

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

STAGIONE D'AMARE



I vertici di Confcommercio cesenate e delle categorie turistiche della riviera

IL COMMENTO
Anche i cittadini debbono remare a favore del turismo

di **AUGUSTO PATRIGNANI**



C'è un bellissimo intervento all'interno del nostro giornale del presidente di Confcommercio Cesenatico Andrini nel quale Giancarlo invita a considerare, sostanzialmente, che il turismo siamo noi. Che cosa significa? Vuol dire che in località turistiche come Cesenatico, Villamarina, Gatteo Mare, San Mauro Mare e potremmo estenderci ma limitiamoci alla riviera cesenate, la storia di questa località è inestricabilmente legata ai loro trascorsi e al loro presente turistico. Ma il punto, osserva giustamente il nostro caro Andrini, è che il turismo non sono solo gli operatori del settore e l'indotto che a loro si riferiscono, ma tutta la comunità. Se il turismo funziona, c'è più lavoro e benessere per tutti, e non solo nel settore del turismo, ma in tutti gli altri. Le sorti del turismo determinano pertanto la qualità della vita del territorio e possono dif-

fondere benessere e ricchezza, per osmosi, a tutti, anche a chi opera in tutt'altro ambito.

Questa consapevolezza va alimentata, perché non è detto che sia scontata nell'opinione pubblica.

Quando puntualmente ogni anno si levano proteste di residenti contro i locali rei, a loro dire, di fare troppo rumore, occorre mettere in chiaro, come sa benissimo Andrini, che la quiete notturna è sacra e garantita, ma i locali rispettano regolamenti e fanno quello che devono, poi è naturale che non possono rispondere se qualche cliente si trattiene dopo la chiusura e magari vocifera a voce non bassa, il che non va bene. Ma le polemiche pretestuose contro i locali e la movida contrapposti alle famiglie in una località turistica che anche di essi si sostiene, paiono non considerare che Cesenatico, scendo nei dettagli, che cosa sarebbe oggi

se non si fosse sviluppata come centro turistico di livello internazionale? Sarebbe ancora un borgo di pescatori, carissimi nella nostra memoria e nel nostro presente. Ma oggi Cesenatico è molto di più. Cesenatico e la riviera cesenate sono sbocciati negli anni del boom grazie a nostri imprenditori avveduti che hanno avviato alberghi, stabilimenti balneari ed esercizi di ristorazione. Oggi i loro eredi debbono continuare l'opera, con a fianco i cittadini e tutti noi, anche dell'immediato entroterra, orgogliosi di essere distretto turistico, da cui alimentiamo identità, forza, e ricchezza.

È giusto rimarcarlo chiaramente, mentre i nostri imprenditori sono all'opera con professionalità, dedizione, passione ora che la stagione è entrata nel vivo. Il turismo sono loro, ma siamo anche noi. Il turismo siamo tutti.

HOTEL E CAMPING DELLA RIVIERA

Stagione nel vivo, il primo bilancio è positivo

Stagione turistica nel vivo, tempo di primi bilanci. Titolare dell'hotel Miramare e di altri alberghi, la famiglia Vernocchi è soddisfatta: "Bene maggio e giugno con presenze in crescita e per luglio e agosto le prenotazioni sono sui medesimi livelli. Il dato strutturale è che aumentano in modo sempre più considerevole le prenotazioni last minute".

Marco Morigi, titolare del Park hotel Morigi a Gatteo Mare: "Giugno in crescita, luglio e agosto purtroppo ancora indietro. In maggio i ponti non hanno portato a risultati di rilievo". A Savignano Mare il Rubicone Camping Village è in linea con le prenotazioni del 2024. L'obiettivo è quello di recuperare e intercettare i turisti che disertano la Croazia perché i

prezzi nelle strutture all'aria aperta sono sensibilmente. Cosmo Rocchi della Catena Costa vacanza, con una decina di strutture ricettive, perlopiù a Cesenatico. "Andamento allineato rispetto alla scorsa stagione, senza cali - spiega - in particolare con l'Aurelio e l'Hotel delle Nazioni nel centro di Cesenatico. Per luglio e agosto registriamo un boom di richieste". Terzo Martinetti, titolare del Cesenatico Camping Village e del Pineta sul Mare: "A maggio siamo stati penalizzati dal tempo, da giugno si è innescata la spirale positiva, per luglio e agosto in arrivo anche turisti stranieri dalle nazioni di lingua tedesca, Polonia e Repubblica Ceca".



