

**Su e Giù per la Valconca**

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



**Il presidente provinciale di CNA illustra le scelte dell'associazione**

## "Il nostro impegno per la Valconca"

**L'importanza di "mettere in rete" le imprese**

di Eva Micucci

**A** Renato Ioli, presidente provinciale di CNA, chiediamo un quadro del commercio e del turismo nella nostra provincia e in particolare nella Valconca.

"Il settore del commercio nella provincia di Rimini - risponde Ioli - è un comparto economico di grande importanza con le sue 9 mila imprese che rappresentano circa il 27-28% del totale provinciale. Inoltre occorre considerare il ruolo chiave che le imprese in questo settore, assieme all'artigianato di servizio, hanno per il distretto turistico e per la crescita di qualità del nostro tipo di accoglienza. Pensate a cosa sarebbero i nostri centri storici e i nostri borghi se non vedessero la presenza di botteghe e negozi che rappresentano la rete commerciale di questa città. Sono un modo per tenere alto il tenore di vita dei nostri comuni: dove ciò non è avvenuto abbiamo assistito ad un degrado. Anche in Valconca il settore del commercio si realizza su imprese individuali di piccola dimensione,



> Il Presidente Provinciale di CNA, Renato Ioli

che in questi anni hanno saputo reagire alle crisi cicliche, trasformazioni e cambiamenti. In concomitanza con la nascita e l'affermarsi di nuove tipologie di commercio, come la grande distribuzione, ma non solo, sono cambiati gli stili di consumo ed il modo di acquisto delle persone".

Cosa occorre per fronteggiare questi cambiamenti? "Gli elementi cui accennavo - afferma il presidente di CNA - devono trovare modo di integrarsi positivamente. Intanto col delineare chiaramente l'identità imprenditoriale degli esercizi. Poi, assieme alle istituzioni pubbliche,

si deve fare una programmazione commerciale ed anche una pianificazione di tipo provinciale. Il solo perimetro comunale non è più sufficiente per programmare il settore economico. Questa programmazione va concordata con tutti i settori interessati, mettendo al centro la peculiarità del piccolo commercio, rispetto alla grande distribuzione organizzata: il piccolo commercio è parte integrante

del territorio. Siccome noi abbiamo un patrimonio identitario ricco di arte cultura storia, tradizioni costumi, può diventare davvero l'elemento differenziale dal punto di vista competitivo per qualità dei nostri servizi.

CNA come agisce in questo senso? "La legislazione regionale sostiene progetti di valorizzazione commerciale dei nostri centri storici e delle aree urbane - spiega Ioli - che come CNA.COM assieme alle istituzioni pubbliche abbiamo presentato e in parte anche ottenuto. La capacità di CNA.COM è stata quella di sviluppare un'iniziativa politica, al punto che siamo diventati un punto di riferimento sindacale, anche grazie alla costituzione di comitati d'area, partecipiamo ai tavoli più importanti. Assieme agli operatori del commercio abbiamo sviluppato tematiche a livello provinciale: penso al piano parcheggi, alla zona traffico limitato, all'arredo urbano, allo spostamento del mercato ambulante. Così come abbiamo dato il nostro parere sulle tematiche più importanti, abbiamo realizzato tante iniziative che hanno cercato di coniugare la promozione commerciale con la cultura, le tradizioni del nostro territorio.

**Ferdinando Fabbri,  
Presidente della Provincia**

## L'Unione dei comuni: fare un passo indietro e ripartire

**"Dobbiamo pensare la Valconca come un territorio unitario, l'integrazione è indispensabile"**

di Beatrice Piva

*Quali sono le iniziative della Provincia, approvate e in corso d'opera, per rilanciare il commercio e il turismo nel bacino della Valconca?*

"Stiamo ragionando sull'idea di un territorio turistico unico. Un territorio formato da venti diversi comuni, ma fortemente integrati tra loro attraverso la cultura della ricettività e dell'ospitalità. Dal mare alla collina, senza divisioni. Oggi puntiamo molto sul turismo in collina, valorizzandone le tipicità: i nostri prodotti enogastronomici, le sagre, le tradizioni che perpetuano un'ospitalità antica. Tra i nostri progetti sono previsti investimenti per le piste ciclabili in Valconca e l'organizzazione di eventi nell'entroterra".

*Fattore fondamentale per lo sviluppo economico è una buona viabilità: molti amministratori lamentano questa mancanza in Valconca; cosa si prevede?*

"La viabilità è assolutamente cruciale. I luoghi devono essere raggiungibili ed accessibili. Un'esigenza, questa, cui stiamo dando risposta, tra

l'altro, con uno dei più importanti interventi strutturali di questi anni: la realizzazione di un ponte sul fiume Conca che abbia una struttura bella e compatibile con il territorio che lo ospita. Il ponte collegherà San Clemente a Morciano proseguendo verso monte".

*Parliamo dell'Unione Comuni della Valconca. Che bilancio fare, oggi, su questo strumento di aggregazione e di rilancio economico?*

"In questi anni è cresciuta molto la sensibilità collettiva verso l'idea di un territorio unito ed integrato con obiettivi e destini comuni.

I vantaggi sarebbero evidenti, a iniziare dalle economie di scala. Purtroppo non sempre la politica favorisce questo sentire.

E' un problema vero e non dobbiamo sottovalutarlo.

