

ALZARE L'ASTICELLA



Il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani

IL COMMENTO

Serve una vision per rilanciare la città

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Cesena deve alzare l'asticella per essere un città più competitiva, e così tutti i comuni del territorio allo scopo di rafforzare l'ambiente per lo sviluppo a favore delle imprese. Durante la campagna elettorale per le comunali Confcommercio ha presentato i suoi punti qualificanti per le città del prossimo quinquennio. La premessa per noi è che serve una vision generale, un progetto di crescita imperniato sulla valorizzazione del sistema delle imprese, in particolare di quelle piccole che rappresentano la spina dorsale di questo territorio. Il primo intervento che reputiamo fondamentale e sul quale da

anni lavoriamo riguarda la rigenerazione urbana da realizzare dalla periferia e dalle sessanta frazioni disseminate sul territorio del comune di Cesena fino al centro storico, interventi che vanno favoriti dall'ente pubblico per eliminare il degrado e l'insicurezza e per 'riempire' la città di servizi e di funzioni. Ci sono edifici e spazi da recuperare a cui dare vita e pubblico e privato debbono cooperare.

In particolare bisogna agire per salvaguardare e mantenere i negozi di prossimità impedendo che i quartieri si scoprano ed è per questo che chiediamo all'amministrazione comunale di studiare una sorta di piano Marshall a sostegno di queste attività che conferiscono valore alla città e quindi è doveroso che siano prese in carico per la parte che gli compete anche dall'ente pubblico. La nostra proposta è di stilare quartiere per quartiere una mappa degli esercizi mancanti per avere un quadro conoscitivo della situazione. La legge 12 della Regione è un'ottima risorsa da utilizzare con i progetti avviati a Sarsina, Cesena e San Pie-

ro in Bagno.

Il centro storico va reso più aperto e vivibile e sul rinnovo del regolamento della ztl in centro Confcommercio ha dato un contributo per migliorare il testo, un lavoro dietro le quinte prezioso per le imprese. Abbiamo evitato che non venissero aumentate le zone della ztl, installate nuove telecamere e soprattutto soppressi parcheggi in centro, così come era stato proposto all'inizio del percorso. Sul regolamento abbiamo lavorato affinché le attività commerciali e artigianali mantenessero le tre targhe ad attività, avessero delle semplificazioni per il delivery e abbiamo ottenuto il costo dell'abbonamento alla metà di quello proposto. Ciò che riscontriamo è l'assenza di proposte su che cosa deve essere il centro storico da parte delle forze politiche. Se non ci fossimo noi come associazioni di categoria a stimolare azioni come quelle che si possono fare con la legge 12 o attraverso eventi innovativi come la Shopping Night, non si troverebbe traccia di una prospettiva su come rilanciare il centro.

Ma non c'è solo il centro. Confcommercio esprime preoccupazione anche per le periferie che non possono interessare l'amministrazione solo quando tramite la modifica del regolamento per l'esposizione pubblicitaria si cerca di inserirle dentro le strade speciali con una maggiorazione del 150% del canone pubblicitario versato dalle aziende e sul quale siamo totalmente contrari.

Il gravissimo episodio con la rapina di Borello ha riportato in prima pagina l'emergenza sicurezza nelle varie parti della città. Gli episodi ripetuti che si verificano in zona stazione e in alcuni quartieri cittadini sono allarmanti e fatta salva la sempre meritoria opera delle forze dell'ordine, occorre intervenire con più fermezza nel contrasto alla criminalità e ai vandalismi creando ambienti più illuminati e meno esposti agli attacchi. Servono più telecamere, non solo quelle che fanno le multe, ma per garantire sicurezza alle imprese, ai cittadini e affinché le forze dell'ordine possano avere uno strumento utile a catturare i delinquenti.

NEI SETTORI DEL COMMERCIO, RISTORAZIONE E INDUSTRIA ALBERGHIERA

LA RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

Mancano all'appello 258.000 lavoratori



Nel 2025, il commercio, la ristorazione e l'industria alberghiera dovranno fare i conti con una carenza di 258.000 lavoratori, un dato che segna un incremento del 4% rispetto all'anno precedente, configurando una vera e propria emergenza per il Paese. Secondo Confcommercio, la mancanza di manodopera qualificata rischia infatti di rallentare la crescita di questi settori e di compromettere l'andamento del

Prodotto Interno Lordo dell'intero sistema economico italiano. In particolare, il settore del commercio si trova a dover fronteggiare una carenza di figure professionali chiave, come commessi specializzati (nel settore moda e abbigliamento) e lavoratori con competenze specifiche nell'ambito alimentare, come macellai, gastronomi e addetti alla vendita di pesce. Nel settore della ristorazione, mancano camerieri, barman, cuochi, pizzaioli e gelatai, mentre nelle strutture ricettive si registra una scarsità di cuochi, camerieri e addetti alla pulizia e al riassetto delle camere. Queste criticità sono avvertite seriamente anche nel nostro territorio. Le cause di tale deficit sono molteplici. In primo luogo, vi sono fattori strutturali come il calo demografico, con una perdita di 4,8 milioni di individui nella fascia di età compresa tra i 15 e i 39 anni dal 1982 al 2024. A questo si aggiungono cambiamenti nelle preferenze occupazionali, la crescente difficoltà nel trovare lavoratori con il giusto mix di conoscenze, abilità e competenze, e una sempre minore disponibilità alla mobilità territoriale.

Per rispondere a queste sfide, è necessario intervenire con politiche attive del lavoro mirate a sviluppare le competenze e le capacità professionali. Le imprese devono essere sostenute nella formazione della propria forza lavoro, puntando non solo su competenze tecniche, ma anche su quelle trasversali, sempre più necessarie per affrontare il cambiamento. Il rafforzamento del legame tra il sistema educativo e il tessuto produttivo è fondamentale, in modo da orientare i giovani verso professioni in linea con le esigenze del mercato, incentivare la motivazione e offrire opportunità di stage, tirocini e apprendistato".

A livello territoriale Job&Workers è il servizio di ricerca e selezione del personale di Confcommercio del comprensorio provinciale di Forlì-Cesena creato proprio per far fronte a questa criticità. La carenza del personale dipendente e quindi il suo reperimento è un problema sempre più sentito tra le imprese. Job&Workers è il luogo sia virtuale che fisico in cui è possibile soddisfare le molteplici esigenze di ricerca e selezione del personale delle aziende del territorio. Attraverso questo servizio, siamo in grado di rispondere in modo efficace ai bisogni delle imprese che necessitano di un'alta personalizzazione dell'organico, della gestione rapida di picchi di lavoro stagionale anche tramite la selezione delle competenze evidenziate direttamente dai candidati.

Alberto Pesci
 vicedirettore Confcommercio cesenate

Aumento dei costi energetici Serve un intervento strutturale

L'aumento dei costi energetici continua a gravare pesantemente sulle imprese italiane del terziario di mercato. I dati più recenti dell'Osservatorio energia di Confcommercio rivelano una situazione allarmante: nel 2024, il costo dell'energia elettrica è aumentato del 51,9% rispetto al 2019, mentre quello del gas è cresciuto addirittura dell'80%, con alcune vette che sfiorano il 100%. Le categorie più colpite dalla crescita delle bollette elettriche sono gli alberghi e i grandi negozi, che registrano incrementi superiori al 50%. A seguire, il settore alimentare, che ha visto un aumento del 50%. Per quanto riguarda il gas, gli alberghi subiscono l'impennata maggiore (+96,7%), seguiti dai ristoranti (+88%) e dai grandi negozi (+86%). Di fronte a questi numeri, Confcommercio sollecita l'avvio urgente di



tavoli di confronto con le Istituzioni, chiedendo soluzioni e strategie immediate per contrastare l'impennata dei costi energetici e fermare le speculazioni che alimentano il fenomeno. L'ente sottolinea che, nonostante gli sforzi delle imprese nell'adottare pratiche ecologiche per ridurre i consumi - come la riduzione del 1,5% per l'energia elettrica e del 18% per il gas nel 2024 rispetto al 2019 - la situazione resta preoccupante.

A fronte di un contesto geopolitico

PER ACCOMPAGNARE LE IMPRESE NELLA NUOVA SFIDA

instabile e delle incertezze sui mercati, Confcommercio avverte che le soluzioni adottate finora, come la selezione attenta del fornitore e gli interventi di efficienza energetica, non bastano a risolvere il problema. Serve un intervento strutturale sia a livello nazionale che europeo per far fronte alle oscillazioni dei prezzi e garantire una stabilità a lungo termine.

