



Giugno 2016 - Numero 2 - Mensile - Poste Italiane SpA - Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (Conv. n. L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 2 DCB - Filiali di Forlì e Ravenna



Nonostante BCE, non riparte il finanziamento bancario

Dai dati diffusi dall'Osservatorio nazionale sul Credito alle imprese, di Confesercenti, basato su riscontri aggiornati al 31 Marzo 2016, emerge ancora come insista una stretta creditizia praticata dal sistema bancario, sia nei confronti delle piccole che delle medie imprese, del commercio e del turismo e ancor di più dell'artigianato. Dal 30 novembre 2011 al 31 marzo 2016 la riduzione cumulata dei prestiti totali alle imprese non finanziarie, fa registrare un nuovo record negativo, pari a 137,2 miliardi di euro.

La contrazione dei dati di stock deriva dal persistente saldo negativo fra flussi mensili in entrata (erogazioni) ed in uscita (estinzioni, dovute a rimborsi e/o chiusure di linee di fido). Infatti, dall'inizio del 2012 le estinzioni sono risultate sempre superiori alle erogazioni, cumulando un deficit tendenzialmente crescente. Nel 2015 le erogazioni sono cresciute del 13,6% rispetto al 2014, mentre le estinzioni del 15,1%, evidenziando una contrazione su base annuale di oltre 15 miliardi di euro. Dette dinamiche sono meglio apprezzabili osservando il grafico relativo all'intero arco temporale della crisi.

Lo stock di prestiti bancari alle imprese ha registrato, a fine marzo 2016, un nuovo record negativo, scendendo sotto il livello di 880 miliardi. La dinamica tendenziale annua calcolata su dati non rettificati, evidenzia una contrazione in accelerazione rispetto al mese precedente (-2,6% dal -1,8%), caratterizzata da una diversa intensità fra i due cluster d'impresa monitorati, meno severa per i prestiti alle Famiglie Produttrici (società semplici e le imprese individuali che occupano fino a 5 dipendenti e che non operano nel settore finanziario).

Dopo anni di crescita sostenuta, a febbraio 2016, lo stock di sofferenze lorde delle imprese, rappresenta-

tivo di circa l'80% delle sofferenze complessive delle banche, ha evidenziato una significativa contrazione, pari ad oltre 5 miliardi di euro, seguita a marzo da un marginale rialzo, che non ha tuttavia invertito il trend decrescente della dinamica tendenziale, passata in un anno dal +15,4% al 3,3%, destinata a trasformarsi in negativa nei prossimi mesi, anche grazie ai recenti interventi governativi (schema CAGS, provvedimenti per ridurre i tempi di recupero), nonché iniziative private come il Fondo Atlante, volti proprio a ridurre il peso dei Non Performing Loans (NPL) nei bilanci delle banche, causa prima del credit crunch.

A marzo 2016, in perfetto sincronismo con la performance registrata per il complesso delle imprese, la dinamica tendenziale delle sofferenze delle imprese del comparto commerciale e turistico ha evidenziato una leggera decelerazione rispetto al mese precedente (+4,2% contro +4,5%), pur avendo registrato un aumento congiunturale, più sensibile per le Famiglie Produttrici.

A marzo 2016 è tornata in territorio negativo la dinamica tendenziale media dei prestiti alle imprese del comparto commerciale e turistico (-1,0% su base annua), trainata sia dalle imprese che occupano oltre 5 addetti (-0,9%), sia dalle Famiglie Produttrici (-2,1%), che hanno contribuito a realizzare il peggior risultato conseguito negli ultimi 13 mesi.

La dinamica su base annua dei prestiti vivi alle imprese del comparto commerciale e turistico ha evidenziato, a marzo 2016, un nuovo peggioramento rispetto al mese

segue a pag. 8

SOS commercio e turismo. Assemblea regionale e nazionale il 6 luglio a Bologna e a Roma

Mercoledì 6 luglio a Bologna presso il Teatro Arena del Sole (Via Indipendenza 44) si terrà una Assemblea Regionale della Confesercenti che a sua volta sarà collegata in diretta con l'Assemblea annuale dell'Associazione in corso a Roma sui principali problemi che riguardano le nostre categorie e che vedrà la presenza di rappresentanti del Governo e delle forze politiche parlamentari. Per farci sentire mettiamoci la faccia. Per la partecipazione contattare le sedi dell'Associazione.

Liberi dall'abusivismo: la campagna diventa regionale

Accogliendo una richiesta avanzata dalle Associazioni del commercio e fortemente voluta da Confesercenti anche nel corso di un incontro con la Presidenza della Giunta Regionale, nei giorni scorsi è stata presentata a Cervia la campagna di sensibilizzazione verso turisti e cittadini contro l'abusivismo commerciale e per invitare a non comprare merce dagli abusivi. La Campagna, già in atto nella Provincia di Ravenna, per scelta della Regione è diventata regionale e sarà proposta in particolare su tutta la costa da Cattolica ai Lidi di Comacchio. Di cosa si tratta?

Manifesti e locandine in tutte le attività e nei luoghi pubblici, depliant negli alberghi e nelle attività turistiche, annunci al publiphono in spiaggia e in radio, banner sui siti istituzionali e associativi, inserzioni sui quotidiani locali: tutti (in tre lingue) con la stessa immagine e con gli stessi inviti espliciti cui si aggiunge (novità importante anche questa) il numero 117 della Guardia di Finanza da chiamare per segnalare ogni episodio di illegalità.



È la prima volta con queste caratteristiche, integrate e complete (l'altra si ricorderà era con il simpatico Cevoli) che la Regione ha scelto di condividere un messaggio anche volutamente forte e impattante per scoraggiare gli acquisti abusivi e mettere in guardia sulle conseguenze di questo gesto: l'abusivismo è un pericolo e danneggia l'economia, se compri merce abusiva aiuti le bande criminali e ricorda rischi una multa (da 25 euro), i pericoli per la salute.

La campagna è stata realizzata in collaborazione con le Associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato, con le 4 prefetture di Ferrara, Ravenna, Forlì-Cesena e Rimini e dei Comuni della Costa. Certo non è l'unica azione che serve, ma è stata avviata (e diamo atto di questa scelta e investimento alla Regione e all'Assessore al commercio Andrea Corsini) una azione positiva e utile per aiutare a limitare un fenomeno invasivo e fortemente presente sulla costa.

