
Ravenna, come la vogliamo

Le priorità di Confesercenti per i candidati a Sindaco

Consideriamo il voto del 25-26 maggio rilevante per le imprese del territorio in un momento cruciale per la ripresa economica e sociale. Come abbiamo fatto in questi anni, con spirito costruttivo e critico e sempre in piena autonomia, Confesercenti presenta ai candidati a Sindaco proposte e istanze urgenti per le scelte del governo della città. Gli imprenditori del commercio, turismo e dei servizi si aspettano risposte concrete per affrontare un futuro condizionato da continue emergenze. Le piccole e medie imprese sono il motore dell'economia nazionale e locale, una parte significativa del capitale sociale del territorio, per l'occupazione e il benessere oltre che per il ruolo di presidio e servizio svolto per la comunità. L'emergenza sanitaria da Covid-19 ha inciso pesantemente e trasversalmente sulle imprese e sugli equilibri economici e sociali del territorio. In seguito, nuove emergenze hanno contraddistinto questa fase storica e in particolare questo territorio. La guerra in Ucraina ha riproposto un dramma prima di tutto umano e sociale con ricadute pesanti sull'economia, a partire dai costi energetici, ed ha inciso in modo rilevante sulla fiducia e propensione alla spesa dei consumatori. Il costo di gas, energia elettrica e del carburante è andato letteralmente fuori controllo per diversi anni e si è rivelato propulsore per un tasso di inflazione pesantissimo. Un tema che purtroppo sta tornando di attualità anche nel 2025. Recentemente, non possiamo dimenticarlo, il nostro territorio è stato colpito pesantemente e ripetutamente da tremende alluvioni. A questo proposito, mentre componiamo il presente documento, in pochissimi -sia cittadini che imprese- hanno potuto vedere riconosciuti gli indennizzi promessi. Ancora, dal 7 ottobre 2023 stiamo assistendo ad una nuova guerra in Medio Oriente che oltre a originare vittime civili, destabilizza nuovamente un'area e riaccende pericoli in tutto il mondo nonché possibili nuovi rincari dei costi energetici.

Se da una parte si tratta di dinamiche internazionali, su cui auspichiamo un adeguato intervento da parte del Governo, allo stesso tempo chiediamo agli Amministratori Locali di farsi carico dei problemi. Innanzitutto intervenendo presso i soggetti erogatori di servizi in società partecipate dagli Enti Locali. Siamo contrariati, infatti, dal vedere bilanci di queste aziende con utili rilevanti mentre le imprese sono schiacciate da tali costi. In particolare, il passaggio da Tari a TCP, è uno snodo importante che stiamo monitorando attentamente. Per anni abbiamo condiviso il principio della raccolta differenziata quale strumento di civiltà e modello che avrebbe portato a ridurre i costi grazie al riciclo dei rifiuti. La raccolta differenziata ha raggiunto buoni livelli e le attese erano per una sensibile riduzione della tariffa. Sembrano, invece, prendere forma nuovi e ingiustificati aumenti, dovuti anche all'introduzione del metodo di calcolo che prevede il conteggio dei conferimenti della frazione di indifferenziato.

Poniamo di seguito alcuni temi che chiediamo vengano tenuti in considerazione.

Il valore della rappresentanza

In un territorio dove la presenza di associazioni, sindacati, gruppi è fortemente radicata in tutti gli ambiti, da quello economico a quello sociale, è importante ribadire il ruolo della rappresentanza, quale elemento di coordinamento, mediazione e sintesi degli interessi che si traduce in contributi e proposte di miglioramento delle politiche e capacità di collegamento fra decisori e soggetti rappresentati. Per questo, a giudizio di Confesercenti, è utile rafforzare

quel sistema di confronto e di concertazione fra pubblico e privato che ha caratterizzato il nostro territorio. Segnaliamo che in diverse occasioni, a fronte di scelte che toccano dal vivo le categorie che rappresentiamo, siamo portati a conoscenza di decisioni già assunte, senza margini per correggere e modificare alcunché. Riconosciamo l'onere della scelta in capo a chi governa ma auspichiamo sempre un confronto preventivo.