WEEK-END POPOLATI, GIORNI FERIALE CON DEFEZIONI

Riviera romagnola e crisi della classe media



"La riviera è il regno della classe media, che sostanzialmente non esiste più» Ad affermarlo, fornendo il destro a un'analisi non di

superficie dell'andamento turistico, è Simone Battistoni (nella foto), presidente regionale di Sib Confcommercio, esponente di spicco degli operatori di stabilimenti balneari di Cesenatico, il quale si è intrattenuto in una bella

intervista al Corriere della Sera sulla situazione della riviera romagnola. Lo scenario tratteggiato da Battistoni è sotto gli occhi di tutti: le spiagge affollate sono innegabilmente affollate nel weekend ma risultano purtroppo poco frequentate, se non addirittura quasi vuote durante i giorni feriali, anche nel pieno della stagione, cioè a luglio.

Una sorta di duplice volto dell'estate da Marina di Ravenna fino a Riccione, con in mezzo Cesenatico, Gatteo Mare e San Mauro Mare: il traffico e l'afflusso specie di giovani dei sabati e delle domeniche evaporano a partire dal lunedì lasciando buchi negli stabilimenti e negli alberghi semivuoti.

La questione riguarda la crisi del potere d'acquisto delle famiglie, che ormai da molti anni si sono indirizzate a scegliere vacanze più brevi, che si concentrano in particolare nei fine settimana. Se i prezzi di ombrelloni e lettini restano competitivi (25-30 euro al giorno), sono i costi della ristorazione e dell'alloggio a pesare di più, con un aumento oggettivo con la vacanza rischia di diventare fuori portata. Si diminuisce dunque a durata della permanenza e ci si sposta soprattutto nei weekend.

A compensare almeno in parte la flessione del turismo italiano ci pensano i visitatori stranieri, che per Rimini a Maggio e Giugno hanno rappresenta-

to un terzo del totale. Ma per attrarre, fidelizzare e soprattutto trattenere i nuovi visitatori, la Riviera deve potenziare le proprie infrastrutture: e anche l'accoglienza a terra deve fare i conti con un modello turistico da rivedere. Il vuoto dei giorni feriali, senza interventi e concreti sulla crisi di reddito e un riadeguamento, rischia di produrre un'estate in chiaroscuro. "Le premesse economiche - conclude Battistoni - aiutano a comprendere uno scenario che si mostra contraddittorio. La Riviera è il regno della classe media, che sostanzialmente non esiste più, tra crisi dei consumi e stipendi fermi".

FONDI NON ESCLUSI DA UNA SENTENZA DELLA CORTE COSTITUZIONALE

Concessioni marittime, indennizzi agli operatori uscenti



La recente sentenza della Consulta ribadisce la competenza esclusiva dello Stato sulle modalità di affidamento delle

concessioni demaniali marittime e non esclude la possibilità di indennizzi né altre possibili tutele per i concessionari uscenti. Con la sentenza depo-

sitata sul ricorso del Governo contro la legge regionale della Toscana sulle modalità di affidamento delle concessioni demaniali marittime, la Corte Costituzionale ribadisce il proprio orientamento, costante e uniforme che presuppone la competenza esclusiva dello Stato nazionale a disciplinare le modalità di affidamento delle concessioni demaniali marittime e la conseguente preclusione delle Regioni a disciplinarle.

La Corte Costituzionale quin-

di anche con questa sentenza non esclude la possibilità di indennizzi e altre tutele per i concessionari uscenti limitandosi a riservarle allo Stato nazionale. Spetta pertanto al Governo disciplinare correttamente la Bolkestein utilizzando anche le facoltà riconosciute agli Stati per "motivi di interesse generale" come la tutela del lavoro, della proprietà aziendale, del legittimo affidamento. Sib Confcommercio continua a ritenere che l'attuale normativa in materia è

sbagliata, perché non applica correttamente la Bolkestein; ingiusta, perché non assicura adeguate tutele ai concessionari attualmente operanti; dannosa, perché distrugge un modello di balneazione attrezzata efficiente e di successo. Continuiamo a richiedere la sua modifica nell'attesa del decreto interministeriale per gli indennizzi e i canoni sul quale Sib Confcommercio si riserva una compiuta valutazione sul testo definitivo.

LA POLEMICA SUI RUMORI A CESENATICO

È nell'interesse di tutti che il turismo funzioni

di GIANCARLO ANDRINI



viene rispettata adempiendo alle regole in vigore, la questione offre l'opportunità per una riflessione. Cesenatico, come le altre località della riviera, vive di turismo, è una città turistica. Non una città degli operatori turistici, attenzione, quelli che hanno alberghi, stabilimenti balneari, camping e

attività dell'indotto. Una città turistica vuol dire che tutti coloro che vivono a Cesenatico beneficiano dei vantaggi di essere una località turistica all'avanguardia a livello nazionale e non solo. Se non si fosse sviluppato il turismo a Cesenatico, che cosa sarebbe stata la città? A quale livello si troverebbe ora? Come sarebbe distribuito il lavoro?