ALLE PAGINE 6 E 7 SPECIALE E-COMMERCE

Imprese di successo

Cartoleria libreria Alfabetà di Lugo

Cortesìa, competenza e qualità sono le caratteristiche che hanno garantito il successo della cartoleria libreria Alfabetà; una realtà presente a Lugo da ben 37 anni. Era infatti il 1979 l'anno in cui Roberto, Massimo e Marinella diedero vita a questa esperienza che ancora



oggi li vede insieme, soci, a gestire la cartoleria libreria Alfabetà.

L'attività di questo esercizio si è specializzata su due settori la libreria e la cartoleria che sono tra loro divisi anche fisicamente all'interno dei locali di Via Lumagni 25 a Lugo, ma che sono gestiti sempre con la massima attenzione al cliente e alle sue esigenze.

In questi anni difficili questo esercizio ha saputo adeguarsi ai tempi e alla capacità di spesa delle famiglie scegliendo prodotti merceologici di qualità a prezzi contenuti, ma anche introducendo, nel settore del libro scolastico, la compravendita dell'usato.

Malgrado la crisi ai titolari non è mancato il coraggio e la lungimiranza di investire nella piattaforma e-commerce per la vendita on line dei testi scolastici. Inoltre questa azienda ha partecipato, con altri, all'esperienza del caffè letterario che è diventato nel tempo una delle più significative rassegne letterarie della Regione.

La passione, l'amore per questo lavoro hanno permesso a Roberto Massimo e Marinella di farsi apprezzare dai clienti e di continuare a credere in questa attività che ha sempre riservato loro grandi soddisfazioni.

Nuove imprese

Due forlivesi alla guida di 'Saffi 25' riaprono nella piazza centrale di Forlì uno storico bar chiuso da tempo

Dopo anni di chiusura riapre a Forlì con il nome di "Saffi 25" uno storico bar presente fin dagli anni 60, ma chiuso da tempo. Giovanni Filippi e Marco Sarti hanno colto l'occasione di mettere a frutto la loro passione per la ristorazione ristrutturando uno degli storici bar di Forlì, dandogli una immagine moderna ed attuale. Ad affiancare le preparazioni tradizionali del nostro territorio sono previsti anche prodotti vegani e per celiaci, per soddisfare ogni tipo di richiesta: panini gourmet con le eccellenze italiane in fatto di salumi, formaggi e affettati, ma anche primi piatti e sfiziose insalate. Non mancheranno vini eccellenti e birre artigianali grazie ad una fornita cantina.



Oltre all'invitante dehor il bar è dotato di una comoda saletta interna dove si avvicendano mostre di giovani artisti forlivesi.



La Ricetta

RISTORANTINO CAFFÈ DEI CORSI



Nella centralissima Via delle Torri, a due passi dal campanile dei San Mercuriale, si trova il "Ristorantino caffè dei Corsi" aperto a pranzo dal lunedì al sabato. Lo chef Nicola Campacci propone piatti di cucina regionale e nazionale rivisitati in chiave moderna. Le ricette prevedono utilizzo di carne o pesce, ma è prevista anche una ampia offerta di menù vegetariani. Il locale, gestito da Roberto ed Alessandro Corsi, è frequentato al mattino anche per le gustose colazioni, mentre, all'ora dell'aperitivo i Corsi offrono una vasta selezione di cocktail internazionali e una ricercata scelta tra le più prestigiose etichette di vini bianchi, rossi e bollicine. Accompagnati da una grande varietà di sfizi salati, finger food per accontentare ogni desiderio goloso. La forza di questo locale sta sicuramente nella competenza e cordialità dei titolari così come nella estrema qualità dei prodotti scelti.

RISO VENERE CON POMODORINI MARINATI, CODE DI GAMBERI E PESTO LEGGERO

Ingredienti:

300 gr di riso venere
200 gr di pomodori ciliegini
180 gr di code di gambero argentino pulite
30 gr di pinoli
una presa di parmigiano
50 gr di basilico
olio, sale e pepe q.b.

Preparazione:

prendete una pentola, riempitela d'acqua e fatela bollire, quindi salate e cuocete il riso per circa 18 minuti. Dopo averlo scolato, lasciatelo raffreddare. Nel frattempo tagliate i pomodori ciliegino in quattro parti e metteteli in uno scolapasta con un pizzico di sale e qualche foglia di basilico. Lasciate scolare l'acqua dei pomodori ed uniteli al riso. In una padella antiaderente rosolate i gamberi con un goccio d'olio e un pizzico di sale e pepe per circa 3 minuti. Unite i gamberi al riso e condite a piacere. Prendere un coppapasta, riempitelo di riso e adagiatelo al centro di un piatto. In un recipiente mettete i pinoli, una presa di parmigiano, il restante basilico, olio d'oliva e un pizzico di sale e frullate il tutto con un frullatore ad immersione fino ad ottenere un composto omogeneo.

Decorate il riso con qualche goccia di pesto e servite.

Bolkestein: dal Ministro Enrico Costa segnali incoraggianti per gli imprenditori balneari



Per la categoria degli imprenditori balneari giungono segnali incoraggianti rispetto al tema del rinnovo delle concessioni demaniali. Prosegue l'impegno del Ministro agli Affari Regionali Enrico Costa che in più occasioni ha ribadito che è in corso di predisposizione la legge di riordino della materia delle concessioni demaniali, tanto attesa dal settore dei balneari e da tutto l'indotto economico ad esso legato. Nel corso di una recente iniziativa pubblica il Ministro ha ribadito che le linee guida della riforma delle concessioni balneari sono pronte, ma che ci sono ancora delle mozioni da discutere e che verranno calendarizzate dal mese di giugno, anche successivamente alla conclusione delle elezioni amministrative, al fine di evitare ogni strumentalizzazione politica. Il Ministro ha ricordato che il governo vuole mettere mano a una disciplina complessiva di riordino che da molti anni manca.

Ha affermato alcuni principi essenziali, come quello di rispettare la professionalità, l'esperienza e le imprese, perché dietro ogni impresa ci sono delle scelte familiari, dei percorsi, delle valorizzazioni che è giusto non vengano dispersi.

Tra le altre cose il Ministro non ha mancato di sottolineare come sia quindi necessario un adeguato periodo transitorio che però non ha quantificato.

La riforma delle concessioni balneari avvierà il passaggio verso il nuovo regime di evidenze pubbliche, tenendo conto che non potrà esserci un cambiamento repentino, per cui verrà previsto un periodo transitorio congruo, atto a tutelare gli investimenti delle attuali imprese ed a riconoscere la professionalità acquisita. Fiba Confesercenti rimane impegnata in prima linea per arrivare in fretta e bene ad una soluzione nazionale che preveda l'istituzione del cosiddetto "doppio binario", il riconoscimento del valore commerciale dell'impresa e la previsione di un diritto di opzione, da riconoscere all'attuale concessionario, per l'assegnazione in diritto di superficie/proprietà, previa individuazione ed esclusione dal demanio marittimo, delle porzioni di suoli non più utilizzate per i pubblici usi del mare.