Piccole e microimprese. Il valore della prossimità

Il secondo aspetto che Confesercenti Ravenna ritiene imprescindibile, in una realtà come quella del nostro territorio, è il valore essenziale che ricopre la micro e piccola impresa, vera anima del sistema economico locale, che non delocalizza e crea occupazione e valore aggiunto sul territorio. Questo valore va riconosciuto attraverso politiche pubbliche di incentivi per la riqualificazione e l'innovazione, l'alleggerimento degli oneri burocratici e dei tributi fiscali locali, garantendo l'accesso al credito, favorendo anche il ricambio generazionale e il rafforzamento delle realtà imprenditoriali. La piccola e microimpresa hanno bisogno di competere in un mercato dove le regole siano uguali per tutti e l'illegalità venga combattuta e non agevolata con normative semplificate e meno onerose che finiscono con introdurre forme di concorrenza sleale e sbilanci competitivi.

Il commercio e il suo futuro

Il commercio al dettaglio attraversa da tempo una crisi strutturale: perdita di potere d'acquisto, cambio degli stili di consumo, concorrenza del comparto online e della Grande Distribuzione Organizzata, fattori che agiscono contemporaneamente e duramente contribuendo al declino del commercio di vicinato, che tanto ha dato nello sviluppo della nostra città ed ancora ha molto da dare come presidio di qualità, socialità e sicurezza urbana. Da tempo il settore necessiterebbe di interventi radicali sia a livello legislativo che fiscale per arginare e contrastare la crisi, ora le decisioni divengono indispensabili ed urgenti, a livello nazionale come locale.

I piccoli borghi, le periferie delle città, sono già desolatamente prive di attività commerciali al dettaglio e le nostre località hanno sempre più vetrine spente. Avanti di questo passo, in pochi anni cambierà la fisionomia delle nostre città: non saranno più piacevoli da passeggiare, animate e illuminate come le abbiamo conosciute per centinaia di anni. Un mestiere non più appetibile per le giovani generazioni perché non più gratificante sul piano economico. Vanno stravolte le regole: per esempio abbattendo l'Iva o dimezzando l'Irpef per chi sceglie questa professione. Il carico fiscale privilegiato per i colossi delle vendite on line è un'ingiustizia insopportabile, davanti agli occhi di tutti. Come può competere in queste condizioni il piccolo esercente vessato da tasse e imposizione fiscale sproporzionata ai ricavi? Chiediamo ai candidati Sindaco, di farsi carico di un problema imponente e porlo con forza sui tavoli della politica nazionale ed europea.

Occorre inoltre arrestare la proliferazione di nuovi centri commerciali ed all'ampliamento di quelli esistenti, urgenza che sottolineiamo da anni a dire il vero con poco successo: la presenza di grandi superfici commerciali nel centro urbano è diventata ormai ipertrofica, senza correlazioni concrete in termini di contenimento dei prezzi al consumo ma con gravi ripercussioni sulla sostenibilità degli esercizi di vicinato, anche per quelli alimentari, che sono un vero e proprio presidio sociale per quelle fasce di popolazione a ridotta mobilità, nonché un caposaldo importante contro la squalificazione e la desertificazione dei quartieri.

Se spesso infatti si sottolineano i presunti vantaggi in termini di offerta e di creazione di posti di lavoro di queste grandi superfici, più oscuro ed insondato rimane il contributo che questi danno alle serrate dei negozi, al degrado che si genera dall'abbandono commerciale di intere zone, centrali come periferiche, degrado difficilmente sanabile perché disperso in decine di proprietà e locali diverse.

Problemi che si riflettono anche sul consumo di suolo vergine e sulla creazione di imponenti "cinture commerciali" addossate alle circonvallazioni ed alle tangenziali, con ampie aree di parcheggio, a detrimento delle isole commerciali di prossimità più interne e localizzate: questa forma di "decentramento" commerciale, che interessa le aree di cintura urbana ma non le frazioni, colpisce il Centro Storico, che soffre un problema di dotazione in termini di sosta, gli altri assi commerciali urbani ma anche gli esercizi di vicinato del forese, che perdono la propria clientela locale intercettata nel pendolarismo casa-lavoro-servizi.