Tra le misure proposte per affrontare la crisi energetica, l'Osservatorio suggerisce l'introduzione di un tetto massimo al prezzo del gas, fissato tra i 50 e i 60 €/MWh, l'introduzione di un prezzo unico per l'elettricità e l'acquisto congiunto a livello dell'Unione Europea. Inoltre, l'adozione di strategie per rafforzare l'indipendenza energetica dell'Italia rappresenta un ulteriore passo necessario.

Trazione digitale, nasce Edi Confcommercio



La recente pandemia ci ha fatto capire l'importanza della digitalizzazione per le imprese anche del settore commerciale, turistico e del terziario, nonché del mondo delle professioni. La tecnologia è stata un valido alleato per affrontare al meglio le restrizioni e le difficoltà, adottando ad esempio il lavoro da remoto oppure vendendo online, mantenendo le relazioni con i clienti attraverso gli strumenti digitali. La digitalizzazione ha reso le imprese più resilienti agli shock

INAUGURATA IN VIA STRINATI

economici e alle crisi impreviste, facilitando una risposta più rapida e flessibile alle nuove condizioni di mercato. Anche oggi la digitalizzazione non è più un'opzione, ma una necessità indipendentemente dal settore o dalla dimensione. Investire in tecnologie digitali significa migliorare l'efficienza, abbattere le barriere geografiche e creare valore aggiunto per i clienti. È una trasformazione che consente alle imprese di prosperare in un mondo sempre più connesso e competitivo.

I benefici economici sono tanti, i principali sono i seguenti: ottimizzazione dei processi, maggiore competitività, accesso a nuovi mercati. Anche su questo versante Confcommercio è in campo per accompagnare le imprese in questa innovativa transizione a livello nazionale e sul territorio. Edi è il Digital Innovation Hub di Confcommer-

cio, un ecosistema in cui mettere a fattore comune attori, risorse e competenze per favorire l'evoluzione digitale generale del Sistema Paese. Edi facilita il dialogo tra grandi aziende, startup innovative, pmi, finanza pubblica e privata, università, ricerca, istituzioni e stakeholder locali, nazionali e internazionali legati all'innovazione.

In questo ruolo, Edi diventa un ponte per trasferire innovazione alle imprese, supportandole nell'accesso a bandi nazionali ed europei, nella ricerca di risorse e nel coordinamento di progetti con impatti concreti sui territori. Ma non basta adottare le tecnologie: è essenziale formare i dipendenti e sviluppare competenze digitali in azienda, un percorso virtuoso che deve diventare materia quotidiana dentro le imprese e Confcommercio c'è per affiancarle anche per vincere questa sfida.

La nuova libreria di Bazhena specializzata in horror e fantasy

Un bellissima inaugurazione quella di 'Damavoj libreria' in via Strinati 17 di Bazhena Alessandri, libreria trentenne appassionata ed entusiasta. L'attività è associata a Confcommercio presente all'evento con in presidente Augusto Partigiani, il vicepresidente Alverio Andreoli, il direttore Giorgio Piastra e la responsabile di categoria Sara Montalti. Il taglio del nastro è stato effettuato dal sindaco Enzo Lattuca intervenuto con gli assessori alla cultura Camillo Acerbi e allo sviluppo economico Lorenzo Plumari. Questa affollata

presenza istituzionale è stata molto gradita dalla nuova libreria. "Corono un sogno - ha detto la titolare -: la mia libreria si rivolge a chi ha dai tredici anni in su e in particolare ai giovani essendo specializzata in due generi molto graditi da questa fetta di pubblico, l'horror, il fantasy, la fantascienza e la graphic novel. La mia aspira-



zione è che la libreria diventi un luogo vivo con incontri con l'autore, gruppi di lettura Sono una

grande lettrice e mi piacerebbe accompagnare anche nella scelta dei libri da acquistare i clienti. Ho iniziato la mia attività durante la pandemia, pubblicando recensioni nei profili social, riscuotendo seguito. Ora la mia passione diventa lavoro". Gli studenti del corso

Grafica e Stampa dell'Enaip, presenti alla inaugurazione accom-

pagnati dall'insegnante Stefano Dell'Agata, si sono occupati della realizzazione del logo.

Il presidente di Confcommercio Patrignani si è rallegrato della apertura di una nuova libreria in centro storico e ha incoraggiato la neoimprenditrice e il sindaco Lattuca si è compiaciuto che nella città del libro si rinfoltisca in centro storico il numero della librerie augurando a Bazhena Alessandri le migliori fortune imprenditoriali.

Nella foto un momento dell'inaugurazione

IN VIA CERVESE A SANT'EGIDIO

Il negozio di abbigliamento diventa Ricamolandia



Il negozio di abbigliamento si riconverte in attività di ricamo, stampa e riparazione di capi. Questo è il passaggio che vede al centro Ricamolandia sulla via Cervese a Sant'Egi-

dio, gestito da Davide Avarello e dalla madre. "Il settore dell'abbigliamento - spiega Avarello - è attraversato da tempo da una crisi strutturale. Noi vi avevamo operato con il negozio "Rosy Abbigliamento" e a un certo punto abbiamo cominciato ad interrogarci sull'opportunità di innovare specializzandoci in un ramo che potesse andare incontro alle esigenze di

una clientela il più possibile estesa, nello specifico quella interessata al ricamo e la stampa. Ci siamo decisi e abbiamo operato la svolta. Il nostro ricamo è svolto da macchine ricamatrici di ultima generazione, all'avanguardia per ricreare fedelmente qualsiasi idea del cliente, mentre non svolgiamo il ricamo a mano. Fondamentale è l'utilizzo dei social che ci ha permesso e continua a permetterci di essere notati dalla grande maggioranza della nostra attuale clientela. Effettuiamo anche stampe e riparazioni di capi.

Proprio questo concetto dell'essere pronti a tradurre in atto ogni idea del cliente è un punto di forza della nostra attività in grado di favorire la massima personalizzazione. Abbiamo anche grafici che lavorano con noi e siamo in grado di soddisfare ogni richiesta".

"Grazie alla costante presenza sui social e a come veicoliamo il nostro lavoro - conclude Avarello - siamo riusciti a creare una solida clientela che si è allargata a tutta Italia con l'idea imprenditoriale che è decollata con nostra grande

gratificazione. Su questa strada intendiamo proseguire la nostra crescita attraverso la continua innovazione". Ricamolandia - mette in luce il presidente Confcommercio (a cui Ricamolandia è associata) Augusto Patrignani - è un ottimo esempio di attività intraprendente e dinamica grazie alla creatività e alla capacità di ritagliarsi segmenti di mercato, un punto di forza, anche per la sua originalità, della rete distributiva cittadina".

Nella foto Davide Avarello con la madre.

HOTEL DI LUSSO E ALLOGGI AL POSTO DI 12 EX COLONIE DIROCCATE

Piano Falkensteiner, Confcommercio favorevole

di ROBERTO FANTINI



Il piano di rifunzionalizzazione delle colonie va a rivoluzionare il volto della città ed è un intervento strategico per l'innovazione di Cesenatico, della sua immagine e della sua offerta. Questa è la premessa da cui scatta il ragionamento di Confcommercio. Significativo è il progetto nella zona delle ex colonie con il raggiungimento dell'intesa tra Comune e Accademia Acrobatica. Grazie a un accordo operativo di trasformazione urbana pubblica-privata sarà costruito a Ponente, nella zona delle ex colonie marine, un

nuovo palazzetto dello sport, il primo totalmente realizzato da privati. La costruzione è stata resa possibile dall'accordo operativo in virtù del quale il Comune riceve dall'Accademia Acrobatica le aree di due vecchie colonie fatiscenti, la Sadelmi e la Perazzolo, abbattute le quali si avranno a disposizione diecimila metri quadrati di preziosa superficie fronte mare. L'amministrazione utilizzerà la superficie per ricavare un'area verde e 140 parcheggi. Il progetto dell'Accademia è stato da subito promosso Confcommercio organizzando un incontro con l'amministrazione comunale. Secondo Confcommercio si tratta di un intervento importante e meritorio, che sarebbe bene magari altri imprenditori imitassero, ma che non può essere ritenuto un piano delle colonie, il quale deve avere una portata e un respiro ben superiore. In questa direzione virtuosa agisce il maxi progetto del gruppo Falkensteiner, uno dei più importanti gruppi del settore

turistico a livello internazionale che ha scelto Cesenatico per sviluppare un progetto con tutte le credenziali per apportare benefici di rilievo al territorio rivierasco. Dodici vecchie colonie di Ponente dismesse verranno trasformate in strutture ricettive e alloggi di pregio. L'imprenditore Eric Falkensteiner ha presentato un progetto redatto dall'architetto newyorkese Richard Meier che prevede la trasformazione di dodici colonie diroccate in un intervento previsto in due stralci. Si partirà dalla demolizione di cinque colonie, già acquisite da Falkensteiner per costruire un hotel a cinque stelle di 144 camere, con centro benessere, piscina, impianti sportivi e tutti i servizi, spiaggia inclusa, con ampi spazi comuni e verde. Nel piano sono previsti 111 appartamenti a fini turistici. Nello step successivo altre sette colonie verranno demolite (due già in possesso di Falkensteiner e cinque oggetto di trattativa), per ricavare due residenze turistiche alberghiere e 46 appartamenti.