Riforma organizzazione turistica regionale: attesa per la approvazione dei regolamenti attuativi

La riforma dell'organizzazione turistica regionale è legge dal marzo scorso.

La cosiddetta "Legge Corsini" modifica la disciplina dell'organizzazione turistica dell'Emilia-Romagna, passando dalla promozione del prodotto turistico alla valorizzazione di un mix fra destinazioni e prodotti di eccellenza.

Il nuovo testo di legge definisce le attività della Regione e l'esercizio delle funzioni conferite agli enti locali territoriali e agli altri organismi interessati allo sviluppo del turismo, ridisegna il sistema dell'organizzazione turistica e definisce una nuova governance, con l'istituzione delle "Destinazioni turistiche": soggetto pubblico di area vasta pensato e proposto in coerenza con le disposizioni della legge regionale in materia di "riordino istituzionale".

Viene, inoltre, istituita la Cabina di regia regionale cui sono affidate le funzioni di concertazione sulle linee strategiche per lo sviluppo delle attività di promo-commercializzazione turistica delineate dalla Giunta regionale.

Non appena verranno approvati i regolamenti attuativi, Confesercenti avrà cura di informare i propri associati delle opportunità offerte, anche attraverso workshop specifici, dove verranno sviluppati i temi di diretto interesse per le imprese del comparto turistico, con particolare attenzione ai contributi disponibili per le future azioni di marketing territoriale.

Così come sarà importante essere e partecipare come rappresentanza di imprese nei nuovi strumenti di indirizzo stabiliti dalla legge.

Confesercenti si appella ai Sindaci: "Urgente una moratoria a nuovi centri e aree commerciali"

Dopo la propria assemblea provinciale, tenutasi a Ravenna, sulla situazione del commercio la Confesercenti è tornata a riproporre con **una lettera aperta ai Sindaci dei diciotto comuni della Provincia** una delle istanze più sentite dalla categoria – Basta con nuovi centri e aree commerciali.

Istanza che è stata presentata anche ai candidati alle elezioni amministrative di Ravenna.

Pur consapevoli che le situazioni sono diverse da Comune a Comune, che previsioni di nuove aree e centri commerciali non riguardano l'insieme dei Comuni, la Confesercenti chiede a tutti, a partire da quelli penalizzati dalle scelte di alcuni, di avviare una decisiva e forte iniziativa perlomeno romagnola se non regionale su queste tematiche.

Confesercenti sottolinea che siamo di fronte a due pesanti dati oggettivi:

1. Dalla vicina Repubblica di San Marino in località Rovereta su un'area di 50.000 mq (confermata dal referendum di maggio) per arrivare all'ancora più vicina Bellaria (su di un'area rurale di circa 50.000 mq) dove doveva sorgere il Parco della Musica, le istituzioni stanno alacremente lavorando per autorizzare nuovi grandi outlet della moda e del lusso. A Ravenna proseguono i lavori del raddoppio dell'ESP con altri 20.000 mq di commerciale, a Riccione e Misano si pensa a trasformare in superfici commerciali buona parte dei capannoni artigianali, senza dimenticare altri progetti in corso qua e là. Come se non bastassero quelli esistenti. E ancora a Ravenna ci sono altri progetti in itinere in particolare nella Darsena (**su cui Confesercenti ha presentato le proprie osservazioni**).

Così come in altre realtà locali ci sono aree autorizzate e sotto osservazione.

2. Dopo la debacle di questi anni la crisi continua a falciare le attività commerciali. Anche **nei primi 3 mesi del 2016 il commercio ha un ulteriore calo in provincia con un saldo di meno 80 aziende (di cui -51 nel commercio al dettaglio)**, come di meno 9 nei pubblici esercizi. E sono centinaia e centinaia i negozi chiusi, sfitti o in vendita.

segue a pag. 8

LAVORI ATTESI CONTRO L'EROSIONE



"Progettone antierosione" (il 3° varato dalla Regione da 20 milioni di euro) con lavori di ripascimento nella costa (nella foto a Lido di Dante) attraverso riporto di sabbia dal largo con due draghe. I lavori hanno interessato Punta Marina, Lido di Dante, Milano Marittima, Cesenatico, Bellaria Igea Marina, Rimini, Riccione, Misano Adriatico, Lido di Spina.

ROVENNO **Passaggio di consegne al CUPLA di Lugo**

Nella scorsa settimana si è svolta la riunione del CUPLA (Comitato Unitario Pensionati Lavoratori Autonomi) del territorio della Bassa Romagna, per discutere del rinnovo degli incarichi di Presidenza. AICUPLA (che si è costituito a Lugo il 23 settembre 1993) aderiscono i Sindacati dei pensionati delle Associazioni del commercio, dell'artigianato e dell'agricoltura e.

A norma di statuto il mandato di Presidente viene rinnovato ogni due anni e attribuito, per turnazione, ad un rappresentante delle diverse associazioni che costituiscono il CUPLA.

L'incontro è stato l'occasione per fare il punto della situazione sull'attività svolta negli ultimi due anni dalla Presidente Territoriale Paola Roccati (già membro della Presidenza del Sindacato Pensionati FIPAC-CONFESERCENTI) giunta a fine mandato.

Nella riunione è stato proposto ed eletto all'unanimità Sante Cavina quale nuovo Presidente del CUPLA territoriale della Bassa Romagna che ha ringraziato Paola per l'importante lavoro fin qui svolto e ha proposto Paola per l'incarico di Vice Presidente.

La Confesercenti coglie l'occasione per ringraziare sentitamente Paola Roccati, attiva nel sindacato da sempre, per l'impegno e la disponibilità che ha sempre dimostrato verso la nostra associazione e augura buon lavoro al nuovo Presidente.



Nella foto Paola Roccati e Sante Cavina

Approvato il nuovo codice etico della Confesercenti provinciale

Nel corso della sua ultima assemblea provinciale tenutasi a Ravenna, tra gli altri è stato approvato all'unanimità il nuovo Codice Etico della Confesercenti provinciale previsto dallo Statuto e richiesto anche da aziende associate al fine di poterlo sottoscrivere tra le condizioni previste dal "rating di legalità", qualora si richieda l'attribuzione del massimo delle stelle previste.

