



La trasmissione TV di CNA.COM



**Su e Giù per la Valconca
è la trasmissione TV che va in onda**

Lunedì 19,45 su E'TV
Giovedì 22,30 su LA8
Domenica 11,40 su LA8



Quando e come ne usciremo

Dalla crisi allo sviluppo

Se n'è discusso in una tavola rotonda tra sindaci e imprenditori

di Eva Micucci

La crisi è globale, per la prima volta ci troviamo di fronte ad una situazione senza precedenti. Come uscirne in un settore, come quello del commercio, che è già attraversato da una congiuntura sfavorevole che dura da anni, legata alla trasformazione dei nostri centri storici e alla diffusione dei centri commerciali? Ne verremo fuori prima o poi?

"In questa crisi paga chi sta fermo. Chi rischia al 90% riesce in qualche modo a cavarsela"

Come, è difficile dirlo. Sicuramente ne usciremo diversi. Per questo è importante cogliere questo momento, e cogliere la ripresa quando arriverà.

Fino a che punto sono stati colpiti i consumi? E' tempo di primi bilanci dopo le feste natalizie e i successivi saldi che ne hanno portato un po' di respiro. Il 2008 si è chiuso in provincia di Rimini con 18 fallimenti di imprese in più rispetto al 2007. Eppure il saldo resta ancora positivo, perché sono state di più quelle che hanno aperto. Secondo gli esperti del setto-

re, però, il peggio deve ancora venire. Il vero anno difficile, lo dicono tutti, è quello appena cominciato. Lo scorso 22 gennaio si è svolta una tavola rotonda a cui hanno partecipato Giorgio Ciotti - Sindaco di Morciano, Daniele Imola - Sindaco di Riccione, Marcello Serpieri - responsabile comunicazione di CNA Rimini e gli imprenditori riccionesi Dino Saponi e Lanfranco Francolini. Secondo Imola "in questa crisi paga chi sta fermo; chi rischia al 90% riesce in qualche modo a cavarsela". Francolini dichiara di essere ottimista, forse chi andava in posti di villeggiatura più costosi ora verrà da noi, che non abbiamo nulla da invidiare ad altre città europee. Ciotti, il sindaco di Morciano vede nella sua città una vocazione storica per il commercio, e sull'ipotesi di un ipermercato afferma che in quel caso si farà in modo che sarà tutta l'area economica intorno a trarne beneficio, perché "quando un bicchiere è troppo pieno, come di dice da noi, *vontà*".

La crisi di cui si parla - prosegue Ciotti - è quella dello scontrino: se prima lo scontrino medio si aggirava sui 100 euro, ora è sugli 80". Morciano, come Riccione, sono due tra i pochissimi comuni che non hanno applicato

l'addizionale Irpef. Sono due gli elementi che segnalano la difficoltà in atto: l'aumento della cassa integrazione e le difficoltà all'accesso al credito.

Su quest'ultimo punto qualcosa è stato fatto, ma le imprese chiedono di più. Francolini chiede più elasticità da parte delle banche per quanto riguarda i tempi di scadenza dei mutui. Inoltre, liberalizzazione delle licenze e aperture dei centri commerciali sono due elementi che fanno paura ai commercianti che chiedono pari opportunità, maggiore tutela e soprattutto concorrenza leale.

Per Ciotti siamo di fronte alla crisi dello scontrino che se prima si aggirava sui 100 euro, ora sugli 80

Imola conclude con la presentazione del fondo provinciale costituito da tutti i comuni della provincia per intervenire laddove serve un prestito nell'immediato sia per le imprese che per i cittadini.

CASA

Da "Le Cose di Casa Vichi" ogni oggetto è frutto di una ricerca del bello frutto della creatività dei titolari del negozio Dino e Ambra. Oggetti per arredare la casa, soprammobili, candele, piatti, lampadari, vengono rivisti e personalizzati con maestria e grande senso del gusto. Vi sorprenderete per la bellezza e la simpatia che trasmettono comuni utensili, caffettiere, e portafoto, rinnovati e resi inusuali. Casa Vichi offre due piani da ammirare con stupore per trovare un regalo sicuramente originale, per arricchire la propria casa con oggetti raffinati e provenienti da una certissima ricerca nelle fiere estere.