Sullo stesso fronte i mercati ambulanti scontano una crisi strutturale: la complessità dei contesti e la frammentazione degli operatori rendono sempre più difficile una gestione pubblica che sia puntuale ed organica, per questo è necessario orientarsi su politiche di gestione delle aree da parte di enti rappresentativi delle imprese, come i consorzi fra operatori; nel frattempo è fondamentale assicurare politiche certe sia sul fronte dei controlli sia sul fronte delle legalità, affinché l'operatore regolare non sia penalizzato dalla concorrenza dell'illegalità.

Riguardo alle attività commerciali su area pubblica occorre dedicare una riflessione alle edicole, che vivono un cambio di paradigma esistenziale e che andrebbero tutelate, anche in questo caso come elementi di presidio informativo e di servizio, ampliandone le possibilità merceologiche, direzione in cui peraltro sono andate ormai diverse altre Regioni e su cui chiediamo parimenti ai candidati un'attività di sensibilizzazione verso l'ente regionale affinché ponga in atto soluzioni strutturali per riconvertire il settore.

Il Centro Storico, una comunità commerciale nevralgica

La nuova Legge regionale sugli Hub Urbani, che apprezziamo e valutiamo positivamente e su cui riponiamo vaste aspettative, apre a presupposti, anche concettuali, importanti, dove le attività commerciali sono considerate elementi imprescindibili per accrescere l'attrattività di questi distretti, rigenerare il tessuto urbano e garantire una integrazione di tutte le risorse presenti nel territorio: è un progetto su cui l'Associazione così come gli esercenti ripongono grandi aspettative, ma che richiederà solide basi economiche sia sul piano regionale che su quello locale, perché le risorse siano sufficienti a dare impulso alla comunità commerciale locale sia dal punto di vista della promo-commercializzazione che degli interventi sul decoro e l'arredo urbano.

Il Centro Storico, insieme alla Darsena cittadina, merita un'attenzione a parte, con una programmazione più coordinata fra i diversi ambiti che vi s'incrociano, come attività economiche, turismo, cultura, al fine di intercettare al meglio i flussi turistici ed economici, nonché strategie importanti sulla mobilità, perché anche la prossimità e la rapidità di spostamento sono fattori importanti nella scelta del consumatore. Valutiamo positivamente la nascita e le azioni del Comitato "Spasso in Ravenna", nato dalla sinergia fra Associazioni di Categoria e Amministrazione Comunale tuttavia le risorse messe a disposizione del Comitato sono insoddisfacenti e non adeguate alle necessità di una città come la nostra.

In Centro Storico è centrale anche il tema del decoro, e l'equilibrio fra attività commerciali e di somministrazione, affinché non sia esasperata la tendenza a trasformarsi in un luogo puramente ricreativo ma che rimane di riferimento per il cittadino. Su questi filoni è

opportuno utilizzare strumenti adeguati, che impongano la bonifica ed il tamponamento delle vetrine sfitte degradate, che così pesantemente impattano sull'immagine delle vie. Indispensabile, inoltre, affrontare il tema del "caro affitti", a partire da quelli praticati negli immobili di proprietà degli enti pubblici.

Evidenziamo, come sfide per il nascente hub urbano, tre filoni importanti su cui sarà necessario intervenire per assicurare attrattività e potenzialità al distretto:

- parcheggi: il Centro Storico vive una strutturale carenza di parcheggi, che emerge ogni qualvolta lo stesso viene animato da eventi che ne aumentano la frequentazione. È quantomai necessario portare a compimento i già annunciati progetti di raddoppio di alcuni parcheggi centrali, come quelli di via B. Alighieri, via De Gasperi, via R. Serra (quest'ultimo funzionale anche ad incrementare l'accessibilità al Centro da sud e, parallelamente, della dotazione funzionale al Borgo San Rocco) ed accelerare sulla creazione di una grande parcheggio ad ampia capienza a servizio del Centro Storico e Darsena. Nella contingenza occorre potenziare l'utilizzo dei parcheggi collocati a ridosso del Centro, attraverso l'utilizzo di servizi di navetta a beneficio sia dei residenti che dei turisti.