Eric Falkensteiner ha incontrato le categorie economiche fra cui Confcommercio che ha rimarcato l'importanza di avere un grande gruppo che investe su una parte di riviera da riqualificare. Da parte del Comune si attende ancora la risposta ufficiale. A parere di Confcommercio l'amministrazione può e deve sedersi al tavolo delle trattative ed ha la possibilità di rivedere il progetto, numero degli appartamenti compreso. D'altronde a Cesenatico ci sono già precedenti come l'ex colonia Bonomelli e l'ex hotel Pino in cui gli strumenti urbanistici

prevedevano la trasformazione in strutture ricettive turistiche e invece sorgeranno ville o appartamenti, e questo non trova Confcommercio di certo contraria. Secondo Confcommercio il mix tra strutture ricettive e residenziale è sostenibile e bisogna comunque privilegiare in maniera assoluta il fatto che dodici colonie da tanto tempo fatiscenti verranno sottratte al degrado con un grande progetto che riqualificherà tutta la zona di Ponente e Cesenatico. Questa è un'occasione unica e forse irripetibile per rilanciare quell'area di Cesenatico.

PROPOSTA DI CONFCOMMERCIO

Pronto Soccorso estivo per Cesenatico, Cervia e Bellaria



di GIANCARLO ANDRINI

La buona sanità, oltre che essere un prerequisito della salute delle persone, è un valore primario delle città turistiche dove convogliano da tante parti d'Italia e del mondo persone che le scelgono come mete delle loro vacanze. E' per questo che Confcommercio segue con grande attenzione gli sviluppi legati all'erogazione di servizi che siano pari alle aspettative legittime degli utenti. A Cesenatico grande è l'attenzione verso la realizzazio-

ne del nuovo ospedale di Cesena nell'area di Villachiviche, che dovrebbe vedere la luce nel 2030, se verranno rispettati i tempi del percorso definito. Confcommercio chiede da tempo che anche le realtà vicine come appunto Cesenatico possano essere adeguatamente informate sul percorso verso il nuovo ospedale, rispondendo anche a domande urgenti come ad esempio la mobilità da Cesenatico verso la nuova struttura che al momento resta ancora un aspetto da chiarire e che quindi alimenta un giustificato interesse. Sinora, spiace dirlo, questa comunicazione è mancata e occorrerebbe, anche di concerto con l'amministrazione comunale, convocare incontri con cui l'Ausl illustra il progetto e vengono chiarite le questioni dei collegamenti. Qualche perplessità, rimanendo sempre in ambito di servizi sanitari, la sta suscitando l'apertura

del Cau a Cesenatico avvenuta a gennaio. A Forlì, Rimini e Cesena, dove c'è il Ps non stanno funzionando, a Cervia e Cesenatico sono stati superati i ventimila accessi che si possono spiegare col fatto che prima c'era il Punto di Primo Intervento. Gli utenti e ancora più i turisti (il Cau è una realtà solo della nostra Regione) si recano in ospedale per trovare assistenza, che sia Punto di Primo Soccorso o Cau è indifferente. Non assegnamo quindi il buon risultato degli accessi al Cau, in quanto è lo stesso degli anni precedenti. Il vero obiettivo da conseguire, fondamentale per il bacino rivierasco, è la creazione del Pronto Soccorso estivo che serva Cesenatico, Cervia e Bellaria su cui gravano 500mila utenti. Questa è la risposta che può efficacemente venire incontro alle esigenze durante il periodo del popolamento turistico.

IL COMMENTO DI CONFCOMMERCIO SUI DATI DEL 2024

Più presenze in riviera, promuovere sempre meglio il mare

di GIANCARLO ANDRINI

L'annata turistica del 2024 si è conclusa a Cesenatico con la cifra record di tre milioni e 613.732 pernottamenti, in crescita del 4,1% rispetto al 2023 e del 6,1% rispetto al 2019, l'ultima stagione precordi. In Emilia Romagna soltanto Rimini e Bologna sono state capaci di fare meglio. Di queste presenze l'80% si riferiscono ai mesi estivi. Sono andati molto bene anche novembre e dicembre, la destagionalizzazione è un obiettivo da continuare a prefiggersi con sempre maggiore incisività, ma il core business è e resta il mare e quindi l'esigenza prioritaria secondo Confcommercio è di privilegiare la promozione della nostra offerta rivierasca estiva, procedendo con la riqualificazione della città

per renderla all'altezza della sua reputazione. A questo obiettivo sta lavorando la Dmo di cui fanno parte Comune e associazioni di categoria. Se estendiamo l'analisi ai dati della provincia, 5.700.000 sono stati i turisti, di cui 4.700.000, cioè oltre l'80%, hanno scelto le località marittime. Fra gli altri dati si segnala l'aumento delle presenze nell'extralberghiero, con ottime performances dei campeggi. Per rafforzare i dati nelle strutture ricettive bisogna proseguire con la riqualificazione delle strutture per stare al passo di località limitrofe più avanti di Cesenatico, come Milano Marittima, Cervia e Riccione. Tra gli obiettivi principali della Dmo c'è quello di accrescere il brand di Cesenatico e la qualità dell'offerta e della domanda turistica.

SAN MAURO PASCOLI

Crisi del calzaturiero, richieste al Governo

Rafforzare il distretto del calzaturiero e permettergli di competere a livello internazionale. È la richiesta degli attori istituzionali ed economici del territorio di San Mauro Pascoli, e fra di essi Confcommercio del Rubicone, uniti nel richiedere interventi di spessore che possano aiutare il settore ad uscire dalla crisi che lo attanaglia. Il vicepresidente e assessore regionale dell'Emilia Romagna Vincenzo Colla ha inviato

per conto della Regione una lettera al ministro delle imprese e del made in Italy per chiedere al governo misure straordinarie urgenti per imprese e lavoratori dei settori tessile-abbigliamento, calzature, pelletteria e accessori. Confcommercio auspica interventi tempestivi e in grado di sostenere la ripresa di quello che da sempre rappresenta un'eccellenza dell'economia di San Mauro Pascoli e del Rubicone.

PROGETTO DELL'UNIONE RUBICONE MARE

Transizione ecologica, imprese a scuola

È stato avviato un ciclo di incontri del progetto Energie di Comunità a cura dell'Unione dei Comuni Rubicone e Mare e finanziato attraverso il bando regionale. L'iniziativa si prefigge di guidare imprese, istituzioni e cittadini lungo il percorso della transizione ecologica attraverso la riduzione dei consumi energetici e l'aumento dell'indipendenza dai combustibili fossili. Il ciclo di

incontri, che proseguirà fino a maggio, è stato avviato a Sogliano. I presidenti di Confcommercio dei comuni dell'Unione Rubicone e Mare valutano positivamente questa iniziativa che consente alle imprese di potersi formare alla transizione ecologica procedendo verso l'innovazione aziendale. Nella foto il presidente Confcommercio di Sogliano Andrea Carghini



DATI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

Basso Rubicone, unico territorio dove le imprese crescono

Dai dati della Camera di Commercio Romagna si ricava che nel 2024 il saldo tra iscrizioni e cessazioni è quasi stabile rispetto a quello del 2023. A fine anno si contano 40.087 registrate. L'unico territorio in espansione è quello del basso Rubicone dove sono in crescita dello 0,4%, e rappresentano il 14,5% dell'incidenza.

Confcommercio Rubicone rimarca come questo risultato non può essere considerato un punto di arrivo ma un incentivo a creare un territorio sempre più favorevole al fare impresa nei comuni del territorio con interventi di riduzione tributaria e burocratica e un'azione efficace dei comuni nella regia delle politiche incentivanti.