Ravenna è stata una tra le prime Confesercenti in Italia ad adottarlo.

Si tratta di uno strumento, redatto anche ai sensi delle nuove normative entrate in vigore (responsabilità dell'amministratore, statuto delle imprese, ecc.), rivolto a tutti gli iscritti e attraverso il quale l'Associazione si impegna ad attuare e rispettare, con trasparenza, modelli di comportamento e azioni concrete ispirate all'autonomia, integrità ed eticità: ci sono doveri dell'Associazione e dei propri Associati oltre che dei propri dirigenti.

E tutti dovranno essere partecipi e coinvolti nel perseguimento di questo obiettivo, perché ogni singolo comportamento non eticamente corretto, non solo provoca negative conseguenze per il nostro livello provinciale, ma danneggia l'immagine dell'intera categoria e dell'Associazione.

È forte nel codice il nostro secco no a qualsiasi forma di illegalità, abusivismo e usura.

È importante conoscerlo, viverlo e rispettarlo. Se ne può chiedere copia presso le sedi dell'Associazione o scaricandolo dal sito internet www.confesercentiravenna.it

Attenzione alle facili promesse di minori costi sui servizi in appalto esterno

Anche su segnalazione di aziende associate che hanno ricevuto visite (spesso aggressive e con facili promesse) e preventivi su proposte di servizi terziarizzati per conto dell'azienda, con paventate riduzioni del costo del lavoro, si invita alla massima attenzione e prudenza nell'aderirvi, mettendosi in contatto con le sedi dell'Associazione per le delucidazioni del caso, ivi compresa la conoscenza dei potenziali rischi in cui si può incorrere come titolari dell'azienda (sia sanzionatori, che penali e civili). Si informa peraltro che proprio alcuni dei contratti che vengono proposti sono all'attenzione delle Autorità di vigilanza (Ispettori del Lavoro) che già nel corso dell'estate scorsa hanno verificato alcune di queste situazioni e ne stanno vagliando le conseguenze.

Servizio estivo di emergenza per automobilisti e guardia medica a Ravenna e a Cervia



Si ferma la macchina in vacanza o al lavoro nel fine settimana d'estate? Serve l'elettrauto? Il gommista?

Anche quest'anno come avviene da oltre trent'anni è attivo il servizio Estate Sicura, promosso dal Consorzio Ravennate Riparatori Meccanici e Affini e dalle associazioni dell'artigianato in collaborazione con la Camera di Commercio e i Comuni della costa.

All'iniziativa collabora anche Confesercenti attraverso l'informazione ai soci e non solo.

In ogni fine settimana telefonando a Ravenna al n. 0544/482999 e a Cervia al n. 0544/979251 (dove le attività sono già aperte) è possibile conoscere e avere l'officina di turno e quelle aperte per ottenere il soccorso necessario nella zona in cui ci si ferma con l'auto, senza maggiorazione di tariffa.

È stata anche prodotta una guida utile per i turisti e i viaggiatori (con relativa carta stradale) reperibile anche presso le sedi dell'Associazione di Ravenna e Cervia, dove se ne possono avere anche più copie da tenere esposte presso le attività turistiche a disposizione della clientela. Sempre presso le sedi sono disponibili le locandine con i recapiti dei servizi sanitari e Guardia Medica attivi d'estate sul territorio.

“Bassa Romagna Express”. Arrivano i vincitori del contest lanciato a Expo 2015

Sono arrivati i vincitori del contest online che è stato lanciato a seguito della partecipazione dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna a Expo Milano 2015. I “viaggiatori buongustai” sono tre, la giovane francese Milouda e i due fratelli toscani Mirko e Andrea, e hanno soggiornato in Bassa Romagna nel maggio scorso, all'hotel Ala d'oro di Lugo.

In questi mesi gli Uffici di Promozione turistica e Comunicazione dell'Ucbr, insieme ai partner che hanno collaborato all'ideazione e alla gestione del progetto, hanno lavorato per costruire **una vera e propria avventura studiata appositamente per loro**. Un soggiorno ricco di esperienze e situazioni interessanti **per far vivere ai protagonisti le emozioni provate da attori la scorsa estate a Milano**: una suggestiva esperienza di volo a bordo di piccoli aerei da turismo, una scampagnata in bicicletta nella campagna e la scoperta di rocche, piazze, castelli e teatri. L'intento è di **passare dal virtuale al reale** e rendere il soggiorno piacevole e divertente, portando gli ospiti a conoscere il territorio della Bassa Romagna e ciò che ha da offrire in modo non convenzionale.

Tutte le esperienze fatte sono state riprese per documentare il viaggio e produrre un **video di promozione turistica** del territorio. Da qui, l'idea di chiamare questa seconda fase di progetto **“Bassa Romagna Express”**: Milouda, Mirko e Andrea sono stati accompagnati nelle varie tappe del loro percorso a bordo di un pulmino personalizzato a loro disposizione e hanno affrontato qualche prova sul loro cammino... per guadagnarsi e finalmente assaporare i “sapori perduti”.

Il 6 agosto 2015 l'Unione dei Comuni ha animato lo stand della Regione Emilia-Romagna all'Expo 2015 di Milano con il progetto **“Bassa Romagna: delizie per viaggiatori buongustai”**, un tour virtuale e interattivo nella “terra del benvivere”, come è stata ribat-

tezzata la Bassa Romagna, che per l'occasione è diventata un set cinematografico, messo a punto dallo Studio 3Pix di Fusignano.

I partecipanti hanno avuto la possibilità di calarsi in un **viaggio virtuale** nella Bassa Romagna, grazie alla tecnica del chroma key in tempo reale, che permette al protagonista di recitare nel “vuoto” e vedersi proiettato all'interno di una video-storia, con la quale poter interagire. Aspiranti attori di tutte le nazionalità hanno pedalato, ballato, raccolto pesche, nuotato e aperto paracadute con grande disinvoltura, mentre una folla di visitatori assisteva divertita alle performance. Al termine, a tutti i partecipanti è stata consegnata una chiavetta Usb con il proprio film, per partecipare al **contest** lanciato in rete e sui social, con in palio un **soggiorno premio**.

