maggiore perché saluteremo il nostro vescovo il quale ha rassegnato le dimissioni e i mesi a venire verrà avvicendato dal sostituto che sarà scelto da papa Francesco. Nei quattordici anni della sua permanenza a capo della diocesi, il vescovo Regattieri è stata una figura di riferimento non solo dei fedeli, ma anche del mondo laico grazie al suo impegno nei versanti educativo e sociale con tante opere a favore dei più bisognosi". "Più in generale - prosegue Patrignani - la dottrina sociale della chiesa e il magistero papale sono bussole che orientano la nostra opera di corpo intermedio orientata non solo a tutelare interessi e esigenze delle imprese, ma all'intero benessere del territorio in una logica di sviluppo, sostenibilità ed equità che premi il lavoro come forma di realizzazione di sé al servizio della comunità. Confcommercio come ha avuto più volte occasione di ricordare accoglie ogni giorno l'appello di papa Francesco lanciato in piazza del Popolo nel corso della sua memorabile visita cittadina nel 2017, quando invitò a non stare al balcone, ma a tirarsi su le maniche e portare ciascuno il proprio contributo per il miglioramento della vita sociale".

"Quello che è importante - rimarca il presidente Patrignani - è incrementare sempre di più la interazione con la nostra chiesa locale e i suoi bracci operativi sul sociale, a partire dalla Caritas, risorse straordinarie per la città, e valorizzare il ruolo educativo e formativo che la diocesi svolge sui nostri bambini e ragazzi avviandoli ai valori e preservandoli alle insidie nel loro percorso di crescita. La chiesa locale è una irrinunciabile risorsa della città".

Nella foto il vescovo Regattieri con i vertici di Confcommercio nella sede associativa.

SUCCESSO DEL SEMINARIO CONFCOMMERCIO

Imprese a scuola su come proteggere i dati

“Protezione e resilienza dei dati. La protezione dei dati è la forza della tua azienda”. È il tema del seminario promosso da Confcommercio e che si è svolto alla sala convegni della sede Ascom in via Bruno, in collaborazione con lo Sportello Innovazione di Confcommercio Emilia Romagna.

“Gli sportelli innovazione (Sp.in) del sistema Confcommercio nazionale - spiega il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - nascono per aiutare le imprese ad affrontare le sfide dell'innovazione tecnologica e ambientale. Inseriti nel



piano impresa 4.0. e nella rete transizione digitale, gli sportelli offrono alle aziende un affiancamento concreto nei processi di innovazione, attraverso consulenze e supporto gratuiti. Si tratta di soluzioni digitali di alto profilo, partecipazione a progetti di filiera, accesso a bandi e finanziamenti sugli investimenti”.

La problematica “Lo Sportello e le iniziative locali su innovazione e sostegno: dettaglio Cybersicurezza” è stata illustrata da Enrico Marchesini, consulente Groove. Infine Francesco Giunchi, consulente di Rigena ha trattato di “Assessment e erogazioni servizi Sportello Cesena”; dettaglio supporto 4.0/5.0”.

Al convegno sono intervenuti il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani per un saluto introduttivo. Marco Leoni di Iscom Group ha affrontato il tema “La rete Confcommercio per l'innovazione e i progetti Sp.In in Emilia Romagna e Edi 5.0”.

GESTITA DAI SOCI TONI E GASPARI

L'Osteria Fondo si è trasferita in via Pescheria

Da oltre tre mesi si è trasferita in via Pescheria Osteria Fondo gestita dai titolari imprenditori Elia Toni e Alessandro Gaspari (nella foto). “Io curo di più la parte gastronomica - spiega Elia Toni - mentre il mio socio quella promozionale e pubblicitaria. Ci siamo spostati da via Fra Miche-

lino dove l'attività venne avviata tre anni fa succedendo ad una precedente attività di gastronomia dove avevo lavorato prima di fare il grande salto e diventare imprenditore. La nostra proposta è quella di una gastronomia contemporanea che punta sull'innovazione non tanto dei piatti

quanto piuttosto dell'approccio verso la clientela. I primi riscontri dallo spostamento sono stati tutti molto favorevoli e speriamo di continuare su questa strada di crescita nella nuova location che si adatta molto bene alle nostre esigenze”.