Su quale ricchezza avrebbe potuto contare Cesenatico? Il turismo è il collante di Cesenatico, accomuna il dipendente pubblico, il professionista, l'artigiano, il commerciante, il lavoratore nel privato agli operatori turistici nei vari comparti. È nell'interesse di tutti che il turismo funzioni, alimenti ricchezza, attragga presenza dall'Italia e dall'estero. Non è solo un vanto, ma una garanzia di maggior benessere per tutti.

OSPITE DELL'ACCADEMIA ACROBATICA

Nazionale maschile di sci alpino a Cesenatico

L'Accademia Acrobatica di Cesenatico, società associata a Confcommercio che gestisce nella zona di Ponente cinque strutture ex colonie trasformate in ostelli e casa per ferie e specializzata nella formazione e nella gestione di eventi legati alla ginnastica (artistica, acrobatica e ritmica), ha ospitato ancora una volta la nazionale maschile di sci alpino (gruppo della velocità) per uno stage di cinque giorni di allenamento atletico Davide Verga, preparatore delle squadre di discesa libera e Super G, spiega come viene svolta la preparazione estiva da parte degli azzurri: "Abbiamo contattato il prof Giampaolo Ciavolella di Accademia Acrobatica, per allenamenti di stabilizzazione e miglioramento del senso cinestesico, per lavoro di reattività muscolare su superfici di diversa densità, per la gestione posturale delle fasi di volo dei salti e relativo equilibrio dinamico. Siamo per la prima volta all'Accademia Acrobatica con questa squadra, ma abbiamo portato altre squadre e altri atleti della nazionale". "L'ospitalità agli sciatori della Nazionale Azzurra - rimarca il presidente di Confcommercio cesenate Giancarlo Andrini - porta un valore aggiunto alla Cesenatico e alla sua variegata offerta turistica".

CONFCOMMERCIO SOLLECITA UN INTERVENTO

Villamarina e Valverde senza sportello per il prelievo del denaro



di **ROBERTO FANTINI**

Confcommercio di Cesenatico segnala le lamentele di operatori e turisti nell'area di Valverde e Villamarina, i quartieri a più alta concentrazione turistica della città, grazie alla presenza dei tanti alberghi e appartamenti di vacanza. Eppure, nonostante le centinaia di attività economiche e le migliaia di presenze turistiche, le due località sono sprovviste di sportello Atm per il prelievo automatico di denaro.

E se Villamarina è coperta grazie alla vicinanza con Gatteo Mare (dove sono ben tre gli

istituti bancari con filiale attiva), Valverde è completamente isolata. Fino ad una decina di anni fa vi erano tre sportelli bancari a Valverde (Bper, Cassa di Risparmio di Cesena e Bcc Gatteo). L'anno passato già si paventava la mancanza assoluta del servizio, poi su sollecitazione delle associazioni di categoria, l'interessamento del sindaco di Cesenatico e la disponibilità del Bcc Romagnolo (che ha una agenzia anche se non attiva in via Raffaello), si è potuto avviare al problema, anzi la banca oltre allo sportello Atm esterno, aveva creato anche un ambiente protetto dove poter effettuare le proprie operazioni in sicurezza. Ma quest'anno a sorpresa, senza nessuna avvisaglia, lo sportello Atm resta chiuso e così da Valverde per prelevare denaro contante bisogna recarsi a Cesenatico o Gatteo Mare.

Al di là delle difficoltà, soprattutto per i tanti turisti anziani

che frequentano la località, le imprese turistiche e commerciali segnalano come sia difficile dare risposta alla domanda della clientela, e si domandano come è possibile che una località di vacanza non disponga di uno sportello automatico. L'appello che lanciamo è rivolto soprattutto agli istituti di credito locali, alle Bcc da sempre più attente alle esigenze del territorio. Non sappiamo ad esempio se è possibile ad esempio aprire uno sportello automatico gestito da Icrrea banca, capogruppo del Gruppo Bcc. All'estero o anche in alcuni centri commerciali nazionali vediamo sportelli automatici che non necessitano di essere inseriti in negozi o comunque locali ingombranti e costosi. Confcommercio ritiene pertanto che si debba e si possa fare qualcosa, dal momento anche questi servizi sono indice della qualità dell'offerta turistica.