LA POSIZIONE DI CONFCOMMERCIO

Rapina di Borello, negozi e pubblici esercizi da difendere

La tremenda mattina di Borello, le rapine con il machete e un bar preso di mira, pur con il meritorio intervento delle forze dell'ordine, inducono ancora una volta a una profonda riflessione sullo stato della sicurezza nella nostra città e nei suoi quartieri, dalla periferia al centro. A rimarcarlo è il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (nella foto). "Il crimine e le modalità con cui è avvenuto - prosegue il presidente Patrignani - sono gravi e suscitano una forte impressione e ben capiamo lo scoramento di chi ne è stato vittima e dell'intera comunità borellese. La sicurezza è il valore primario su cui si fonda la convivenza civile e quando viene minata in una maniera così rimarchevole l'apprensione che si diffonde è tanta. Dai nostri imprenditori associati, dai baristi, dai tanti che hanno attività commerciali di prossimità quello che emerge spesso è la percezione di essere lasciati soli ad affrontare situazioni di rischio e di pericolo in un contesto ambientale non attrezzato adeguatamente per contrastare il crimine. Ci riferiamo ad esempio alla rete di telecamere che avrebbe dovuto



essere installata sul territorio cittadino, ma che solo in esigua parte lo è stata e più in generale al decoro urbano di zone urbane che abbisognano di un maggior contrasto al degrado. Naturalmente il problema non riguarda solo Borello, ma l'intera città e le sue zone maggiormente coinvolte dai crimini, specie le periferie". "Confcommercio è articolata in dodici consigli di quartiere propri che corrispondono a quelli comunali - mette in luce Patrignani - e continuerà a fornire il suo contributo alla creazione di un ambiente sicuro e in tal senso i pubblici esercizi e le attività commerciali sono già di per se stessi un presidio importante del territorio in grado di favorire decoro e vivibilità. Occorrono però misure serie di contrasto alla criminalità agendo alla fonte, nella creazione di una città sicura, senza sottovalutare fenomeni come quello di Borello, ma percependone la spia di una situazione allarmante su cui agire senza indugio. La sicurezza deve essere il primo punto all'ordine dell'agenda politica e ci attendiamo interventi concreti per favorirla".

LA STORICA FEDERAZIONE ADERENTE A CONFCOMMERCIO

Fimaa al servizio degli agenti immobiliari

Un pilastro del sistema Confcommercio. Lo è la Fimaa, federazione italiana mediatori agenti d'affari, la più grande associazione del settore dell'intermediazione in Italia, con oltre 14.000 imprese associate per un totale di oltre 45mila addetti. Aderente al sistema Confcommercio - Imprese per l'Italia, la Federazione rappresenta tutto il comparto della mediazione: agenti immobiliari, mediatori merceologici, mediatori creditizi, agenti in attività finanziaria, agenti di servizi vari e lavora per la loro tutela sindacale e crescita professionale. Nel territorio provinciale e cesenate il presidente di Fimaa territoriale è Giorgio Ambrosini (nella foto). "Da sempre Fimaa è l'ambito privilegiato - spiega - per offrire un accompagnamento costante e di qualità agli agenti immobiliari attraverso consulenze e tutta una serie di strumenti anche creditizi che il know how della nostra federazione consente di mettere in atto. La Fimaa lavora come una grande squadra e sottrae l'agente che si associa al rischio di essere isolato e senza supporti. L'associazionismo è un'arma in più e un valore aggiunto, in particolare in quelle associazioni come Fimaa che

promuovono tante attività. Negli ultimi anni la categoria si è ringiovanita, con nuovi ingressi nel settore, che stanno crescendo a affinando la loro professionalità. Le agenzie sono in aumento e in sana competizione



tra loro. L'agente immobiliare lavora per costruire un rapporto di fiduciarità con i clienti e accompagnarlo passo dopo passo verso la felice risoluzione della compravendita. L'acquisto o la vendita di un immobile per la vita delle persone interessate è un passaggio delicato, da affrontare senza lasciare nulla di intentato, facendosi seguire a professionisti adeguati e strutturati, gli agenti immobiliari accreditati appunto". Quello che si rileva nel territorio è un mercato immobiliare in ripresa che si indirizza verso ulteriori miglioramenti stando a quello

fotografato dal rapporto di Forlì-Cesena, elaborato da Fimaa Confcommercio.

"Abitualmente Fimaa territoriale - prosegue il presidente Ambrosini - redige report conoscitivi sulla situazione del mercato utili non solo agli agenti ma soprattutto ai clienti che si accostano alle compravendite. Sotto esame, nel report, ci sono state le compravendite dei primi nove mesi del 2023 rapportate a quelle degli anni precedenti. In questa prima pubblicazione ci siamo concentrati sui territori di Forlì, Cesena e Cesenatico e i dati frutto del coinvolgimento di un centinaio di agenzie immobiliari, sono incrociati con i numeri forniti dall'agenzia delle entrate. Distribuiremo l'opuscolo anche alle amministrazioni comunali. Nel 2023 si è assistito a un leggero calo di compravendite, nel 2024 ci siamo attestati sugli stessi valori, registrando, tuttavia, un aumento dei prezzi degli immobili indice di notevole dinamicità, causata da vari fattori, a partire dall'abbassamento dei tassi dei mutui. Quanto alle locazioni, confermiamo una situazione di criticità: la domanda è superiore all'offerta e i prezzi sono molto alti, ma questo è un problema nazionale".

AVVIATO DAL RESTO DEL CARLINO DI CESENA

Campionato di giornalismo, Confcommercio sponsor

Confcommercio cesenate è sponsor del campionato di giornalismo rivolto agli studenti promosso dal Resto del Carlino redazione di Cesena.

Presidente Augusto Patrignani, perché è importante aderire al Campionato di giornalismo per uno studente?

"L'apertura al mondo è un passaggio fondamentale per la crescita e la consapevolezza di sé. Il giornalismo praticato scaturisce dall'interesse, dalla curiosità, dallo spirito di indagine e di inchiesta che favorisce nei nostri ragazzi una crescita umana e culturale, facendoli sentire più padroni della realtà. In questo senso il campionato di giornalismo co-

stituisce una straordinaria opportunità per cimentarsi con il giornalismo e le sue varie dinamiche. Il giornalismo è ricerca della notizia, verifica della sua fondatezza, scrittura, titolazione, diffusione, un insieme di abilità ed elaborazioni capaci di affinare le abilità degli studenti producendo vantaggi sulla loro crescita".

Perché Confcommercio ha scelto di essere sponsor?

"Perché si tratta di una iniziativa meritoria, che qualifica il territorio, e fornisce un'occasione di crescita dei nostri studenti. Lo riteniamo una forma di piena collaborazione con le scuole coinvolte. Noi siamo



un'associazione che punta molto sulla comunicazione, la prima forma di trasparenza, abbiamo un giornale storico che continuiamo a produrre mensilmente allegandolo ai quotidiani e tante modalità di media. Siamo da tanto tempo

sensibili su questo aspetto e promuovere la diffusione del giornalismo nelle nuove leve, e anche per assicurare in ottica futura un ricambio, lo riteniamo un investimento redditizio per la comunità. La formula del Campionato di giornalismo è coinvolgente, le pagine realizzate sono di ottima fattura, un prodotto veramente di qualità. Per di più il giornalismo è un gioco di squadra, le classi gareggiano insieme, come se fossero una redazione".

Che cosa fa Confcommercio per i giovani?

"I nostri referenti, naturalmente, sono le giovani imprese

che accompagniamo per facilitare l'ingresso e la permanenza sul mondo del lavoro, attraverso una serie di strumenti consulenziali e formativi, in ambito economico-finanziario, formativo, sul versante della sostenibilità, dell'incrocio tra domanda e offerta del lavoro. Quanto al rapporto con le scuole lo abbiamo sempre praticato e reso proficuo perché riteniamo che il mondo delle imprese debba collegarsi a quello scolastico ed educativo con reciproci vantaggi. Il nostro ente formativo Iscom agisce con impegno ed efficacia su questo terreno".