- arredo urbano: il Centro Storico cittadino non vive fortunatamente situazioni di grave degrado, ma già in alcune sue aree "periferiche", che viste le ridotte dimensioni del perimetro sono comunque molto vicine al centro fisico della città, si osservano situazioni squalificanti, acuite dalla desertificazione commerciale che colpisce certe vie piuttosto che altre. Orientarsi verso un progetto di arredo urbano unificante di tutto il Centro Storico, e declinarlo nelle varie accezioni di via e di piazza, potrebbe rappresentare un cambio di passo e di percezione per il pur premiale contesto centrale, e contrastare concretamente le zone a rischio degrado.

- comunità commerciale: investire nelle relazioni fra gli esercenti nelle vie, nei borghi, nelle piazze, significa creare concretamente una rete di solidarietà, una comunità attiva per la promozione della propria strada, del proprio asse commerciale. Abbiamo infatti bisogno di una promozione che possa fondarsi anche sui micro-progetti di via, sulle idee e sulla creatività degli imprenditori, sul loro protagonismo e sul loro amore per i luoghi in cui vivono e lavorano. Un grande progetto di valorizzazione del Centro Storico non può prescindere dalla creazione di una comunità attiva, consapevole e partecipata.

Il commercio nelle frazioni: una risorsa da valorizzare

Con un territorio comunale così esteso non possiamo non evidenziare l'importanza degli esercizi di vicinato delle frazioni, veri e propri presidi sul territorio: il sostegno a queste realtà deve essere concreto, anche attraverso l'allocazione di risorse specifiche per la creazione di progetti locali, comunità commerciali, riconversione delle vetrine sfitte.

Fare turismo con una nuova strategia

Confesercenti ha prodotto in questi ultimi anni diverse iniziative, ricerche di merito sul turismo e presentato diversi documenti con proposte articolate per rilanciare una strategia di sviluppo turistico per il territorio, per le città e per i prodotti turistici. Il turismo deve diventare sempre più fattore di competitività, di crescita e di circuito virtuoso per l'intero territorio. L'utilizzo delle risorse provenienti dall'imposta di soggiorno deve vedere maggiori investimenti nella comunicazione strategica, sia su ambito nazionale che all'estero, per contribuire in maniera decisiva a generare arrivi e presenze più numerose e distribuite nei vari mesi dell'anno. Precisiamo, tuttavia, che le presenze non possono essere riconosciute come l'unico indicatore per giudicare l'andamento del settore.

Serve un piano strategico per il settore ricettivo, con particolare riguardo verso quello alberghiero, che affronti le difficoltà esistenti e le opportunità, insieme ad una nuova stagione per il rispetto delle regole e della concorrenza leale tra tutte le realtà dell'ospitalità. Se da un lato serve un effettivo controllo nel rispetto delle norme esistenti (spesso non onorate dalle forme di ricettività privata) dall'altro occorre un aggiornamento delle leggi in materia che preveda la stessa regolamentazione per tutte le forme di ricettività. Il turismo deve diventare sempre più fattore di competitività, di crescita e di circuito virtuoso per l'intero territorio.

L'impegno urgente e la sfida che indichiamo e da vincere è la costruzione di un piano strategico, coordinato da una regia unitaria (DMO), che valorizzi sempre più la destinazione Ravenna, mettendo a sistema tutti gli attori che hanno a che fare con il turismo, in una logica di marketing per vendere la città, rendendola più ambita, desiderata, vissuta.

L'integrazione della proposta turistica del nostro territorio nella sua accezione di città d'arte, di mare, di patrimonio ambientale deve diventare la strada maestra dei prossimi anni con risposte concrete che ne valorizzano l'identità.

L'utilizzo delle risorse provenienti dall'imposta di soggiorno deve vedere maggiori investimenti nella comunicazione strategica, sia su ambito nazionale che all'estero, per contribuire in maniera decisiva a generare arrivi e presenze più numerose e distribuite nei vari mesi dell'anno.