LA TERRAZZA DEL PALAZZO DEL TURISMO

Si torna a ballare di martedì alla Caravella di Cesenatico

di **GIANCARLO ANDRINI**

Una gran bella notizia per Cesenatico. Si torna a ballare a "La Caravella" sulla terrazza del Palazzo del Turismo e tornano i mitici tempi delle balere, sempre vivi nei ricordi e negli affetti di turisti e residenti di una certa età. Tre le serate già programmate al martedì. Si è partiti il 23 luglio. Poi il 13 e il 27 agosto. Il biglietto d'ingresso costerà 8 euro. Confcommercio, di Cesenatico insieme all'assessorato al turismo del Comune e alle altre associazioni di categoria ha concorso al progetto di rimettere in pista "La Caravella". Il locale dancing riavrà il simbolo originale che richiamerà gli anni del suo maggior successo, una copia delle 500 lire d'argento in viaggio per il Nuovo Mondo.

Successivamente alle analisi tecniche, e alle verifiche di idoneità statica per garantire la sicurezza delle strutture soggette a carichi e quelle sismiche, la terrazza del palazzo del Turismo ha avuto l'agibilità per fungere da

luogo per il ballo.

Se l'esperimento funzionerà, c'è l'intendimento di dare continuità a questa esperienza, così come è avvenuto con il cinema Rex, attivo già da anni nella sala conferenze da 200



posti. "La Caravella" a partire dal 1957, diventò leggendaria negli ambienti al piano superiore del Palazzo del Turismo, realizzato su progetto di Saul Bravetti, dove a una certa ora si ballava lo swing, il boogie e venivano elette le Miss più belle della stagione al mare.



VINCE IL TURISMO SOSTENIBILE

Cesenatico si conferma bandiera blu

La Bandiera Blu rappresenta una abitudine per Cesenatico. Claudio Maz-

za, presidente Fee Italia sulla terrazza dell'Hotel Vista Mare ha celebrato il trentaquattresimo riconoscimento conferito alle spiagge della città. Era presente la vicesindaca Lorena Fantozzi insieme a una rappresentanza delle forze dell'ordine e delle associazioni di categoria, fra cui il presidente di Confcommercio cesenate Giancarlo Andrini e il responsabile Roberto Fantini. La Bandiera Blu è stata

issata e sverterà sul litorale ancora una volta. Cesenatico è stata premiata per il rispetto dei criteri relativi alla gestione sostenibile del territorio, allo scopo di indirizzare la gestione delle località partecipanti verso un processo di sostenibilità ambientale. Riconoscimento esteso a tutte le spiagge quindi Zadina, Ponente, Levante, Valverde e Villamarina.

INTERVENGONO LE CATEGORIE TURISTICHE DI CONFCOMMERCIO

"La nuova Notte Rosa va promossa in Europa"



Per Confcommercio di Cesenatico il bilancio della Notte Rosa anticipata quest'anno a giugno sulla riviera presenta aspetti positivi ed altri negativi. "Ad essere positivo - afferma Giancarlo Andrini presidente di Confcommercio di Cesenatico - è il fatto che tutto si sia svolto in modo tranquillo e senza eccessi, e sicuramente sono state favorevoli le condizioni meteo che hanno dato un importante contributo alla riuscita dell'evento. Spostare la data, come era prevedibile, ha tuttavia crea-

to disorientamento e confusione, molti turisti e frequentatori abituali residenti nelle località vicine non ne erano informati e probabilmente il prossimo anno andrà potenziata la promozione per intercettare sempre più visitatori.

"Ciò premesso, va messo in luce che la notte rosa è sempre di più un evento sicuramente di grande impatto mediatico, ma legato al puro divertimento, pensato soprattutto per attrarre giovani, e questa per Sib Confcommercio va bene - dichiara il presidente di Sib

Confcommercio regionale Simone Battistoni -, ma va rimarcato che serve poco per far arrivare in Riviera più afflusso, approfittando magari di questa attrattiva della Notte Rosa per trascorrere una vacanza al mare, dagli intenti senz'altro lodevoli, ha evidentemente esaurito lo spirito propulsivo iniziale capace di incrementare le presenze turistiche, puntando sul fatto che coinvolge l'intera costa regionale e le spiagge di tutta la Riviera".

"Appuntamenti come la Notte Rosa - mette in luce Terzo Martinetti, vicepresidente regionale Fausto Federcamping Emilia Romagna - sono indubbiamente importanti, uno degli eventi più noti dell'estate per la Riviera romagnola e che vede la partecipazione pressoché totale delle località della costa. Ma proprio per questo è necessario poterlo promuovere in Europa e non solo in



Italia dove già la Riviera romagnola ha una sua precisa riconoscibilità. Vanno create le condizioni per invogliare turisti italiani e stranieri a parteciparvi, ripensando, integrando e arricchendo il calendario delle iniziative organizzate nell'ambito dell'evento, puntando a prolungarne la durata, se possibile, ad un'intera settimana, andando a realizzare così un prodotto turistico da promuovere".