La pagina Facebook “Bassa Romagna: delizie per viaggiatori buongustai” ha ottenuto in pochi mesi di attività numeri impressionanti sia per quanto riguarda il numero di utenti

“Essere visibili e riconoscibili in un contesto delle dimensioni dell'Expo non è stato facile - ha ricordato Luca Piovaccari -. Il nostro valore e la nostra creatività ci hanno dato una buona visibilità in un contesto fatto di eccellenze. Nel nostro territorio non avevamo mai provato a strutturare un vero e proprio programma turistico: ora stiamo facendo i passi giusti. Abbiamo molte strutture ricettive coinvolte che sapranno sicuramente dare il meglio, preparandosi alla possibilità che in futuro queste occasioni possano ripetersi con sempre maggiore intensità e frequenza”. “L'attrattività è una caratteristica legata all'eccellenza - ha sottolineato Nicola Pasi -. L'esperienza che abbiamo vissuto all'Expo ci ha dato anche la possibilità di misurarci con altri territori: questo confronto ci ha dato la conferma che siamo una piccola eccellenza in grado di mettere a sistema l'intero territorio. Attraverso questa esperienza siamo cresciuti tutti e da qui iniziamo a esplorare le possibilità

concrete di attirare turisti e nuove energie”.

“Se il successo della prima fase del progetto è stato raggiunto grazie alla creazione di un team di lavoro che ha visto il coinvolgimento di differenti Uffici dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna,

della cooperativa Fare Comunità, di Radio Sonora, e di Studio 3Pix, oltre alla preziosa collaborazione di persone, gruppi, associazioni, enti culturali del territorio, per Bassa Romagna Express, la lista dei partner si allunga ulteriormente - sottolinea raffaella Costa, responsabile del Servizio Turismo dell'Ucbr -. Per organizzare al meglio il soggiorno e le esperienze ad esso collegato sono stati coinvolti l'aeroclub Francesco Baracca Lugo, l'hotel Ala d'oro, le Cicloguide, l'ecomuseo delle Erbe palustri di Villanova di Bagnacavallo, la scuola di Arti e mestieri di Cotignola, la cooperativa il Mosaico di Mordano e altri agriturismi e ristoratori del territorio”.



raggiunti, ben 61.131 persone che hanno visualizzato tutti i contenuti associati alla pagina e una copertura totale dei post di 340.038 persone, soprattutto tra Italia e Europa. Il Canale YouTube “Bassa Romagna: delizie per viaggiatori buongustai” nello stesso periodo (dal 31 luglio al 31 dicembre 2015) ha ottenuto 3.369 visualizzazioni dei video caricati. “Bassa Romagna Express” è stata presentata martedì 10 maggio in conferenza stampa al Salone Estense della Rocca di Lugo. Sono intervenuti il presidente dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna Luca Piovaccari; il sindaco referente per il Turismo, Nicola Pasi; la responsabile del Servizio Turismo dell'Ucbr, Raffaella Costa.

“Un libro premia per sempre”

Il concorso “Un libro premia per sempre”, giunto alla XVIII edizione, quest'anno a Ravenna ha ospitato gli autori **Lorenzo Licalzi, Margherita Oggero e Alberto Cavanna**. Lo studente vincitore è stato **Matteo Casanova**, frequenta il Liceo Classico Alighieri ed ha recensito il libro di Cavanna.

Il riconoscimento “Ravenna e le sue pagine” 2016 è andato ad **Alda Teodorani** per il suo “Gramsci in cenere” ambientato a Massa Lombarda.

Nella foto, i 4 autori ospiti a Ravenna il 18 e 19 maggio intervistati da Federica Ferruzzi.



Cresce l'e-commerce: che fare?

La crescita dell'e-commerce negli ultimi anni è sotto gli occhi di tutti. Ancora prima che nei numeri, che comunque continuano a crescere in tutto il mondo sia per fatturato che per imprese che dedicano una parte della loro attività alla cura del web, aumenta la conoscenza, l'apertura mentale di imprenditori e consumatori verso questa esperienza di acquisto. Anche in Romagna per quanto possano sembrare limitati (e in questi sono escluse le aziende del turismo) come si evince dai dati riportati sotto, il fenomeno è in crescita.

Se parliamo di Web e commercio non dobbiamo dibattere sugli aspetti tecnologici, ma aver ben presente che il Web è prima di tutto un luogo di incontro tra persone. Il web accorcia tempi e distanze e permette di risolvere inefficienze che sono riscontrabili nelle tradizionali modalità di vendita. Dentro questo luogo non ci sono solo i grandi giocatori come Amazon ed Ebay, ma può esserci spazio anche per i piccoli imprenditori che possono gestire in autonomia un e-commerce. Ma cosa significa fare e-commerce? Non esiste un ricetta unica, quello che bisogna tener presente è che l'e-commerce è un progetto imprenditoriale che arricchisce l'attività di vendita in negozio e ne può cambiare l'organizzazione.

In un progetto di e-commerce il piccolo imprenditore deve essere in grado di far risaltare i punti di forza attraverso una chiara visione degli obiettivi che si vogliono ottenere e, per chi ha un negozio, tenere in mente che non è detto che l'esperienza di acquisto cominci e finisca online.

Alcune domande da porsi per partire possono essere:

- vogliamo essere più conosciuti?
 - vogliamo smaltire il magazzino?
 - vogliamo vendere il nostro prodotto perché unico?
- Sicuramente vogliamo guadagnare da questa attività e per farlo abbiamo bisogno di guadagnare un "traffico" maggiore, dobbiamo essere consapevoli che occorre investire tempo e risorse e occorrerà tenersi aggiornati e farsi seguire almeno in fase di avvio da professionisti.

Le prime cose da fare per partire dopo aver definito gli obiettivi:

- capire come l'attività è posizionata sul web (uso i social? Scrivendo il mio nome su google quali informazioni vengono visualizzate?)
 - cercare i propri prodotti e capire chi già li vende e come li vende
 - definire a chi ci rivolgiamo (sia a livello geografico che come tipologia di persone)
 - pianificare non solo l'attività di vendita, ma anche quella di pubblicità
 - definire un piano di investimenti che seguano alcuni piccoli passi ad ognuno dei quali occorre misurare risultati e correggere al bisogno la strategia
- L'e-commerce può dare soddisfazioni e accrescere il proprio business, quello che occorre però è un atteggiamento positivo e curioso: bisogna studiare! E essere consapevoli che se quando apriamo un negozio abbiamo bisogno di un'agenzia immobiliare, un architetto, una banca per il pos, un corriere per le consegne ecc... anche per la nostra attività online occorrerà confrontarsi con esperti di web marketing ed e-commerce, gestire eventualmente i pagamenti online e organizzare magazzino e logistica di consegna.