RICHIESTA DI FEDERMODA A SOSTEGNO DEL SETTORE

Detassazione per le microimprese nei locali sfitti



Il settore dell'abbigliamento ha necessità di un sostegno eccezionale, nel nostro territorio e in tutto il Paese con interventi che gli consentano di rimanere competitivo. Federazione Moda di Confcommercio è centralmente parte attiva del Tavolo della Moda,

che si riunisce al Ministero delle Imprese e del Made in Italy di tutta la filiera del settore, in rappresentanza delle imprese del commercio al dettaglio. "Federmoda Confcommercio - rimarca il direttore di Confcommercio cesenate Giorgio Piastra (nella foto) - chiede al Governo politiche urgenti per sostenere il commercio di vicinato, essenziale per l'economia e la vita delle comunità, ed è pronta a collaborare con proposte concrete per arrestare questa crisi. Tre le proposte per il rilancio del commercio al dettaglio della moda: detassazione per microimprese della distribuzio-

ne commerciale al dettaglio che si insediano in locali sfitti; incentivi ai consumi di moda con una detrazione fiscale per l'acquisto di prodotti di moda sostenibili nei negozi fisici o applicazione di un'aliquota Iva agevolata; riduzione dei costi delle locazioni inclusa una cedolare secca condizionata alla riduzione dei canoni, tramite accordi tra locatore e conduttore".

"Bisogna agire con tempismo - prosegue Piastra - perché le vendite di moda hanno registrato nel 2024 un calo significativo, aggravato da concorrenza sleale dei colossi del web e spesso da pratiche



commerciali disinvolve di alcuni fornitori, che non rispettano il principio dello 'stesso mercato, stesse regole'. Negli ultimi cinque anni, il dettaglio moda ha perso quasi 20mila negozi e oltre 15mila posti di

lavoro, con una contrazione del 10% nei consumi familiari destinati all'abbigliamento e calzature. Senza interventi mirati, l'intera filiera del Made in Italy rischia di subire gravi ripercussioni".

FIPE CONTRO IL DECRTO DEL MINISTERO DEGLI INTERNI

“Non spetta ai pubblici esercizi difendere l’ordine pubblico”



Fipe Confcommercio esprime profonda contrarietà e delusione riguardo al decreto emanato dal Ministero dell’Interno, che introduce nuove linee guida per la prevenzione di atti illegali e situazioni di pericolo nei pubblici esercizi. “Siamo

sconcertati non solo dal contenuto del decreto, ma anche dalle modalità con cui questo è stato concepito: quale prima associazione di rappresentanza del settore dei pubblici esercizi, è inaccettabile che la Fipe non sia stata consultata. Con l’adozione di questo decreto, si spostano responsabilità di ordine pubblico, che spettano allo Stato, alle attività che svolgono un servizio per la cittadinanza”, afferma il presidente Fipe cesenate Angelo Malossi (nella foto). “Le attività sono già responsa-

bili all’interno dei propri locali, con organizzazioni strutturate per garantire la massima sicurezza ai nostri clienti. Abbiamo sistemi di sicurezza, attività di formazione e prevenzione che rispondono alla nostra funzione: accogliere e servire i cittadini. Ma non possiamo occuparci di ciò che avviene all’esterno dei nostri spazi, perché non è pertinente alle nostre responsabilità e funzioni”.

Oltre a lamentare la mancata consultazione dell’associazione, Fipe rileva inoltre come il decreto preveda

obblighi insostenibili per gli esercenti, quali l’installazione di costosi sistemi di videosorveglianza e la designazione di referenti per la sicurezza, imponendo ulteriori oneri a un settore già gravato da pesanti costi e adempimenti.

Fipe respinge l’idea che i pubblici esercizi siano percepiti come luoghi di pericolo o eccesso. Al contrario, le attività degli esercenti offrono un servizio alla cittadinanza, sono luoghi di socialità e non di rischio. La funzione di ordine pubblico è e deve rimanere

una competenza esclusiva delle forze dell’ordine. Adossare ulteriori responsabilità agli esercenti, già schiacciati da obblighi gravosi, è una scelta che penalizza l’intero settore.

Fipe chiede pertanto che il decreto venga rivisto, avviando un dialogo trasparente e costruttivo con le organizzazioni di categoria e resta a disposizione per contribuire a soluzioni che tutelino sia la sicurezza pubblica sia le esigenze delle imprese.

HUB DEL COMMERCIO AL VIA

Sarsina, avviato il progetto per riempire i locali sfitti

La giunta di Sarsina ha approvato il progetto di fattibilità per la realizzazione di due hub urbani e di prossimità a Sarsina ed a Ranchio.

È stato firmato un protocollo dalle associazioni di categoria e lo studio è stato affidato ad Iscom per un importo di 17mila euro finanziati dalla Regione Emilia Romagna.

Il progetto è partito da una fotografia attuale degli spazi commerciali esistenti dove si rileva una presenza di vuoti o sfitti del 26 % (24 su 95). Il polo commerciale più rilevante è sicuramente rappresentato da Piazza Plauto e dalle vie limitrofe. L’obiettivo di fondo è quello di rilanciare il tessuto economico locale, incentivando la permanenza degli operatori economici e delle attività presenti creando le condizioni

per attrarne di nuovi. Il fabbisogno economico stimato è di circa 100.000 € su un orizzonte pluriennale di cui si farà carico la Regione con nuovi stanziamenti.



“L’hub del commercio – spiega il sindaco Enrico Cangini (nella foto) – è una perimetrazione strategica che servirà alla regione Emilia Romagna per veicolare future risorse. Sono diverse le aree di intervento del progetto: miglioramento

dell’arredo urbano, bandi ed incentivi per le imprese che investono, momenti di formazione per gli operatori e miglioramento degli strumenti di promozione turistica e culturale. Crediamo sia fondamentale investire sulla rete commerciale perché è il biglietto da visita della comunità. Negli ultimi mesi ci sono stati segnali positivi, con cinque nuove aperture in parte fatte ed in parte che si dispiegheranno nei prossimi mesi. Le istituzioni sono chiamate ad incoraggiare chi fa impresa”. “Confcommercio – mette in luce il presidente Romano Rossi – è soddisfatta per l’avvio di questo percorso a sostegno del commercio di prossimità e si augura che si proceda con efficacia su questa strada”

CONFCOMMERCIO: “SCELTA SUICIDA”

San Mauro, raccolta firme contro la piazza chiusa alle auto

È esplosa a San Mauro Pascoli la polemica sulla riqualificazione delle piazze Mazzini e Battaglini, non incentrata naturalmente sul fatto che verranno rigenerate, ma per il fatto che verrà interdetto l’ingresso delle auto nelle piazze. “La chiusura totale alle auto



nelle due piazze – afferma il presidente di Confcommercio di San Mauro Pascoli Raffaele Bernabini (nella foto) – può divenire un colpo mortale alla già esigua vitalità del paese. Non è

possibile imprigionare il centro storico, non serve a nessuno, provoca solo un boomerang. Il commercio si valorizza non chiudendo,

ma aprendo e con progetti di rigenerazione urbana che si rifletta anche sul turismo in collegamento con quello rivierasco”.

La protesta in questi giorni è montata con una vera e propria sollevazione e l’avvio di una raccolta firme contro la chiusura delle piazze alle auto da scongiurare con soluzioni alternative.

Valle Savio, Paolo Rossi in pensione Catia Migliori nuova responsabile

Dal 1° gennaio il collega Paolo Rossi (nella foto a sinistra) dopo un lungo e importante percorso lavorativo e raggiunta l’età pensionabile ha lasciato il proprio ruolo di segretario di Confcommercio della Valle del Savio. Paolo è cresciuto e ha contribuito alla crescita e allo sviluppo della Confcommercio della Vallata, portando ogni giorno con profitto e abnegazione il suo impegno nella relazione con il tessuto imprenditoriale e con tutte le istituzioni rappresentando con professionalità gli interessi dei tanti imprenditori associati.

Il territorio della vallata che esprime da sempre una vocazione turistica e



commerciale e sul quale Confcommercio eroga ogni giorno i suoi servizi di carattere amministrativo, verrà seguito nella funzione di responsabile di vallata dalla collega



Catia Migliori (nella foto a destra) già responsabile del settore fiscale dell’area e che riveste grande esperienza maturata in oltre trent’anni di

attività in Confcommercio. Il naturale percorso di passaggio di consegne operative è in corso così come ogni necessaria attività di collaborazione per la quale Paolo Rossi ha assicurato di continuare a fornire la propria massima disponibilità al fianco dei colleghi di ufficio di San Piero in Bagno.