Nelle foto da sinistra Terzo Martinetti, Simone Battistoni e Giancarlo Andrini

IL RINGRAZIAMENTO DI CONFCOMMERCIO DI CESENATICO

Guardia di Finanza, Roberto lascia la tenenza ad Opipari



Michele Roberto (nella foto), per quasi 10 anni comandante nella nostra città al punto da diventarne cittadino d'adozione, suggerisce a Confcommercio una breve riflessione. La sicurezza è la madre di tutte le priorità per una comunità coesa e la nostra associazione ha sempre operato ed opera in costante collaborazione con tutte le forze dell'ordine di cui apprezza ed onora l'impegno e

l'efficacia ed auspica un incremento degli organici per meglio presidiare i nostri territori.

In questo contesto vogliamo rimarcare la collaborazione del comandante della tenenza di Finanza con la nostra associazione nonché l'efficace lavoro investigativo che ha portato a debellare le infiltrazioni della ndrangheta a Cesenatico, un grave attentato alla sicurezza e al rispetto della legalità nel territorio. Confcommercio di Cesenatico augura a Michele Roberto una felice e meritata pensione e dà un affettuoso benvenuto al nuovo comandante, già vice di Roberto, Alfredo Opipari.

INAUGURATA IN PIAZZA PISACANE

Statua di Garibaldi, completato il restauro



Si è svolto il battesimo ufficiale del restauro della statua di Garibaldi, sul monumento di piazza Pisacane a Cesenatico, da sempre uno dei simboli della città a cui i cesenaticensi sono affezionati. Erano presenti il sindaco Matteo Gozzoli, l'assessore Mauro Gasperini, una delegazione di garibaldini e il presidente Giancarlo Andrini (nella foto) in rappresentanza di Confcommercio di Cesenatico. L'appuntamento è per domenica 3 agosto con il corteo della autorità e l'uscita in mare per la storica Festa di Garibaldi.

CORSO IFTS PER TECNICI DELLE TIPICITÀ ENOGASTRONOMICHE

Iscom forma i cuochi del futuro



Valorizzare le eccellenze del territorio, coniugare tradizione e innovazione, promuovere benessere e sostenibilità in cucina. È questo l'obiettivo del corso Ifts (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore) per "Tecnico nella valorizzazione delle tipicità enogastronomiche: tradizione, wellness e sostenibilità in cucina", attualmente in corso presso Iscom Formazione per le imprese scarl. Finanziato dal Fondo sociale europeo della Regione, il percorso formativo è gratuito e si rivolge a persone domiciliate in Emilia-Romagna, occupate o in cerca di

occupazione, e si articola in 800 ore di formazione, tra lezioni teoriche, laboratori pratici e stage in azienda. Sono una ventina i partecipanti che, dallo scorso dicembre, si stanno formando per diventare professionisti in grado di raccogliere la sfida della cucina del futuro. Il corso nasce da una solida rete di collaborazione tra Iscom, ente di formazione accreditato, l'Istituto Alberghiero Artusi di Forlimpopoli, il Dipartimento Distal dell'Università di Bologna e numerosi partner pubblici e privati. Tra questi, spiccano nomi autorevoli come l'Associazione Cuochi Artusia-

ni Forlì-Cesena, la Wellness Foundation di Technogym, la Fondazione Casa Artusi e diversi Consorzi di tutela dei prodotti tipici regionali. "Il punto di forza del progetto – sottolinea Cristina Borghesi, direttrice di Iscom – è proprio l'integrazione tra mondo formativo, accademico e produttivo, una sinergia che risponde concretamente ai bisogni del territorio e alle richieste emergenti del mercato del lavoro."

Le lezioni si svolgono al mattino nei laboratori professionali di Icook Taste & Share, in collaborazione con chef e imprese della

ristorazione locale. I pomeriggi sono invece dedicati all'approfondimento teorico, con docenti universitari, degustazioni, analisi sensoriali e interventi di esperti del settore, tra cui rappresentanti di Slow Food, del Consorzio del Parmigiano Reggiano e di altre eccellenze italiane.

Da maggio, gli allievi del corso sono impegnati in stage presso aziende del territorio, dove possono mettere in pratica le competenze acquisite. La conclusione delle attività è prevista per settembre, gli allievi dovranno sostenere un apposito esame, che si compone di una prova pratica ed un colloquio individuale, per il ottenere il Certificato di Specializzazione Tecnica Superiore.

Tra i temi centrali del corso spiccano quelli legati alla sostenibilità ambientale, all'economia circolare e al benessere alimentare, oggi tra le principali direttrici di sviluppo nel settore food. Sempre più ristoratori, produttori e consumatori

cercano infatti soluzioni che riducano gli sprechi, valorizzino ogni parte della materia prima e abbiano un impatto positivo sul territorio. La cucina circolare – che promuove il riutilizzo creativo degli ingredienti, la stagionalità e il rispetto per la biodiversità – diventa così un valore strategico e identitario.