Per questo da 4 anni come Confesercenti organizziamo le giornate dell'e-commerce e altre iniziative e abbiamo raccolto diverse esperienze di aziende associate sul sito impresaonline.ra.it e dopo l'estate partirà la sperimentazione di un nuovo servizio dedicato proprio ad aiutare i nostri associati che vogliono approcciarsi alla vendita on line.

Imprese registrate che operano nel commercio via internet *

Provincia di Forlì-Cesena	113	di cui a Forlì	43
Provincia di Ravenna	93	di cui a Ravenna	35

* dati registro imprese CCAA - fine febbraio 2016



L'esperienza de "La Modernissima" di Ravenna

"Abbiamo aperto l'e-commerce nel nostro sito web nel 2013: vendiamo principalmente in Italia oggettistica per la casa, i bambini e accessori vari. Questi prodotti affiancano la vendita del negozio in Via Corrado Ricci a Ravenna, dove spesso arrivano turisti interessati a libri o articoli che vorrebbero acquistare online comodamente, una volta tornati a casa: ecco perché implementeremo il nostro e-commerce aprendo la vendita anche ai Paesi stranieri.

In parallelo curiamo quotidianamente i nostri social network (facebook e instagram) e riscontriamo un buon seguito: negli anni abbiamo constatato l'importanza di curare i contenuti e le immagini online, anche per promuovere campagne e le attività in generale del negozio."



L'esperienza di Cloverfield nel centro storico di Ravenna: ne parliamo con il titolare Gianni Cavallini

Perché hai deciso di andare online?

Già dall'inizio dell'attività (2012) era prevista la creazione di un sito web per vendere i nostri prodotti, proprio perché il nostro target di utenti utilizza questi sistemi per i propri acquisti. Purtroppo ci siamo subito accorti che non tutti i negozi possono presentarsi efficacemente online; per essere "interessanti" è necessario infatti avere prodotti particolari di marchi conosciuti o emergenti, oppure prodotti di fine stagione disponibili a magazzino da vendere a basso prezzo. Inoltre occorre una significativa capacità di gestione del marketing B2C (business to consumer) e una preparazione del terreno Internet che implica formazione e strumenti adeguati. Partendo da questi presupposti, e notando che alcuni brand emergenti erano più richiesti fuori Ravenna che in città, abbiamo ritenuto necessario fornire al più presto un punto di vendita "at home" di questi prodotti ai clienti attratti dai marchi più innovativi, convinti di fornire un servizio anche ai piccoli paesi lontani dalle città, e che paradossalmente nell'ambito della ricerca dell'innovazione e della qualità nel settore dell'abbigliamento sono molto più reattivi ed esigenti.

Cosa vendi online?

I marchi venduti online non sempre sono quelli più noti; anzi, su quelli c'è molta concorrenza e i prezzi di vendita online sono decisamente penalizzanti per un negozio di vicinato come il nostro. La nostra esperienza suggerisce quindi di vendere alcuni marchi di nicchia emergenti e alcuni "pezzi" importanti dei brand più conosciuti. Questo mix crea poi un effetto moltiplicatore che trascina alla vendita online anche altri prodotti di contorno (calzini, cappellini, ecc.). Accanto a questi si è poi sviluppato un Outlet Corner, integrato nel sito, che ha favorito una seconda vita commerciale ad alcuni prodotti non venduti in corso di stagione, e consentendo così un significativo recupero di marginalità. Nel nostro caso, i clienti più numerosi sono collocabili sulla dorsale della via Emilia, nel Veneto e



nelle Marche; curiosamente però il nostro primo ordine online arrivò dall'Alaska (peraltro era una t-shirt). Complessivamente, il fatturato online è attualmente circa il 10% di quello complessivo, e in crescita ogni anno di circa il 30%.

Che strumenti/piattaforme usi?

Nel 2013 ci siamo affidati per un anno ad un pacchetto sw standard, ma che è risultato molto complesso e soprattutto dalla grafica limitata, quindi poco "accattivante". Il nostro sito www.cloverfieldstore.it è stato quindi riprogettato da uno sviluppatore ravennate esperto in fotografia e in linguaggio html (mix perfetto per un negozio di abbigliamento), e che utilizza alcuni plugin molto interessanti che facilitano la visibilità e la presentabilità dei prodotti. Essendo poi io un ingegnere informatico, l'analisi del portale e la struttura del database (che è il motore delle applicazioni web) è stata fatta in gran parte in casa, partendo da uno schema preesistente ma non rispondente alle nostre aspettative. Il sito poi richiede qualche piccolo aggiustamento ogni anno per adeguamenti a normative fiscali e/o per nuove funzionalità ad uso negozio e cliente. In questo momento le persone coinvolte nella gestione del sito sono due: mia figlia Chiara si occupa della parte fotografica, mentre io seguo l'aggiornamento dei dati del sito e l'allineamento con il sw gestionale di cassa.

Quali sono le criticità?

Ci siamo accorti subito che avere un sito web non significa essere un rivenditore conosciuto

nel mondo Internet; è come aprire un negozio senza insegna e senza vetrina. E' necessario quindi preparare il terreno e alimentarlo sfruttando il mondo dei social, in primis Facebook ed Instagram con i quali abbiamo sempre in corso campagne promozionali fisse ed altre a spot su alcuni prodotti che vogliamo lanciare in determinati periodi. Alcuni siti concorrenti, per risultare più attraenti, usano anche "comprare" migliaia di Like su Facebook; i nostri circa 9000 Like attuali sono invece reali e danno la misura effettiva della percezione del sito sul web. Sfruttiamo anche sistemi di Mailing List per mandare newsletter e/o codici di sconto, oppure utilizziamo piattaforme di invio SMS per iniziative mirate. La seconda criticità è l'aggiornamento delle immagini e dei prodotti in negozio, che rendono il sito sempre vivo e "sul pezzo"; non aggiornare i prodotti online crea rapidamente maggiori oneri di gestione e disaffezione da parte del cliente che vuole l'ultima novità del mercato. Al momento abbiamo online il 90% dei prodotti presenti anche in negozio. La terza criticità è l'allineamento dei dati tra prodotti disponibili in negozio e prodotti venduti online. È evidente che continui disallineamenti tra magazzino e disponibilità online portano ad una rapida inaffidabilità di tutto il sito e al suo abbandono da parte del cliente che si vede i suoi ordini continuamente rettificati o annullati. Su questo allineamento ci stiamo lavorando da tempo e ritengo siamo arrivati ad un buon punto, anche se non è al momento disponibile la connessione diretta tra i due sistemi aziendali.