IL 67% FARÀ ACQUISTI

Il Black Friday sfida il Natale

Cresce rispetto all'anno scorso il numero di italiani pronti a fare acquisti durante la settimana del Black Friday, con una percentuale del 67,2%, rispetto al 60% dell'anno scorso. A testimoniarlo sono i dati della consueta indagine realizzata da Confcommercio in collaborazione con Format Research sulla propensione e sui comportamenti di acquisto degli

italiani. A prendersi la scena saranno principalmente donne e adulti sotto i 50 anni in gran parte del Nord Italia e quasi due su tre sfrutteranno questa occasione per anticipare i regali di Natale, con un aumento significativo rispetto al 2023 (era il 53,7%). L'abbigliamento continua a essere la categoria più cercata, sebbene registri un leggero calo, passando dal

57% al 53%. Più in voga quest'anno l'elettronica, che sale dal 44,7% al 52,2%. In crescita anche i prodotti per la cura della persona, i gioielli, i libri e gli articoli per bambini. Cresce anche la spesa media: il budget destinato agli acquisti del Black Friday raggiunge i 261 euro, un incremento rispetto ai 236 euro dello scorso anno.

La Griglia

 DA FEDERICO

SOLO PESCE FRESCO NOSTRANO

APERTI TUTTO L'ANNO
 PRANZO E CENA
 escluso lunedì e martedì

ANCHE
 DA
 ASPORTO

APERTURA STRAORDINARIA
 DAL 20/12/2024 FINO AL 6/01/2025

DOVE SIAMO:

V.le Giosuè Carducci 52/A - Cesenatico (FC)
 Tel. 0547/672604 - Cell. 375/6302706  

Riapertura del concordato preventivo biennale



di **ANDREA CASADEI**

Con uno specifico Decreto, il governo ha riaperto il termine a disposizione dei soggetti ISA per manifestare l'adesione al Concordato Preventivo Biennale 2024 - 2025 (la riapertura non riguarda i contribuenti forfetari). A tal fine i soggetti interessati dovranno inviare entro il 12.12.2024 un modello REDDITI 2024 integrativo. Ricordiamo che il Concordato Preventivo biennale, è un nuovo strumento in vigore dal 2024 con il quale il legislatore desidera instaurare con im-

prese e lavoratori autonomi, un rapporto maggiormente collaborativo in tema di fisco e contributi. Scopo principale dello strumento è quello di favorire l'adempimento spontaneo indirizzando il focus del prelievo tributario sulla predefinizione dei redditi.

L'adesione a questo nuovo termine è consentita a condizione che dalla dichiarazione integrativa non emerga un minor imponibile, una minor imposta a debito o maggior imposta a credito rispetto alla dichiarazione presentata entro il 31.10.2024. È inoltre previsto che, ai fini della sanatoria 2018 - 2022, l'adesione al Concordato si intende avvenuta entro il 31.10.2024. In tal modo si consente anche ai soggetti ISA che aderiranno entro il 12.12 di utilizzare la sanatoria 2018 - 2022.

Molto spesso le aziende si avvalgono di reti vendita costituite da pluralità di agenti di commercio la cui attività, in un'ottica di unitarietà distributiva, richiede un coordinamento apicale.

In tale prospettiva utile si rivela il ricorso a figure spesso denominate "agente generale", "agente coordinatore" che unitamente all'attività di promozione contrattuale loro propria per conto del preponente, assumono l'ulteriore funzione di coordinamento di altri agenti.

La giurisprudenza sostiene che dette ulteriori incombenze siano compatibili con il contratto di agenzia purché l'agente continui a promuovere attivamente la conclusione di affari, ad esempio gestendo direttamente alcuni clienti assegnati a lui o partecipando attivamente alla promozione delle vendite insieme agli altri agenti che coordina, in un'ottica di potenziamento dell'attività promozionale degli agenti medesimi.

Agente coordinatore, identificazione della figura e diritto al compenso

Si tratta di una figura, quella dell'agente coordinatore, che ha ottenuto un espresso riconoscimento da parte degli AEC.

Così l'AEC 16.02.2009 (commercio), all'art. 5 dispone: "Nel caso in cui sia affidato all'agente o rappresentante l'incarico continuativo di riscuotere per conto della casa mandante, con responsabilità dell'agente per errore contabile, o di svolgere attività complementari e/o accessorie rispetto a quanto previsto dagli artt. 1742 e 1746 c.c., ivi comprese quelle di coordinamento di altri agenti in una determinata area, purché siano specificate nel contratto individuale, dovrà essere stabilito uno specifico compenso aggiuntivo, in forma non provvigionale".