Germania, Russia, America sono alcuni dei paesi da cui provengono gli oggetti d'arredo. Il negozio si trasforma con il cambiare delle stagioni offrendo un ambiente sempre rinnovato e pieno di nuove curiosità. "Le Cose di Casa



> Dino Saponi

ABBIGLIAMENTO

Nel centro di San Giovanni in Marignano "Gemma 74" apre nel 1974 e diventa, nel tempo, punto di riferimento per gli abitanti della zona che, alla ricerca del look giusto, trovano qui consigli utili per trovare il capo ideale alle proprie esigenze. In negozio vi accolgono simpatia, cordialità e soprattutto tanta esperienza maturata nel settore abbigliamento, qualità importanti che Mauro, assieme alla moglie Patrizia, mettono al servizio della loro clientela. Maglieria, camiceria, giubbotti e piumini, ma anche accessori moda, cinture, guanti e collane, per completare le proposte di abbigliamento. Denny Rose, Gaudi, sono tra le firme da trovare oltre al rifornito reparto blue-jeans. Mauro, oltre ad essere in negozio, è anche presente nei più grandi mercati ambulanti della zona. Da Gemma 74 ampia la scelta tra capi da uomo e donna, per tutte le età e taglie, sia da giorno



> Mauro Marchini

PESCA

Ricci Sport è il punto vendita specializzato per lo sport e gli appassionati di pesca. Canne per pescare, mulinelli, retini, fili, ma anche esche vive, "bigattini", lombrichi e camole! Thomas Sorci rifornisce l'appassionato pescatore di tutti gli articoli per attirare il malcapitato pesce.

E se tra seduta di pesca e l'altra si volesse fare una nuotata, ecco tutto il necessario per la piscina: costumi da bagno, occhialini, ciabatte delle migliori marche. Arena, Adidas, Nike, Asics e Russell sono tra le firme di qualità che si possono trovare da Ricci Sport. Abbigliamento per il tempo libero, piscina, tennis e calcio fino alla raccordatura delle racchette. Si ha poi la possibilità di ordinare, tramite catalogo, palestre da casa, per allenarsi anche tra le mura domestiche. E ancora tute sportive e abbigliamento da bimbo firmato Arena.



> Thomas Sorci

Servono innovazione qualità e sinergie

Intervista a Marcello Serpieri, responsabile Comunicazione di CNA Rimini

Come vive questo momento il commercio?

"Sicuramente non bene, piove sul bagnato per usare uno slogan che però rende bene l'idea di un settore già in difficoltà. Tuttavia, cercando di ragionare in positivo, dobbiamo dire che da questa situazione di crisi economica, di dimensioni così ampie da non avere precedenti in passato, si uscirà sicuramente molto diversi da come si è entrati. Perciò ognuno deve rimboccarsi le maniche e fare la sua parte".



> Marcello Serpieri

A chi si riferisce in particolare?

"Agli amministratori locali, ai commercianti, e alle associazioni che li rappresentano. Da parte dei commercianti più innovativi è forte la volontà di accettare questa sfida, innovando, puntando sulla qualità, sul trasferimento generazionale e sulle sinergie per quanto possibile. L'ente pubblico a sua volta deve sostenere il commercio. Spetta agli amministratori rendere più attrattivi i nostri centri storici, garantire servizi per una migliore qualità della vita. Il piccolo commercio, l'artigianato di servizio e le botteghe dell'artigianato artistico, sono una componente essenziale dell'ospitalità e dell'accoglienza delle nostre città. Avere a cuore questi temi significa mantenere viva la città, evitare che interi quartieri diventino zone degradate e abbandonate dai residenti e dai turisti.

C'è anche la forte concorrenza dei centri commerciali...

"Non vogliamo negare a priori la validità delle grandi strutture commerciali, bisogna fare in modo però che non venga penalizzato il tessuto commerciale che insiste sul territorio che li circonda, che è prezioso e che se distrutto è difficilmente ricostruibile. Bisogna soprattutto evitare situazioni di disparità in cui il piccolo commercio è penalizzato rispetto al grande centro che ha interessi di tipo finanziario, immobiliare, pubblicitario che a volte sovrastano addirittura quello strettamente commerciale".

E le associazioni di categoria?

"L'associazione deve affiancare la piccola struttura commerciale in un percorso di crescita sul piano dell'innovazione, della formazione, degli investimenti, deve creare occasioni di promozione, metterle in rete per competere. Come CNA sentiamo molto questo compito e in questi anni abbiamo attivato diversi strumenti per supportare la piccola impresa commerciale. Vogliamo ricordare UNIFIDI, la cooperativa di garanzia per facilitare l'accesso al credito, ECIPAR per l'attività di formazione degli imprenditori e dei loro dipendenti, BUONLAVORO per far conoscere e orientare i giovani verso sbocchi occupazionali che tengano in considerazione le opportunità presenti nel settore del piccolo commercio. Inoltre, sfilate di moda per far conoscere le nostre eccellenze del settore abbigliamento, eventi in piazza, feste dei borghi storici, consorzi fra imprese e tante altre iniziative di promozione e sviluppo per gli operatori del commercio. Un'attività molto intensa destinata a crescere per mantenere alta la competitività dei piccoli operatori commerciali".

BANCA di RIMINI
CREDITO COOPERATIVO - S.C.



Dispensing equipment innovation

GARDEN
PASTICCERIA

SERIGRAFIA
VENERANDI
stampiamo la tua pubblicità