Reti d'impresa della Bassa Romagna, un esempio per la regione

Si è tenuto nei giorni scorsi a Bagnacavallo a Palazzo Vecchio il convegno pubblico dal titolo "Collaborare per competere", organizzato dall'Unione dei Comuni della Bassa Romagna. L'incontro ha avuto come fulcro le prospettive delle reti d'impresa della Bassa Romagna a un anno e mezzo dalla loro costituzione.

Il primo intervento è stato affidato a Marco Leoni, referente dei Centri di assistenza tecnica regionali, che ha presentato l'indagine sulle abitudini d'acquisto in Bassa Romagna. Sono seguite due relazioni sulle esperienze di rete d'impresa, con le testimonianze di Franco Bernardi, presidente del Consorzio AnimaLugo, e Laura Bianchi, presidente dell'associazione In-Massa di Massa Lombarda. Infine è stato dato spazio agli interventi dei rappresentanti delle

associazioni di categoria Cna, Confartigianato, Confcommercio e Confesercenti.

L'esperienza delle reti d'impresa nella Bassa Romagna ha consentito il coinvolgimento di oltre 400 operatori commerciali dell'area che hanno dato vita a numerosi eventi e iniziative di promozione dei diversi territori coinvolti. Le sei reti d'impresa costituite, oltre al Consorzio AnimaLugo già presente da anni sul territorio, costituiscono un punto di partenza per il rilancio del commercio di vicinato dei centri urbani della Bassa Romagna. Le Reti di impresa della Bassa Romagna si sono costituite ad Alfonsine (Alfonsiné), Bagnacavallo (Bagnacavallo fa centro), Conselice (Vivi Conselice), Cotignola (Cotignola Invita), Fusignano (Fusignano è più), Lugo (AnimaLugo, capofila) e Massa Lombar-

da (In Massa).

Il convegno è stato aperto e moderato da Luca Piovaccari, presidente e sindaco referente per le Attività economiche dell'Ucbr, mentre le conclusioni sono state affidate ad Andrea Corsini, assessore regionale al Commercio e Turismo. Tra i dettagli emersi nel corso della serata, da sottolineare che l'esperienza delle reti d'impresa della Bassa Romagna è stata valutata anche per la redazione della nuova legge regionale sul turismo. Prima in Italia, l'Emilia-Romagna prevede infatti, per i prossimi bandi legati alla promozione turistica e dei centri commerciali naturali, la possibilità di accedere anche per le reti di impresa che si sono costituite come soggetto giuridico.

segue dalla prima pagina

Nonostante BCE...

precedente, con le Famiglie Produttrici che continuano a soffrire maggiormente il credit crunch (-3,5% su base annua).

In sostanza, nonostante la politica monetaria di tipo espansivo prodotta dalla BCE, potrebbe non allentarsi la stretta creditizia, se non si affronteranno taluni nodi strutturali.

In particolare si segnala le necessaria mitigazione delle rigidità dei meccanismi di valutazione adottati dalle

Banche Italiane, in aderenza alle direttive di Basilea 2 e 3, per favorire l'afflusso del credito alle micro e piccole imprese, supportate dal potenziamento dei Confidi.

A questo proposito val la pena di prendere a riferimento il modello inglese, centrato su intermediari finanziari specializzati sul credito alle PMI, che hanno portato ad un trend positivo di prestiti netti alle piccole e medie imprese, aumentati negli ultimi 8 mesi del +50%.

La costituzione della British Business Bank, un istituto specifico per le PMI britanniche, ha consentito in un lasso di tempo assai breve di erogare circa l'equivalente di 9 miliardi di euro di prestiti.

Ogni tanto, guardare oltre la Manica, può giovare.

segue dalla prima pagina

Confesercenti si appella...

Per non parlare del famoso outlet di Faenza al palo e tra le erbacce (nella foto allegata) come cattedrale vuota ed emblematica delle scelte sbagliate.

Il tutto nel silenzio di tanti, troppi comuni della Romagna e in barba ad ogni uso e consumo ragionevole e razionale del territorio, senza considerare in alcun modo l'andamento dei consumi e delle imprese, senza considerare i riflessi sul tessuto economico, commerciale attuale, della stessa qualità della vita e dei servizi dei territori.

Per questo la Confesercenti invita i Comuni a non restare indifferenti e impotenti, a prendere posizione e a muoversi, eventualmente anche coinvolgendo gli stessi comuni che insistono nelle provincie di Forlì, Cesena e Rimini, per significare in tutte le sedi il disaccordo e i danni che si producono al territorio.

Così conclude la propria lettera il Presidente Provinciale della Confesercenti **Roberto Manzoni**:

"Serve **una moratoria seria a nuovi centri commerciali** senza la quale ha anche poco senso parlare di centro storico, di valorizzazione dei centri, come delle periferie e del forese. Sarebbero sforzi a rischio, se non molto vanificati. Servono norme nazionali e regionali, ma bisogna volere e anticipare le scelte urbanistiche in Regione (con il nuovo piano urbanistico regionale previsto per il 2017 e con l'impegno del consumo zero del suolo) e nei Comuni, partendo da un assunto economico, di compatibilità e di qualità della vita: **di centri commerciali siamo ampiamente saturi tanto più dopo le ultime scelte autorizzate, alcune delle quali da rivedere nella stessa fase delle osservazioni. E non siamo solo noi a chiederlo e sostenerlo.** Perfino Legacoop Romagna nel suo ultimo convegno a Ravenna ha evidenziato la saturazione.

Qui bisogna cambiare strada prima che "scappino altri buoi", abbandonando la fase di espansione quantitativa delle grandi strutture commerciali e delle grandi superfici, che non sono più ammissibili, scegliendo **la valorizzazione e il sostegno delle piccole e medie imprese** compreso il **recupero di contenitori esistenti nel centro storico**. Occorre avere a riferimento il valore della sostenibilità e del consumo del territorio che richiedono equilibrio e consapevolezza. Se si vuole qualificare e sostenere la rete commerciale occorre una coerente politica urbanistica anche in tema di programmazione commerciale."