In egual senso dispongono gli Aec 30.07.2014 (industria) all'art. 6 "Nel caso in cui sia affidato all'agente o rappresentante l'incarico di coordinamento di altri agenti in una deter-

minata area, purché sia specificato nel contratto individuale, dovrà essere stabilita una provvigione separata o uno specifico compenso aggiuntivo in forma non provvigionale" e l'Aec 10.12.2014 (artigianato), art. 6 ("Nel caso in cui sia affidato all'agente o rappresentante l'incarico di coordinamento di altri agenti in una determinata area, purché sia specificato nel contratto individuale, dovrà essere stabilita una provvigione separata o uno specifico compenso aggiuntivo, in forma non provvigionale.").

Dunque l'agente (o rappresentante) che svolga anche le funzioni di coordinamento di altri agenti ha diritto ad un compenso che, a seconda degli Aec applicati, potrà essere non provvigionale o anche provvigionale e che andrà ad aggiungersi al compenso provvigionale per l'attività promozionale dallo stesso svolta.



Dott. Andrea Casadei
Dottore Commercialista e Abilitato Finanziario
Tel. 0547 639817
Tel. 0547 1938080

Seminari su come governare sviluppo e continuità aziendale



Ha preso il via, mercoledì 20 novembre, la prima lezione del ciclo di quattro incontri formativi promossi da Ri-genera Impresa e Teikos Solutions presso la prestigiosa Club House Orogel Stadium Dino Manuzzi a Cesena, per guidare l'imprenditore e il personale amministrativo nell'adeguare i propri assetti organizzativi, amministrativi e contabili, per mettere al sicuro l'azienda dal pericolo di crisi e intraprendere percorsi di crescita e sviluppo.

L'evento è stato inaugurato con l'intervento, in collegamento da remoto, del Presidente di Confcommercio Cesenate Augusto Patrignani, che ha salutato ed augurato un buon lavoro a tutti i presenti.

Il primo incontro formativo ha visto la presenza di numerose imprese del territorio, che hanno seguito con interesse e attenzione i temi esposti dai relatori, Dott. Manuel Titi per Ri-genera Impresa e Dott. Roberto Spaccini e Dott. Marco Govoni per Teikos Solutions. L'argomento centrale dell'incontro di apertura ha riguardato la tematica dei flussi di cassa aziendali e la pianificazione finanziaria di breve termine.

I rimanenti tre incontri formativi, previsti per il prossimo 27 novembre e a dicembre nei giorni 4 e 11, affronteranno ulteriori argomenti utili a definire un quadro chiaro e completo degli strumenti per allinearsi alla normativa degli adeguati assetti, contenuta nel Codice

della Crisi d'impresa e dell'Insolvenza. Si porrà l'accento sulla pianificazione economica, patrimoniale e finanziaria, sugli indicatori di bilancio e sui sistemi di controllo e reporting aziendale, utili a tenere sotto controllo le criticità e i punti di forza dell'azienda.

In un contesto economico sempre più dinamico e competitivo, garantire la stabilità e la crescita della propria impresa è un obiettivo fondamentale per chi ha il compito di amministrarla e guidarla. Il seminario si pone l'obiettivo di rafforzare la cultura della buona gestione d'azienda, potenziando la preparazione economica, finanziaria e gestionale delle figure di vertice aziendale. Per fare ciò, assume sempre più rilevanza la figura del Dottore Commercialista consulente d'impresa, che si può porre come guida verso il cambiamento e l'allineamento alla normativa, rapportandosi con la direzione aziendale, sfruttando le nuove tecnologie a vantaggio della consulenza e andando oltre la figura di esperto tecnico.

Per chi fosse interessato, vi è ancora la possibilità di iscriversi alle ultime tre giornate del seminario, contattando i numeri 0547 639892 oppure 0547 1938080, o scrivendo una email a info@iscomcesena.it. Ogni azienda potrà iscrivere fino a 3 partecipanti a fronte di una unica quota pagata. L'iniziativa è stata realizzata grazie al contributo del BCC Romagnolo. **Nelle foto** due momenti del convegno



L'avvocato Baldassari in associazione per le consulenze tutti i venerdì pomeriggio

di **MASSIMO MONTANARI**



L'assistenza ai propri associati è una prerogativa fondamentale di Fnaarc cesenate che l'ha ulteriormente incre-

mentata stabilendo un rapporto di collaborazione con l'avvocato Augusto Baldassari, presente in associazione tutti i venerdì pomeriggio dalle 14.30 alle 18. I riscontri da parte degli agenti rappresentanti che hanno beneficiato della sua consulenza sono ottimi e si tratta di un'arma in più della nostra Fnaarc per venire incontro alle esigenze della categoria.