Partendo dai passi in avanti registrati dobbiamo sempre più pensare la città e le sue funzioni in chiave turistica puntando appunto sulla valorizzazione coordinata e sistemica delle nostre specificità che vanno fatte conoscere maggiormente. Così come bisogna investire in percorsi formativi per aumentare la cultura nell'accoglienza come la stessa segnaletica turistica.

È necessario creare sempre maggiore interesse attorno alle numerose proposte ed eventi in calendario nella nostra città, alla valorizzazione delle tipicità locali, dell'enogastronomia ed alle ricchezze del nostro territorio. Serve almeno una mostra di rilievo e forte richiamo su base annuale nelle stagioni meno trafficate turisticamente e da consolidare nel tempo.

Questo deve essere fatto con continuità in un'ottica di miglioramento della visibilità esterna della nostra destinazione.

Abbiamo le potenzialità per rispondere a diversi target di turismo, a piccole e grandi nicchie dalla cultura al mare, dalle famiglie ai giovani, da quello ambientale e d'affari, da quello sportivo a partire dalle biciclette a quello naturalista, da quello enogastronomico a quello crocieristico a quello del benessere.

Nel medio e lungo periodo occorre affrontare e dare risposte al nodo dei collegamenti stradali, ferroviari e con gli aeroporti ed il tema degli interventi infrastrutturali compreso il completamento e la copertura totale della banda larga in tutto il territorio.

In un contesto complesso per le motivazioni esposte in premessa, per quel che riguarda la situazione delle imprese balneari, Confesercenti sta seguendo l'evoluzione della normativa nazionale cercando di arrivare al pieno riconoscimento della professionalità e degli investimenti realizzati dagli attuali gestori nei bandi che verranno pubblicati entro il 2027.

Fare turismo con una nuova strategia significa anche cercare nuovi target, investire in comunicazione ed eventi 12 mesi all'anno, costruire prodotti specifici per i periodi a scarsa affluenza, intercettare un interesse e trasformarlo in opportunità di vendita.

Diamo merito agli Enti Locali e alla Regione di prodigarsi per portare nel territorio eventi di richiamo internazionale. Si tratta di investimenti indispensabili e strategici per crescere sul piano turistico. Non dimentichiamo tuttavia le gravi difficoltà esistenti a partire da quelle per raggiungere le nostre località.

Traffico, accessibilità e parcheggi

Partiamo da una premessa: il traffico, inteso come flusso di persone e merci, è la condizione necessaria per visibilità e accessibilità alle aziende. Per questo chiediamo che qualsiasi atto o regolamento delle amministrazioni sia adottato dopo una attenta analisi costo/beneficio di tale intervento per la comunità intera.

Allo stesso modo quando si valutano i provvedimenti che restringono l'accessibilità dei centri urbani a tutela della qualità ambientale va considerato l'ecosistema urbano nella sua totalità, quindi anche i traffici che si generano nelle grandi superfici commerciali di cintura, che non dovrebbero potersi invece avvantaggiare delle restrizioni che colpiscono invece il piccolo commercio: chiediamo quindi un tavolo di confronto permanente sulle politiche di mobilità e viabilità dei territori comunali. In assenza di tali strategie di concertazione e confronto riteniamo sbagliati, inapplicabili e penalizzanti gli ampliamenti tout court delle ZTL. Sarà necessario tenere conto delle effettive necessità e non penalizzare i centri rispetto ad altre aree. Il pm10 va ridotto complessivamente e con misure strutturali, e non solo in qualche area circoscritta.

In linea con questo chiediamo:

Maggior programmazione degli interventi

Cambiare un senso di marcia per alcune attività nella strada interessata può significare il fallimento. Pedonalizzare una piazza senza aver previsto una corretta tempistica per recuperare parcheggi alternativi e adattamento dei flussi di traffico può mettere in seria difficoltà la percezione di accessibilità della città.