Il progetto si propone non solo di formare figure tecniche altamente specializzate, ma anche di rispondere alla crescente richiesta di competenze legate alla gestione sostenibile della ristorazione, al marketing del prodotto tipico e all'innovazione nel rispetto della tradizione.

Un'iniziativa che guarda al futuro del settore enogastronomico, con un occhio attento alla valorizzazione delle risorse locali, alla formazione di qualità e alla promozione di un'economia più etica e consapevole.

Nella foto i partecipanti al corso Ifts

IL BILANCIO DELL'ATTIVITÀ DELL'ENTE DI CONFCOMMERCIO

Formazione a tutto campo, Iscom sempre in crescita

Il 2025 è ormai giunto a metà del suo percorso e questo porta l'ente Iscom formazione per le imprese Scarl a fare un primo consuntivo della propria attività alla luce anche della chiusura di bilancio 2024 che ha fatto registrare numeri importanti di crescita in termini economici e di conseguenza anche come numero di attività realizzate e persone inserite nei diversi percorsi formativi.

Iscom infatti ha operato a favore di numerose aziende del territorio di Cesena, Forlì e Cervia attraverso i finanziamenti per la formazione continua dei lavoratori attraverso i principali fondi Interprofessionali nei quali è accreditato: Forte, Fonder, Fondo Impresa, Fonarcom. L'ente ha gestito oltre una trentina di piani aziendali costruiti sui fabbisogni delle diverse realtà e numerosi piani territoriali che hanno coinvolto oltre duecento imprese e quasi un migliaio di lavoratori di vari settori economici, in primis commercio e turismo ma anche agricoltura, artigianato, sanità ed istruzione. L'ente ha sviluppato anche la progettazione per il Bando Ministeriale del Fondo Nuove Competenze 3 per alcune realtà strutturate della provincia.

Iscom ha inoltre gestito percorsi formativi finanziati degli enti bilaterali Ebiter ed Ebert per i lavoratori



appartenenti ad aziende aderenti. Le attività hanno riguardato aspetti professionalizzanti del commercio e del turismo, è stato anche utilizzato il laboratorio di cucina Icook



taste & share per le attività pratiche. Numerose sono state inoltre le attività di formazione continua e permanente sviluppate attraverso i finanziamenti Fse Regionali, percorsi rivolti a donne, ad imprenditori, a specifiche filiere, a liberi professionisti. Iscom gestisce inoltre le attività del Programma regionale Garan-



zia Occupabilità Lavoratori, dalle politiche attive ai percorsi formativi: GOL1 Reinserimento lavorativo, GOL2 Aggiornamento (Upskilling), GOL3 Riqualficazione (Reskilling) di diversa durata. All'interno dei



percorsi finanziati attraverso i diversi canali sono state sviluppate tematiche di grande attualità come la digitalizzazione, la sostenibilità e competenze professionalizzanti legate ai vari settori di appartenenza. Numerose sono state anche le attività afferenti la salute e sicurezza sul luogo di lavoro (formazione

lavoratori, proposti, dirigenti, RSPP, antincendio, primo soccorso e relativi aggiornamenti), molti sono stati i partecipanti e le imprese che hanno assolto gli obblighi di legge. On line è presente il calendario dei nuovi appuntamenti formativi, è possibile visionarlo direttamente accendendo

al sito www.iscomcesena.it Si segnala inoltre che a breve sarà on line anche il catalogo formativo di e-learning contenete anche i percorsi formativi in linea con il nuovo Accordo Stato-Regioni. Iscom ha supportato le imprese del comprensorio provinciale e del territorio cervese anche nella formazione obbligatoria dei giovani apprenditi, sia con contratto annuale che stagionale ed ha fornito a Confcommercio supporto per la formazione di professionalità come agenti di commercio, agenti immobiliari ed il rilascio di appositi attestazioni per la somministrazione di alimenti e bevande. L'andamento positivo del 2024 si sta riproponendo anche nel 2025, l'ente è infatti impegnato nella progettazione di nuovi percorsi e nell'avvio e gestione delle numerose attività approvate.

Nella foto il direttore di Iscom Formazione Giorgio Piastra, la coordinatrice Cristina Borghesi e due corsi organizzati da Icook

IL TITOLARE DELL'IMPRESA CESENATE MICROPLANT

“Iscom ci ha cucito addosso piani formativi vincenti”

Mauro Masini (Nella foto con dei collaboratori) è il titolare dell'impresa Microplant, che ha ottenuto grandi benefici dalla collaborazione con Iscom.

Di cosa si occupa principalmente la vostra azienda?