Modello Red: cos'è e chi lo deve presentare

di **NICOLETTA PRATO**



Per i pensionati titolari di prestazioni collegate al reddito e che non fanno la dichiarazione è ora di inviare all'Inps il

modello RED. Il modello Red è una dichiarazione che deve essere presentata dai pen-

sionati che usufruiscono di alcune prestazioni il cui diritto e misura è collegato alla situazione reddituale del cittadino e/o del nucleo familiare.

Ti puoi rivolgere al nostro Caf per verificare se sei obbligato a presentarlo e i nostri operatori ti assisteranno nella compilazione e trasmissione all'Inps di questo modello.

Prenota un appuntamento allo 0547/639883 n.prato@ascom-cesena.it



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€/Mgi a 250€/Mgi. • 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€/Mgi a 100€/Mgi. • Durata: da 12 a 36 mesi per scorte e da 12 a 60 mesi per investimenti.
		MARKETPLACE FINTECH • Destinatari: Società di capitali, società di persone e ditte individuali. • Importo: da 10€/Mgi 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

Cosa vogliono i clienti oggi: come prepararsi per il futuro Workshop a gennaio con Blackship

In un mondo che cambia a velocità incredibile, conoscere i desideri dei clienti non è più un'opzione, ma una necessità. Sempre di più occorre prepararsi, così da poter trasformare le difficoltà in opportunità.

Il segreto sta nella capacità di trasferire efficacemente valore e differenziarsi dalla concorrenza; solo così è possibile stringere relazioni durature e difendere la propria marginalità.

In questo workshop organizzato da Iscom Formazione Forlì Cesena e dedicato a tutte le attività associate a Confcommercio cesenate, intendiamo condividere con gli imprenditori i risultati di una ricerca svolta da Blackship su cosa vogliono i clienti oggi dai venditori e cosa i venditori pensano che i clienti desiderino. Blackship, una delle principali realtà italia-



ne su tematiche di sviluppo di business, vendita e negoziazione ed è partner italiano di Infoteam, uno dei network leader al mondo in questi ambiti e può vantare di affiancare più di 40.000 venditori all'anno, in 40 paesi e in 15 lingue diverse e recentemente hanno organizzato a Milano un evento che ha visto la partecipazione di oltre 1000 persone fra venditori, mana-

ger, liberi professionisti e titolari d'impresa.

Durante questo momento di formazione saranno presentati strumenti pratici per convincere, differenziarsi efficacemente e centrare l'obiettivo.

L'appuntamento è per martedì 14 gennaio 2024 dalle 10 alle 13 a Cesena nella Sala Convegni Confcommercio in Via Giordano

Bruno 118 e a presentare il tema sarà Matteo Limenta, General Manager Intercompany di Blackship. Il Workshop rientra nel piano di cultura di impresa che l'associazione insieme ad Iscom Formazione Forlì Cesena ha messo in piedi, per dare alle proprie attività strumenti più aggiornati per vincere le sfide del mercato. La partecipazione è gratuita ed è riservata agli associati della Confcommercio del comprensorio cesenate.

Per ulteriori informazioni e per registrare la tua partecipazione puoi inviare una mail a Grisogni Gessica sicurezza@iscomcesena.it oppure contattaci al num. 0547639897.

Ti aspettiamo il 14 gennaio per condividerti nuovi strumenti per iniziare alla grande il 2025.

[Nella foto](#) una iniziativa formativa di Iscom



80 anni di idee, progetti ed impegno.

**FAR CRESCERE
UN PAESE
NON È UN'IMPRESA,
SONO TANTE.**

Entra nella più grande
rappresentanza d'impresa d'Italia.



CONTATTI: Via G. Bruno, 118 - Cesena (FC) - Tel. 0547.639811 - Cell. 327.6462471 - info@ascom-cesena.it - www.confcommerciocesenate.it

[f](#) [v](#) [@](#) [in](#) Confcommercio cesenate