Questa sensibilità deve essere sempre tenuta alta che si tratti di un grande intervento di riqualificazione come di un cambio di viabilità. Come metodo e merito vanno pianificati per tempo i lavori coinvolgendo le attività interessate attraverso le loro rappresentanze e prevedendo anche compensazioni nei relativi periodi.

Da questo punto di vista, mentre si sta concretizzando l'intervento del cosiddetto "Parco Marittimo", va posta la massima attenzione sugli interventi compensativi in tema di recupero di posti auto nonché di messa in sicurezza dei parcheggi che devono essere adeguatamente illuminati e decorosi oltre che collegati puntualmente con i mezzi pubblici. Le modifiche alla viabilità fin qui introdotte non hanno tenuto conto delle segnalazioni che abbiamo ripetutamente sottoposto all'amministrazione comunale.

Come metodo e merito vanno pianificati per tempo i lavori coinvolgendo le attività interessate attraverso le loro rappresentanze e prevedendo anche compensazioni nei relativi periodi.

Sperimentazione di soluzioni più flessibili

Più volte abbiamo parlato di ZTL con orari ridotti, pensiamo debba essere fatta una sperimentazione anche sulla gratuità dei parcheggi dei centri nella pausa pranzo. Allo stesso modo occorre valutare seriamente se la limitazione alla percorrenza di certe strade non costringa a lunghe deviazioni in sostanza maggiormente impattanti sia dal punto di vista ambientale che del traffico generato.

Investimenti in infrastrutture, miglioramento della mobilità e manutenzione del territorio

Recuperare spazi per la concentrazione della sosta investendo sempre più in tecnologie che possano restituire dati in tempo reale del tasso di occupazione dei parcheggi. Valorizzare i percorsi pedonali, in particolare quelli di collegamento tra parcheggi e centri storici, rivalorizzando ugualmente le aree laterali dei Centri Storici stessi, spesso poco considerate e curate. Razionalizzare e ottimizzare le piste ciclabili creando direttrici di scorrimento in sicurezza e semplicità. Migliorare la segnaletica turistica e le indicazioni stradali con un unico

progetto integrato e non con piccoli interventi discontinui. Essere Smart City prevede un coinvolgimento attivo e continuo dei cittadini ed un intelligente impiego della tecnologia con l'obiettivo rivolto al continuo miglioramento della qualità della vita nelle città (dal centro al forese). A tal fine ci preme sottolineare che è necessario in primo luogo garantire la corretta manutenzione del territorio, dalle strade al verde. Lo spazio pubblico è spazio di interazione, è occasione di coinvolgimento del cittadino, perché non esiste Smart City senza Smart citizens.

La sicurezza e l'inclusione sociale

È una delle questioni più serie. Presidio e controllo nel territorio attraverso la massima collaborazione tra le forze dell'ordine per garantire vigilanza di prossimità e affinché siano rispettate da tutti la legalità e le regole del vivere civile. Importante realizzare progetti diffusi di videosorveglianza; percorsi di riqualificazione urbana anche per recuperare e tenere spazi apprezzabili aperti alla frequentazione di tutti; coinvolgimento forte di tutta la collettività; incentivare il collegamento con le Forze dell'Ordine.

È un presidio anche mantenere le luci e la presenza di negozi nel territorio.

Concorrenza sleale, lotta all'abusivismo e all'illegalità

Da sempre Confesercenti si è caratterizzata su questi temi che attengono anche al vivere civile e al rispetto delle regole democratiche, per tenere alta la guardia e l'impegno di tutti anche contro le penetrazioni malavitose e della criminalità. Abbiamo fatto proposte e denunce precise, offerto (e avuto) collaborazione con le forze dell'ordine, sottoscritto azioni concrete, prima fra tutti l'eradicazione pressoché totale dell'abusivismo commerciale sulle nostre spiagge. Sono temi su cui è bene accrescere la collaborazione tra associazioni e tutte le istituzioni interessate. Anche sul versante delle manifestazioni su suolo pubblico (dai Mercatini di ogni genere d'estate e non solo, come le tante iniziative in tema riuso, hobbisti, ecc.) è necessaria una organizzazione e regolamentazione diversa, più consona alle località e al territorio e alla loro qualità garantendo l'equilibrio della rete commerciale, senza ammiccamenti a realtà para-abusive che trasformano la forma associativa in uno strumento di remunerazione commerciale. Fondamentale la piena applicazione delle disposizioni regionali in materia di commercio in forma hobbistica, contingentando e controllando compiutamente ogni situazione.