COMMERCIO & TURISMO ^{n.2} ROMAGNOLIO

Proprietario: Confesercenti provinciale forlivese

Autorizzazione tribunale di Forlì n. 6/2004

Autorizzazione del tribunale

di Ravenna n. 1226/2004

Redazione: Via Grado n. 2 Forlì tel. 0543 375701

Direttore Responsabile Giancarlo Corzani

Recapito Confesercenti Ravenna

Piazza Bernini 7 tel. 0544 292711

Recapito Confesercenti Cesena

Via IV Novembre 145 tel. 0547 622601

Stampa Full Print Ravenna

Hanno collaborato a questo numero:

da Ravenna Giacomo Costantini, Roberto Lucchi,

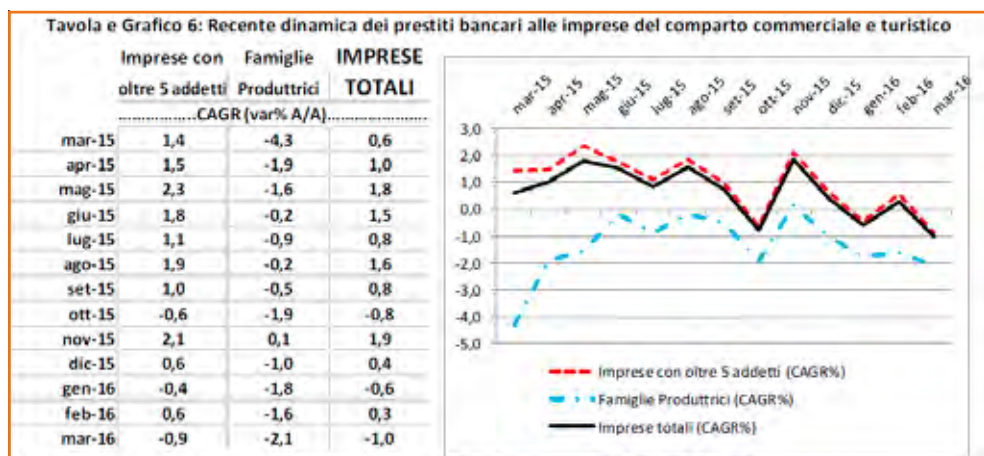
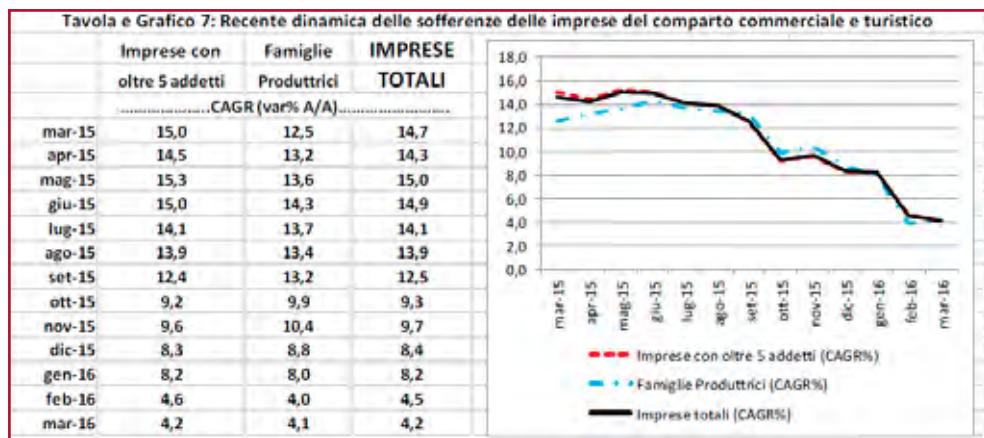
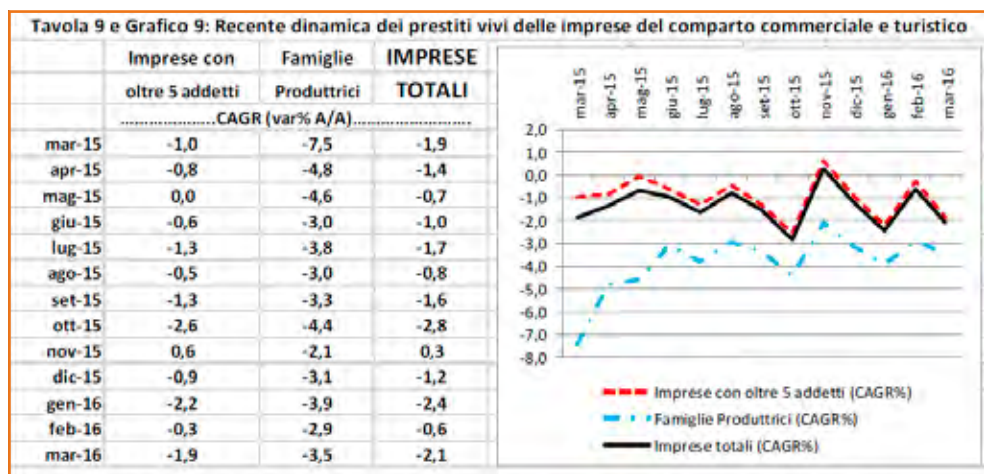
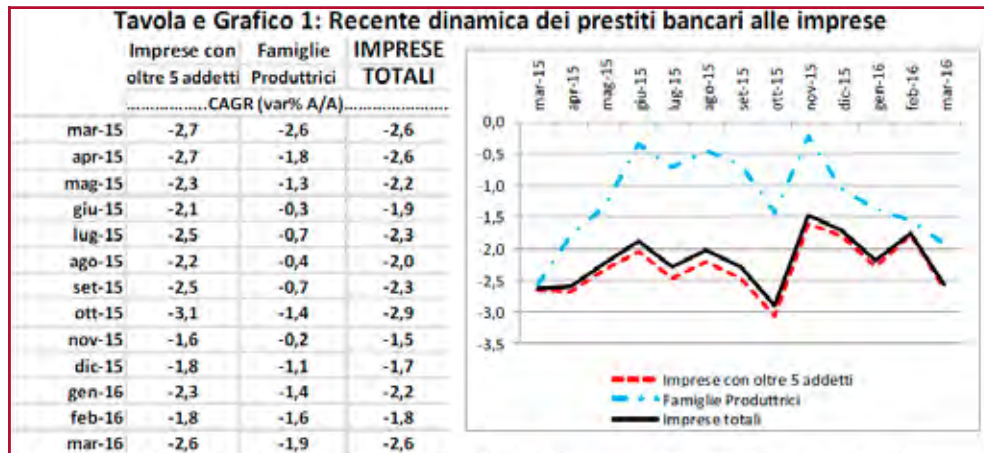
Barbara Montanari, Giancarlo Melandri,

Sara Reali, Riccardo Santoni;

da Forlì Giancarlo Corzani, Fabio Lucchi,

Lores Frignani, Stefania Bartoletti.

Chiuso in tipografia martedì 14 giugno 2016



Fonte: Banca d'Italia - BIP on line T5C20810 - Elaborazioni Confesercenti - Ufficio Crediti.