Occorre oggi fare tutti un passo indietro e ripartire, per unire davvero i comuni della Valconca. Questo sarà uno dei compiti della prossima legislatura".

**Manlio Maggioli,  
Presidente della Camera di Commercio**

## Ma qui le imprese continuano a crescere

**"La crisi per ora non è molto evidente e le carte da giocare sono molte"**

di Beatrice Piva

*Come sta vivendo il territorio della Valconca questo momento di crisi nazionale ed internazionale?*

"Soffermandomi sui dati economici relativi alla Valconca, la crisi non risulta evidente: ad esempio per quanto riguarda la nascita di nuove aziende, confrontando il primo trimestre 2008 con quello del 2009, si evince un incremento ed il saldo è dunque positivo. Da notare che, mentre le attività avviate da italiani crescono mediamente del 2%, quelle avviate da stranieri aumentano circa del doppio, e questo mi sembra un elemento che si presta a varie interpretazioni. La Valconca è, soprattutto, una parte significativa dell'economia della Provincia: gli addetti impiegati in questo territorio costituiscono il 9,50% di tutta la Provincia, e, nel 2008, si è rilevato inoltre un sostanziale aumento della popolazione. Il territorio della Valconca contribuisce poi al Pil della Provincia con il 18,80% nel settore industriale e con il 15% nella produzione agricola".

*Come vede l'interagire tra costa ed entroterra? Ci sono delle difficoltà?*

"Dire Valconca e comprendere in questo territorio Misano, Cattolica e Riccione mi fa un certo effetto! E' comunque giusto collegare il più possibile tra loro questi territori for-

temente complementari. Puntare solo sul turismo balneare e congressuale è un non guardare oltre la siepe. Occorre valorizzare l'entroterra e il suo patrimonio, gli ospiti cercano offerte arricchite rispetto alla nostra, se pur bella, spiaggia".

*Un suo parere sull'esperienza dell'Unione dei Comuni della Valconca...*

"La Valconca è stata lungimirante nel creare questa Unione che secondo me è uno strumento formidabile, soprattutto in vista della necessità futura di realizzare economie e di ottimizzare le risorse del proprio territorio. Un altro dei vantaggi della Valconca è avere una banca popolare con sede a Morciano. Ho sempre sostenuto che le grandi banche sono necessarie, ma che indispensabili sono le banche del territorio ben gestite, perché creano un legame diretto e personalizzato e rassicurano gli imprenditori. La Popolare Valconca è florida e, per l'economia del territorio, rappresenta un volano fantastico grazie agli imprenditori della Valconca. Rimini vanta un corso universitario della moda, che nasce grazie alla partecipazione delle aziende della Valconca. E' un'esperienza di alto livello pienamente inserita nel territorio, una sinergia che garantisce ricerca ed innovazione".

**Promozione  
del territorio e sinergia**

## La Valconca che vorremmo

**Ecco le richieste  
dei presidenti delle sedi CNA**

Questo è l'ultimo appuntamento con "Su e giù per la Valconca", il programma di CNA per scoprire e conoscere meglio la realtà imprenditoriale della zona sud di Rimini.

Turismo, commercio, prodotti tipici, piccola e grande distribuzione. A fare da sfondo ai temi trattati quest'anno la crisi economica. Come superarla e rilanciare il commercio ed il turismo in Valconca? Alla vigilia delle elezioni, CNA si impegna a farsi portavoce verso le nuove amministrazioni delle principali richieste degli operatori.

Massimo Bartoli, neo presidente sede CNA Cattolica, chiede di rafforzare la promozione a livello turistico: dal balneare all'entroterra dal fieristico al congressuale in sinergia con gli altri comuni per avere una ricaduta buona a livello locale che finora non c'è stata. A livello locale? "Completare la nuova darsena, manca infatti il pezzo che la collega al centro".

Marco Muccioli (presidente CNA Misano) crede che l'area artigianale in cui si trova ad operare (Statale Adriatica) debba essere sviluppata ulteriormente con insediamenti produttivi commerciali e servizi. Ulisse Campagna (presidente di CNA Riccione) pensa al discorso legato al piano spiaggia, allo sviluppo dell'arenile: l'anno passato è stato cominciato l'arredo del lungomare, ma deve partire anche la riqualificazione delle spiagge.

Valerio Malpassi - presidente CNA Morciano chiede un abbattimento dei costi, partendo dai rifiuti e dagli affitti per far respirare le aziende.

I dati economici dicono che in Valconca la crisi non è così evidente. Il numero delle imprese nel primo trimestre 2009 registra un incremento di circa l'1%, quasi il doppio se si parla di imprenditori stranieri. La Valconca ha oltre il 9% degli addetti di tutta la provincia. Morciano, San Clemente e San Giovanni sono i comuni che fanno da traino all'economia del territorio.

Il balneare, l'enogastronomico, il fieristico congressuale, la valorizzazione dei centri storici e dei Borghi. Questi i volti di una valle che cerca una sua identità tra oasi di verde e di pace...

Corrado Palmetti, vice presidente CNA San Giovanni in Marignano, invita a non dimenticare il turismo enogastronomico "che è importante quanto il balneare". Ambienti immersi nella natura come la creazione di un campo da Golf ed un ippodromo ne sono l'esempio.

E.M.