Da tempo segnaliamo come il settore turistico subisca la concorrenza da parte di numerosi fenomeni con scarsa e nebulosa regolamentazione. Circoli e agriturismi, b&b, affittacamere, home restaurant. Precisiamo subito due aspetti: il primo è che hotel e pubblici esercizi sostengono elevati costi di gestione perché pagano le tasse imposte dalla Legge e i costi del lavoro per il personale previsti dai Contratti Collettivi Nazionali. Le altre forme di impresa menzionate seguono normative differenti (quando ci sono), assai meno onerose e soggette a meno controlli. Secondo aspetto: quando un "circolo" è veramente tale perché svolge una funzione sociale nel territorio non abbiamo niente in contrario affinché questo svolga la sua attività. Stessa cosa per un agriturismo che effettivamente somministra ciò che produce. Quello che riteniamo non sopportabile è quando dietro il "circolo" si nasconde un bar e dietro l'agriturismo si nasconde un ristorante che non vogliono stare alle regole. Ancora più insidiosa la situazione degli home restaurant, che agiscono in assenza di regole nazionali e con linee guida regionali concentrate esclusivamente sul livello igienico sanitario. Troppe le somiglianze con un pubblico esercizio, enorme la differenza di regole a cui fare riferimento. I margini economici delle imprese sono estremamente ridotti pertanto qualsiasi elemento di concorrenza, che in certi casi a noi appare sleale, non è più tollerabile. Le regole vanno fatte

rispettare altrimenti si falsifica il mercato e la competizione fra imprese non è alla pari. Non si deve dimenticare, inoltre, l'enorme mancato gettito fiscale e di altri oneri: un danno ingente per lo Stato e per i Comuni, che incassando meno tasse hanno meno risorse e servizi da mettere a disposizione dei cittadini. Il nostro, pertanto, vuole essere un invito affinché il fenomeno della concorrenza sleale possa essere adeguatamente contrastato. Tale pratica, da chiunque posta in essere, rappresenta una vera e propria piaga da combattere, in grado di danneggiare il tessuto produttivo sano che, quotidianamente, si sforza di ottemperare ai numerosi adempimenti (troppi!) che la Legge prevede.

Affitti commerciali

Dentro a nuove opportunità nazionali che chiediamo (misure per il recupero di immobili sfitti), ma anche locali (es. su IMU e tariffe locali ridotte del 50% per 3 anni) per sostenere le gestioni di attività commerciali e dei P.E. in affitto come per favorire i subentri in proprietà, è soprattutto necessario il dialogo continuo per alleggerire il carico burocratico delle imprese. Aziende spesso scoraggiate negli investimenti dopo aver valutato uno sbilanciamento ed un carico di oneri e carte che non aiuta lo slancio di chi vorrebbe aprire un'attività nei nostri territori.

Credito

Abbiamo sempre sottolineato l'importanza del sostegno dato dai Comuni (anche a fronte di minori trasferimenti statali) ai Consorzi fidi. Sostegno che continuiamo a chiedere per il ruolo insostituibile dei Confidi attraverso le garanzie concesse al finanziamento per le imprese. Così come sarà bene pensare, anche coinvolgendo il sistema del credito, a forme di incentivazione per l'avvio di imprese giovanili, in particolare per la loro prima fase.

Competenze al servizio del bene pubblico

Anche alla luce delle necessità evidenziate, alle strategie e alle azioni amministrative proposte si accompagna una scelta avvertita e per molti aspetti conseguente per quanto possa sembrare scontata: avere un esecutivo, una squadra di amministratori all'altezza con competenze adeguate e di profilo, corroborate da esperienze sul campo, dialogante e in grado di assumersi responsabilmente le decisioni.

Ravenna, aprile 2025