Sos a Mercato Saraceno, chiusure nei locali pubblici

Un tavolo di lavoro con tutte le forze in campo, a partire dall’amministrazione comunale, per contrastare il rischio reale della desertificazione commerciale a Mercato Saraceno. “Negli ultimi tempi alcuni locali pubblici e ristoranti del paese – mette in luce il presidente di Confcommercio territoriale Bruno Bracciaroli (nella foto) – hanno



chiuso e si profila una scenario preoccupante anche perché la rete dei pubblici esercizi ha sempre costituito in passato un punto qualificante di Mercato Saraceno. Occorre lavorare per creare tutte le condizioni più facilitanti

per consentire i rimpiazzi dove è possibile e facilitare l’apertura di nuove attività rendendo già appetibile l’impresa. Lo stesso discorso vale per il commercio di prossimità malato cronico con chiusure che negli anni hanno indebolito la rete distributiva. Vanno rese operative strade come ad esempio quelle percorribili dalla legge regionale 12 per intervenire a sostegno del centro urbano e del piccolo commercio. Bisogna intervenire con rapidità per evitare che la situazione già molto preoccupante si aggravi sino a divenire ingestibile”.

FIVA CESENATE E EMILIA ROMAGNA

“Positiva l’attenzione della Regione al rilancio dei mercati ambulanti”



Segnali importanti dalla Regione per il sostegno al commercio su aree pubbliche. Lo sostiene Fiva regionale dopo le rassicurazioni offerte dal presidente

della Regione Emilia Romagna Michele de Pascale e dall’assessora Roberta Frisoni. La Regione è infatti al lavoro sui primi due dossier per sostenere i mercati dell’Emilia-Romagna ed ha reso noto di voler procedere nell’approvazione delle linee guida per il commercio sulle aree pubbliche, ricono-

scendo il loro ruolo imprescindibile alla luce del fatto che la salute del tessuto socio-economico dei paesi e delle città è vitale per il benessere delle nostre comunità”.

“In questo momento delicato per il commercio, specie quello tradizionale che caratterizza ed anima le nostre città, l’attenzione espressa dal presidente De Pascale e dall’assessora Frisoni ci fa particolarmente piacere - afferma il presidente di Fiva Confcommercio cesenate e regionale Alverio Andreoli (nella foto) -. Ciò che è molto positivo è che è stato immediatamente colto l’invito di Fiva Confcommercio a lavorare insieme fra pubblico e privato, come da consolidata tradizione del nostro territorio, sempre con l’obiettivo di mettere a disposizione le energie migliori per garantire la salute economica e sociale dei territori”.

Forte apprezzamento nello specifico va anche alla considerazione dedicata alle dina-

miche del commercio ambulante: “Condividiamo pienamente quanto sostenuto da De Pascale e da Frisoni - dichiara Andreoli - sul ruolo che istituzionalmente deve spettare alle Regioni nella declinazione delle linee guida per completare al più presto la riforma della disciplina del settore. È indispensabile che sia esercitata la competenza esclusiva delle Regioni nel definire un quadro unitario di requisiti nell’ambito del quale poi i Comuni potranno avviare le procedure di evidenza pubblica necessarie per il rilascio delle concessioni, garantendo pari trattamento su tutto il territorio nazionale e dando agli operatori il giusto riconoscimento all’esperienza maturata nei mercati. Prendiamo atto con compiacimento della volontà di sostenere e rilanciare il commercio su aree pubbliche, tassello fondamentale della rete



distributiva e risorsa sociale di città e paesi: Fiva, con il suo abituale atteggiamento propositivo, sarà al fianco della Regione nel declinare nella maniera più efficace gli interventi a favore dei mercati e degli operatori che in essi operano, allo scopo di accompagnarli nella crescita nelle migliori condizioni possibili”.

INTERVISTA AI PRESIDENTI FNAARC CONFCOMMERCIO PETRANZAN E PATRIGNANI

La grande casa degli agenti di commercio

Fnaarc Confcommercio è la grande casa degli agenti di commercio. Presidente nazionale è Alberto Petranzan, presidente cesenate e provinciale di Feri-Cesena Augusto Patrignani (nelle foto). Conta 110 associazioni territoriali.

Presidenti Petranzan e Patrignani, perché associarsi a Fnaarc conviene?

“Associarsi è fondamentale per l’agente, perché trova servizi importanti e con la quota associativa, contenuta, aiuta Fnaarc a tutelare gli interessi di categoria presso sedi istituzionali. L’associazione riveste un ruolo fondamentale nel regolamentare i rapporti tra casa mandante e agente definendo il contratto collettivo”.

Qual è la storia associativa di Fnaarc?

“Si tratta di una lunga esperienza di rappresentanza e di attività a

sostegno della categoria, Fnaarc da oltre 70 anni fornisce soluzioni agli agenti e rappresentanti nello svolgimento della propria attività e nei rapporti con le case mandanti. Il nostro ruolo, si esplica nell’andare a discutere e definire il contratto nazionale di riferimento che regola i rapporti con la casa mandante, ma non solo. In Fnaarc l’agente trova supporto legale, organizzativo, fiscale, previdenziale, solo per citare alcuni servizi, oltre alle informazioni su tutto quanto di interesse per la categoria”.

Qual è la struttura anagrafica degli agenti?

“L’età media è intorno ai cinquant’anni. È difficile far avvicinare i giovani a questo tipo di attività, non perché il mestiere non abbia le sue attrattive, tutt’altro, quanto perché le case mandanti

spesso non supportano a sufficienza l’ingresso di nuove leve. Ma segnali di novità ci sono con nuovi ingressi nel mestiere. Come Fnaarc cerchiamo il più possibile di supportare i giovani a partire dal monitoraggio e dalla verifica del contratto di lavoro che viene loro proposto. Il nostro auspicio è che le cose in questo senso possano migliorare. Il ruolo dell’agente di commercio è fondamentale, se manca questo anello della catena il flusso si interrompe e quindi serve il ricambio”.

L’E-commerce può essere identificato come il nemico numero uno dell’agente?

“L’E-commerce non sostituirà mai il ruolo dell’agente di commercio. Sebbene in crescita, da questo canale non transita più del 20% del fatturato globale delle imprese. L’E-commerce si presenta come



un enorme contenitore in cui l’obiettivo è cercare il prezzo più conveniente. L’agente di commercio, al contrario, garantisce professionalità, stabilità e crescita costante”.

Come si è evoluta la figura dell’agente negli anni?

“La raccolta degli ordini è più fluida, ma il rapporto umano è rimasto il nodo centrale. All’agente viene demandato il controllo del proprio territorio, il marketing e la promozione del prodotto. Il ruolo è diventato più complesso. Fondamentale è puntare sulla formazione su molti fronti. Dallo stu-



dio delle lingue, alla pratica informatica, alle analisi di marketing”.

L’assistenza alla categoria è stata potenziata sul territorio?

“Stiamo producendo sforzi importanti in tal senso che stanno ottenendo il massimo apprezzamento da parte degli agenti di commercio aderenti a Fnaarc. In particolare a Cesena è stata avviata una consulenza con l’avvocato Augusto Baldassarri, presente nella sede cesenate di Confcommercio tutti i venerdì dalle 14.30 alle 18 che sta riscontrando una grande partecipazione”.

Nucleare sostenibile, scelta strategica per la transizione energetica

“La prospettiva dello sviluppo del nucleare sostenibile di ultima generazione rappresenta una scelta strategica per garantire autonomia energetica al nostro Paese e ridurre, al tempo stesso, il peso delle bollette per famiglie ed imprese”: è la posizione di Confcommercio illustrata davanti alle Commissioni riunite Ambiente, territorio e lavori pubblici e Attività produttive, commercio e turismo della Camera dei deputati in occasione dell’indagine conoscitiva sul ruolo dell’energia nucleare nella transizione energetica e nel processo di decarbonizzazione.

Secondo Confcommercio, “bisognerà puntare sull’utilizzo delle migliori tecnologie disponibili, incluse quelle modulari, come gli Small Modular. Si tratta di soluzioni moderne, flessibili ed innovative, che potranno assicurare maggiore sicurezza operativa grazie a sistemi di controllo avanzati che minimizzano i rischi e aumentano l’affidabilità degli impianti. L’integrazione strategica delle tecnologie nucleari di ultima generazione con le fonti di energia rinnovabile rappresenta una sfida strategica che offre all’Italia l’opportunità di affermarsi come leader nella transizione energetica globale, garantendo un sistema sicuro, sostenibile e resiliente”.

“Resta tuttavia ferma - conclude Confcommercio - la necessità, nel breve periodo, di mettere in campo interventi immediati, tanto a livello nazionale che europeo, per stabilizzare i prezzi dei valori delle materie prime energetiche, a cominciare dalla revisione degli oneri generali di sistema che, per le imprese del terziario, incidono per il 26% sulla bolletta elettrica”.

