

Conclusosi il momento elettorale che ha visto l'insediamento di 4 nuove Amministrazioni comunali, Confesercenti ha inviato le congratulazioni e l'augurio di buon lavoro ai Sindaci Briccolani (Solarolo), Della Godenza (Castel Bolognese), Sagrini (Casola Valsenio) e Pederzoli (Brisighella) auspicando di poter cominciare a lavorare e confrontarsi, come sempre con spirito costruttivo, collaborativo ma in piena autonomia, sulle politiche di valorizzazione del territorio con particolare riferimento al tessuto economico del commercio e del turismo e a partire dai contenuti dei documenti inviati dall'Associazione ai candidati Sindaco in fase pre-elettorale.

Seppur è innegabile che i dati turistici di arrivi e presenze confermino un trend sempre in aumento dei flussi, elemento certamente positivo, occorre lavorare per sostenere questa crescita e soprattutto amplificare la ricaduta economica sul tessuto imprenditoriale.

Spesso e volentieri la rete tradizionale del commercio non beneficia positivamente dei flussi turistici e lamenta una mancata declinazione in termini di fatturato nelle piccole imprese: il turista e/o l'escursionista vivono la loro esperienza del territorio senza però generare ricadute economiche nel bacino commerciale (ristorazione a parte).

Occorre quindi fare un duplice sforzo per migliorare l'accoglienza (e anche il commercio deve fare la sua parte) e ottimizzare la permanenza dei turisti nei paesi, non solo nei siti di interesse, favorendo le occasioni di fruizione dei centri e dei negozi.

Le politiche di valorizzazione vanno concertate con il mondo imprenditoriale a partire dal decoro dei centri, dalle politiche di accessibilità e mobilità, dagli interventi sui negozi sfitti fino alle iniziative di promozione e animazione, con attenzione agli equilibri del mercato (concorrenza sleale, abusivismo ecc.).

Uno dei temi di cui Confesercenti vuole discutere è l'applicazione della Tariffa dei rifiuti per ambiti omogenei di tipologie di attività: è ingiusto che un ristorante ad esempio paghi una tariffa tripla rispetto ad altre tipologie di attività totalmente similari (produzione e somministrazione pasti) come accade ad esempio nel caso

degli agriturismi, spesso borderline.

L’associazione si aspetta che le Amministrazioni comunali si facciano promotrici di un vero dialogo tra il mondo del commercio e del turismo, attraverso le sue rappresentanze, e tutti i soggetti pubblici e privati che intervengono a vario titolo nelle politiche di valorizzazione dei paesi (Pro Loco, Associazionismo vario e volontariato, Imola Faenza Tourism Company, Uffici di Informazione Turistica, poli museali e attrattori, ecc.) per creare le giuste sinergie atte a ottimizzare la ricaduta economica di eventi, iniziative e manifestazioni.

Un maggio pesantissimo ha inciso drasticamente sul comparto del commercio al dettaglio di particolari merceologie (abbigliamento e calzature) e Confesercenti sta lavorando su proposte mirate circa l’utilizzo di misure di sostegno straordinarie.