“Siamo una azienda vivaistica che si occupa di micropropagazione. Siamo un vivaio moderno che utilizza questa tecnica per la produzione di piante orticole, ornamentali, frutticoli, piccoli frutti e kiwi, che commercializza le piante prodotte sia sul territorio nazionale che interazionale”.

Quanti dipendenti conta il vostro organico?

“Attualmente abbiamo 22 dipendenti in azienda”.

Come avete conosciuto l'attività di Iscom Formazione Forlì-Cesena?

“Conoscevamo Iscom da anni come ente formazione del nostro territorio. Tramite una amica che lavora da anni in Iscom ho iniziato a fare un primo corso di formazione (un banale rinnovo per il patentino dei prodotti fitosanitari), e parlando successivamente assieme delle opportunità che un ente di formazione come Iscom poteva fare per le azien-

de abbiamo iniziato ad investire in formazione sul personale”.

Che esigenze di formazione avete individuato nel vostro personale?

“Abbiamo esigenze di formazione quali i corsi per sicurezza aziendale come Antincendio e Primo soccorso, ma soprattutto abbiamo riscontrato un notevole beneficio nei corsi di formazioni mirati per i nostri dipendenti. Abbiamo trovato in Iscom una attenzione nel cercare di cucire addosso alla nostra azienda piani di formazione adatti alle nostre esigenze. In questi anni abbiamo investito per la formazione sui nostri sistemi di gestione informatica della tracciabilità delle nostre produzioni. Abbiamo organizzato corsi di Team Bulding per aumentare la coesione del nostro gruppo di lavoro. Sempre con questo fine, ci è stata proposta l'cook come momento di unione e di ascolto reciproco”.

In che modo la formazione ha contribuito alla crescita e al cambiamento della vostra azienda?

“Abbiamo aumentato la produttività ottimizzando tutti quei processi che prima face-

va solo una persona e adesso invece altri componenti dello staff sono in grado di condurre. Speriamo di aver seminato in ogni persona anche la consapevolezza che operazione e ogni azione che svolgono all'interno della azienda contribuisce alla buona riuscita del nostro lavoro. Le aziende sono fatte da persone e non solo da attrezzature”.

Avete notato un miglioramento nel clima aziendale o nella soddisfazione del personale grazie alla formazione?

“Indubbiamente abbiamo aumentato la professionalità dei nostri dipendenti, con lo scopo di renderli sempre più partecipi della crescita aziendale”.

Perché molte aziende faticano a vedere la formazione come un investimento e non come un costo?

Formare del personale richiede tempo e investimento nella risorsa umana. Nonostante gli incentivi, probabilmente a noi risulta più semplice acquistare un macchinario o un computer più performante, senza valutare il fatto che dietro alla macchina più tecnologica c'è sempre una persona che ne deve garantire la massima



efficienza. Forse anche pensare che un dipendente possa lasciare la tua azienda dopo che tu magari hai investito su di esso in formazione, è visto come un freno nell'investire in formazione”

Se dovete spiegare a un imprenditore scettico perché formare il proprio personale

è fondamentale, cosa gli direste?

“Porterei un esempio nel mondo della formula uno. Non sempre chi ha la macchina più veloce arriva primo al traguardo, spesso la macchina che ha il pilota più preparato garantisce il risultato anche in condizioni avverse”.

ISCOM FORMAZIONE

Formazione finanziata, risorsa per le imprese

In un mercato sempre più competitivo e in rapida trasformazione, la formazione continua del personale non è più un'opzione, ma una necessità strategica. Le imprese che investono nello sviluppo delle competenze interne si rivelano più resilienti, innovative e capaci di affrontare con successo i cambiamenti tecnologici, normativi e organizzativi.



Secondo uno studio recente della Regione Emilia Romagna, il 60% delle imprese del territorio ha difficoltà a trovare personale con profili qualificati, mentre ricerche dell'OCSE dimostrano che le aziende che investono nella formazione registrano una produttività fino al 20% superiore rispetto a quelle che non lo fanno. In questo scenario, diventa fondamentale sfruttare tutte le opportunità a disposizione.

I Fondi Interprofessionali rappresentano una delle principali leve per sostenere la formazione finanziata nelle aziende italiane. Si tratta di fondi a cui le imprese possono aderire gratuitamente, destinando lo 0,30% del contributo INPS già obbligatorio per legge, senza alcun costo aggiuntivo.

Questi fondi consentono di ottenere finanziamenti per percorsi formativi personalizzati, migliorando le performance aziendali e la preparazione del personale. Perché investire nella formazione attraverso i Fondi Interprofessionali?