Botteghe e attività storiche, istituito l’albo nazionale

È arrivato anche in Gazzetta ufficiale il decreto legislativo che istituisce l’Albo Nazionale delle attività commerciali, botteghe artigiane ed esercizi pubblici storici. La normativa è entrata ufficialmente in vigore il 31 gennaio 2025, con l’obiettivo di tutelare e valorizzare le attività storiche, riconoscendone il valore culturale, commerciale e sociale nel panorama economico italiano. Il provvedimento ha definito i criteri per la classificazione e i requisiti necessari per l’iscrizione all’Albo, creando un sistema di protezione per garantirne la salvaguardia e la promozione. Le principali categorie di attività sono:

Attività commerciale storica: attività di vendita al dettaglio con operatività continuativa; Bottega artigiana: attività gestita dall’imprenditore artigiano, caratterizzata dalla prevalente manualità delle lavorazioni; esercizio pubblico storico: attività di ristorazione o somministrazione di alimenti e bevande. L’Albo Nazionale delle attività storiche si basa sugli albi regionali, comunali, delle città metropolitane e delle province autonome, aggiornati periodicamente da regioni, comuni e province autonome di Trento e Bolzano. All’interno dell’Albo nazionale è prevista una sezione dedicata alle attività storiche di eccellenza. La gestione e l’aggiornamento dell’Albo sono affidati al Mimit, mentre il Ministero del Turismo si

SODDISFAZIONE DI FEDERMODA

occuperà della sua promozione. Entro il 2 maggio, un decreto del Mimit, di concerto con il Ministro del Turismo e dopo il parere della Conferenza unificata, definirà le modalità attuative dell’Albo, tra cui: individuazione delle caratteristiche dell’Albo nazionale, della sezione delle attività storiche di eccellenza e di ulteriori sezioni per categoria merceologica, nonché le modalità per lo scambio di informazioni



con regioni, città metropolitane, comuni e province autonome per l’aggiornamento periodico; pubblicazione dell’Albo in una specifica sezione del sito internet del MIMIT, con rinvii ai siti internet di regioni e comuni; predisposizione, nel portale “Italia.it” del Ministero del turismo e nel sito internet di ENIT spa di un apposito rinvio alla sezione del sito internet del MIMIT in cui è pubblicato l’Albo e pubblicazione, sul sito internet del Ministero del turismo, delle informazioni sulle attività di valorizzazione come sotto specificate; raccordo con regioni, città metropolitane, comuni e

province autonome.

Grande soddisfazione per il nuovo provvedimento arriva da Federazione Moda Italia, in particolare per vedere accolto il contributo della Federazione avanzato al Tavolo della Cultura e al Tavolo della Moda al Ministero delle Imprese e del Made in Italy a garanzia di uno sviluppo urbano e commerciale equilibrato, tra identità e innovazione. “È un provvedimento - dichiara Federmoda - che rivolge l’attenzione a quegli esercizi commerciali di prossimità che arricchiscono, con le loro attività, il nostro Paese e che riconosce, con forza di legge, quel patrimonio di eccellenze del Made in Italy fatto di negozi, botteghe e attività storiche e di tradizione che dovranno essere censite, catalogate, sostenute e salvaguardate come un

enorme valore economico e culturale”. Per la Federazione si tratta di un primo significativo risultato che darà sicuramente maggiore fiducia a tutte quelle attività storiche che vorranno competere sul mercato in un momento così complicato. “Ci aspettiamo ora l’istituzione di un fondo ad hoc per ridurre la tassazione e fornire adeguate risorse per migliorare le sedi delle nostre attività e i nostri servizi alla clientela in termini di innovazione e sostenibilità e per accompagnare il futuro di queste eccellenze attraverso un adeguato passaggio generazionale”.

Fruitimprese Emilia-Romagna, servizio cedolini gestito da Ascom Servizi



È stato stipulato un accordo tra Confcommercio cesenate e Fruitimprese Emilia-Romagna, l'associazione che riunisce molte delle più importanti realtà ortofrutticole della Regione, per la gestione dei prospetti di retribuzione delle imprese associate, comuni anche in ragione dei rapporti interconfederali di Confcommercio. L'obiettivo è proporre, a livello nazionale, un servizio altamente specializzato grazie alle nuove opportunità offerte dall'evoluzione digitale.

Fruitimprese ER cura dagli anni '70 gli aspetti tecnici e negoziali del settore ortofrutticolo, un impegno che ha reso Cesena un centro di competenze e specializzazione. "Si tratta di un passaggio significativo - sottolineano il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e la coordinatrice di Fruitimprese ER Mirca Boattini - che rafforza la collaborazione tra due realtà di rilievo al servizio dello sviluppo imprenditoriale. Ascom Servizi mette a disposizione la sua esperienza e professionalità per supportare un interlocutore strategico come Fruitimprese. Il rapporto consolidato, nato anche dal fatto che

l'associazione ha sede presso Confcommercio in via Giordano Bruno, si rinnova con questo accordo, che affida a Confcommercio la gestione qualificata dei rapporti di lavoro delle imprese associate.

La collaborazione tra gli uffici delle due associazioni si estenderà inoltre a importanti servizi di compliance aziendale quali sicurezza sul lavoro, D.lgs. 231/01, GDPR, sicurezza delle reti e dei sistemi informativi, ESG, cultura della sicurezza alimentare ex Reg. UE 2021/382, nonché all'obbligo di alfabetizzazione in materia di intelligenza artificiale introdotto dall'AI ACT (art. 4), in vigore dal 2 febbraio scorso.

Le due associazioni potranno inoltre avvalersi della collaborazione dello Studio legale dell'avv. Gualtiero Roveda, da molti anni punto di riferimento per il settore ortofrutticolo, a supporto delle attività giuridiche e consulenziali connesse all'accordo."

Nella foto gli esponenti di Confcommercio e di Fruitimprese nella sede di Confcommercio cesenate.

CONVEGNO DI CONFCOMMERCIO IL 24 FEBBRAIO

Lavoro e sicurezza, a fuoco le novità normative



Le novità in materia di lavoro e sicurezza è stato il tema del convegno promosso da Confcommercio che si è tenuto lunedì 24 febbraio presso Romagna Banca a Savignano sul Rubicone, alla sala don Polazzi. Sono stati affrontati i temi del Collegato lavoro, della sospensione dell'attività da parte degli organi di vigilanza, della legge di bilancio 2025 e i controlli in materia di sicurezza sul lavoro. Sono intervenute come relatrici Amanda Lautizi, consulente del lavoro e responsabile del settore Amministrazione del personale di Confcommercio cesenate

e Camilla Bracciaroli, responsabile del servizio Sicurezza e Ambiente Confcommercio cesenate.

"Si tratta di temi normativamente molto importanti per il sistema delle imprese in materia di lavoro e sicurezza - ha messo in luce il direttore Giorgio Piastra - e Confcommercio è sempre in prima linea al fianco delle imprese con tutte le consulenze e i servizi del caso".

Nella foto il segretario Confcommercio Vallata Rubicone Paolo Vangelista con le relatrici

Nuove regole per la rateizzazione delle cartelle

di ANDREA CASADEI



Il sistema nazionale della riscossione si aggiorna: l'articolo 13 del d.lgs. n. 110 del 2024 ha infatti introdotto nuove regole in materia di rateizzazione delle somme iscritte a ruolo

modificando la disciplina prevista dall'art. 19 del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602.

Le nuove disposizioni si applicano alle richieste di rateizzazione presentate a partire dal 1° gennaio 2025 e introducono un progressivo aumento del numero di rate sia per importi fino a 120.000 euro, sia per quelli superiori a tale soglia.

Per aderire alla rateizzazione delle somme iscritte a ruolo di importo pari o inferiore a 120.000 euro, è sufficiente che il contribuente presenti una semplice richiesta, dichiarando di trovarsi in una obiettiva situazione di difficoltà economica - finanziaria.

Ricevuta la richiesta, l'Agenzia delle entrate-Riscossione concede la rateizzazione fino a un massimo di 84 rate mensili, per le richieste presentate negli anni 2025 e 2026.

Se il contribuente documenta una temporanea difficoltà economica, l'Agenzia delle Entrate-Riscossione può concedere una dilazione fino a 120 rate mensili.

In questi casi, è necessario allegare la certificazione ISEE.

La soglia di 120mila euro si riferisce all'importo totale delle somme iscritte a ruolo per ogni richiesta di rateizzazione, e in entrambi i casi (richiesta semplice o documentata) ogni rata deve essere almeno di 50 euro.

L'obbligo di documentare una temporanea difficoltà economico-finanziaria si applica sia alle istanze di rateizzazione per importi superiori a 120 mila euro, sia a quelle relative a importi fino a 120 mila euro per cui si richiedano più di 84 rate.

L'articolo 19 del D.P.R. 29 settembre 1973, n. 602 e il Decreto del 27 dicembre 2024 del vice Ministro dell'Economia stabiliscono i criteri e le modalità per valutare la difficoltà economica e determinare il numero massimo di rate.

La valutazione si basa su:

- ISEE del nucleo familiare per persone fisiche e ditte individuali in regimi fiscali semplificati;
- Indice di Liquidità e all'Indice Alfa per i soggetti diversi da persone fisiche e titolari di ditte individuali in regimi fiscali semplificati;
- Indice Beta per i condomini.

Contattaci per approfondire quello che possiamo fare per te



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



CON NOI IL 730 È PIÙ SEMPLICE

NIENTE ATTESE INUTILI, PROFESSIONALITÀ ED EFFICIENZA



Fin da ora è possibile **PRENOTARE IL PROPRIO APPUNTAMENTO** per la compilazione del modello 730 e del modello ISEE.

"Siamo già operativi per gli appuntamenti - spiega **Nicoletta Prato**, responsabile per il servizio 730 di Confcommercio - con le prenotazioni garantiamo un servizio rapido, senza file e attese inutili. I nostri esperti fiscali, con disponibilità e professionalità, verificano la conformità della documentazione da presentare, anche alla luce delle ultime novità normative, in modo da procedere con la compilazione senza difficoltà.

VI ASPETTIAMO A CESENA E NELLE NOSTRE SEDI SUL TERRITORIO CESENATE".

INOLTRE

POTRAI RIVOLGERTI AL NOSTRO PATRONATO PER:
Assegno unico per figli - NASPI - Disoccupazione agricola - Estratto contributivo
Consulenza pensionistica.

AL NOSTRO CAF:
Compilazione ISEE - Trasmissione RED - IMU - 730 - Mod. Unico.

LE NOSTRE SEDI:

CESENA:
Via Giordano Bruno, 118
Tel. 0547 639882 (Caterina)
Tel. 0547 639883 (Nicoletta)

SAVIGNANO SUL RUBICONE:
Via Saffi, 23
Tel. 0541 944040 (Paola)

CESENATICO:
P. le Comandini, 17
Tel. 0547 80177 (Sara)

S. PIERO IN BAGNO:
Via Cavour, 5
Tel. 0543 903266 (Veronica)

SARSINA:
Piazzetta Lucio Pisone, 14
Tel. 0547 698112 (Catia)

Libreria indipendente

PER RAGAZZI
DAI 13 ANNI IN SU

FANTASY
HORROR
FANTASCIENZA
THRILLER
GRAPHIC NOVEL

Se abiti a Cesena,
approfitta del nostro
servizio di consegna
a domicilio,
**comodo, veloce
e senza stress!**

Via Strinati, 17 - 47521 Cesena (FC)
Cell 347.6579757 - libreria.damavoj@gmail.com

MARZO È RICCO DI EVENTI IMPERDIBILI!

Non perderti nessuna novità,
seguici sui nostri social
e resta sempre aggiornato!



JOB&WORKERS

Gestire la stagionalità: consigli per un reclutamento efficace

di SILVIA VENTURI



La gestione della stagionalità è una problematicità comune per molte aziende, soprattutto quando si avvicina la stagione di picco e il personale diventa difficile da reperire. Una delle problematiche principali che si incontrano è l'atteggiamento ambiguo di alcuni candidati, che dopo essersi mostrati inizialmente interessati,

all'ultimo momento non si rendono disponibili, lasciando le aziende con il problema di dover trovare un'alternativa adeguata a ridosso dell'inizio della stagione.

Come evitare questa situazione?

Ecco alcuni consigli utili per affrontare al meglio la fase di reclutamento.

1. Iniziare la ricerca con anticipo, ma con moderazione.

Anche se la ricerca di personale inizia solitamente a gennaio, è importante non contattare i candidati troppo presto. La stagione è ancora lontana, e molte persone potrebbero non essere pronte a prendere una decisione in quel momento. È più efficace avviare il contatto, magari,

verso fine febbraio o inizio marzo, quando i candidati hanno una visione più chiara della propria disponibilità. In alternativa, offrire una lettera di assunzione firmata, come garanzia di un impegno a lungo termine, può risultare rassicurante per i candidati.

2. Rafforzare la propria reputazione aziendale

Un altro aspetto fondamentale per attrarre candidati qualificati e motivati è la reputazione dell'azienda. Offrire le giuste opportunità, con una retribuzione in linea con la professionalità del candidato, e una buona turnazione (sempre più richiesto il turno continuato invece che spezzato) sono elementi che fanno la differenza. Essere

percepiti come un datore di lavoro serio e affidabile è cruciale per evitare che i candidati accettino altre offerte all'ultimo minuto.

3. Comunicare in modo chiaro i valori aziendali

Presentarsi come un'azienda trasparente, che comunica ai propri dipendenti le proprie ambizioni in modo chiaro, è essenziale. Utilizzare il sito web e i canali social per raccontare la propria realtà e i valori aziendali permette di attrarre candidati che si sentano in sintonia con la filosofia aziendale. La trasparenza su come si lavora e l'atten-

zione alla squadra, non solo aiuta nel reclutamento, ma crea anche un clima di fiducia con i futuri collaboratori. Con una pianificazione accurata, la valorizzazione dei propri dipendenti e una strategia di comunicazione efficace, è possibile gestire la stagionalità senza sorprese. Prepararsi per tempo e creare un ambiente di lavoro positivo sono le chiavi per un reclutamento di successo. Contatta Job&Workers può strutturare al meglio tutti i processi di reclutamento in vista della stagione 2025.

Tel. 0547 639898
327 3184500
www.jobandworkers.it

Assetti perfetti, il programma di Rigenera e Fipe per la serenità economica e finanziaria del proprio pubblico esercizio



Il 15 luglio 2022 è entrato in vigore il nuovo Codice della Crisi d'impresa e dell'insolvenza: tale normativa è volta a promuovere un'efficiente e corretta gestio-



ne dell'impresa al fine di identificare la presenza di segnali che ne precedono la crisi e, quindi, a predisporre interventi tempestivi per risolverla e favorire

il costante monitoraggio dell'andamento dell'attività imprenditoriale.

Rigenera Impresa, società del gruppo Confcommercio comprensorio cesenate, ha stretto un'alleanza con Fipe, la federazione maggiormente rappresentativa dei Pubblici Esercizi per supportare gli imprenditori del settore Horeca nelle criticità che sono soliti affrontare, come - a titolo esemplificativo - le situazioni di sovra

indebitamento.

Attraverso il progetto "Assetti Perfetti", Rigenera e Fipe si sono posti l'obiettivo di incontrare gli imprenditori dei pubblici esercizi per realizzare un report di sintesi con le principali indicazioni di analisi su base triennale della loro azienda.

Dall'andamento certificato si faranno emergere le necessità legate alla situazione aziendale, con lo scopo di favorire l'adozione

di idonee misure mirate a prevenire eventuali situazioni di crisi e guidare l'attività verso una serenità economica e finanziaria.

Per maggiori informazioni su questo tipo di consulenza si può fare riferimento direttamente agli uffici di Rigenera al numero 0547 1938080 o inviando una mail a info@rigeneraimpresa.it

Nelle foto il presidente Fipe cesenate Angelo Malossi e il dott. Manuel Titi di Rigenera

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

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.

<p>FINANZIAMENTI EROGATI 2023</p> <p>€80m (x3 rispetto al 2022)</p>	<p>GENDER GAP</p> <p>0%</p>	<p>L'OFFERTA</p>
<p>CREDITI CON RATING ESG IG</p> <p>> 50%</p>	<p>SOLIDITÀ CET1 RATIO</p> <p>50%</p>	<p>PICCOLO CREDITO</p> <ul style="list-style-type: none"> 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.
		<p>DUAL CREDIT</p> <ul style="list-style-type: none"> 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.
		<p>MARKETPLACE FINTECH</p> <ul style="list-style-type: none"> Destinatari: Società di capitali, società di persone e ditte individuali. Importo: da 10€/Mgl a 1€/Mln. Durata: da 12 a 60 mesi.

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

Filiale di Cesena

Via Giordano Bruno, 118

Giovanni Tassinari
g.tassinari@finpromoter.it
+39 345 381367

Monica Pedulli
m.pedulli@finpromoter.it
+39 334 7903623