1. Finanziamento della formazione

Le imprese possono coprire i costi dei corsi formativi progettati su misura per rispondere a esigenze specifiche: aggiornamento normativo, sviluppo tecnico-specialistico, soft skills, digitalizzazione, e molto altro.

2. Competitività e innovazione

Formare il proprio personale permette di introdurre innovazione più rapidamente, aumentare l'efficienza e ridurre gli errori operativi. Le competenze aggiornate si traducono in vantaggi concreti per tutta l'organizzazione.

3. Accelerazione della trasformazione digitale

In un'epoca di cambiamenti rapidi, la formazione è essenziale per affrontare la digitalizzazione in modo consapevole ed efficace. Le aziende che investono in questo ambito migliorano il loro time-to-market e la capacità di adattamento.

4. Welfare aziendale e fidelizzazione dei talenti

Offrire opportunità di crescita professionale rafforza il senso di appartenenza dei dipendenti. Questo incide positivamente sul clima interno e riduce il turnover, fattore critico in un periodo in cui attrarre e trattenere talenti è sempre più difficile.

Per massimizzare i vantaggi dei Fondi Interprofessionali è essenziale affidarsi a un ente esperto, capace di gestire sia la pianificazione strategica della formazione che l'intera burocrazia legata ai finanziamenti.

ISCOM Formazione per le Imprese di Forlì Cesena, grazie all'esperienza maturata e all'accreditamento con numerosi fondi (Fondo Forte, Fondimpresa, Fonarcom, Fonder, Fonter, Fondo Professioni), rappresenta un alleato affidabile e competente per ogni impresa e alle aziende può offrire:

- L'analisi dei fabbisogni formativi e progettazione personalizzata
 - La gestione completa dei piani formativi finanziati
 - Il supporto burocratico e amministrativo
 - Una rete di docenti altamente qualificati e aggiornati
- Questo approccio consente alle imprese di concentrarsi sul proprio core business, mentre Iscom si occupa di tutte le attività operative e tecniche legate alla formazione.

Contatta Iscom per scoprire come finanziare la crescita della tua impresa:

Dott.ssa Cristina Borghesi

0547 639894

c.borghesi@iscomcesena.it



Formazione Finanziata a sostegno delle imprese

Commercio e distribuzione Turismo e ristorazione

Capire i numeri per far crescere il tuo business:

- PRINCIPI DI FINANZA AZIENDALE
- BILANCIO D'ESERCIZIO E RAPPORTO BANCA IMPRESA
- PIANIFICAZIONE FINANZIARIA E GESTIONE DELLA LIQUIDITÀ
- BUSINESS PLAN E PIANIFICAZIONE STRATEGICA
- CONTROLLO DI GESTIONE E STRUMENTI DI REPORTING

Docenza a cura di Teikos Solutions



CALENDARIO

1 - 8 - 15 - 22 - 29
OTTOBRE 2025

DURATA

20 Ore

ORARIO

14.00 - 18.00

DESTINATARI

Persone occupate (imprenditori, dipendenti e professionisti) di imprese con sede legale o unità locale in Emilia Romagna

SEDE

Corso in presenza presso Iscom Formazione via G. Bruno 118 47521 Cesena



Chiamaci per informazioni e indicarci le tue preferenze!!!

Sara Parantelli - 0547 639895 - s.parantelli@iscomcesena.it
Livia Lauri - 0547 639886 - coordinatore10@iscomcesena.it

CONFCOMMERCIO BAGNO DI ROMAGNA

Bagno di Romagna, stazione climatica: un'identità da riscoprire

di GIUSEPPE CROCIANI



Bagno di Romagna è principalmente conosciuta in Italia e nel mondo per due motivi: le acque termali vissute sin dal tempo di Roma antica e la natura con il parco nazionale

delle foreste casentinesi e la riserva di sasso fratino patrimonio dell'Umanità Unesco. Queste peculiarità hanno, nel tempo, relegato in seconda fila un'altra caratteristica che, oggi, più che mai può essere oggetto di attenzione e può essere complementare dell'offerta turistica. C'è un cartello, all'ingresso di Bagno di Romagna, che recita: "stazione climatica". Una definizione alla quale oggi non si dà il giusto peso e che, piuttosto, viene letta con nostalgia, ma che in realtà conserva tutta la sua attualità. Il titolo di stazione climatica ha radici storiche: veniva attribuito alle località con particolari caratteristiche ambientali e meteorologiche favorevoli al benessere psicofisico. Nato con il regio decreto del 1927, è stato confermato anche nella legge nazionale



232 del 2000, che riconosce alle regioni il compito di identificare come stazioni di cura, soggiorno e turismo quei luoghi dove clima, aria e natura offrono benefici documentati per la salute e la qualità della vita. Poter offrire un territorio con un microclima fresco, pulito, equilibrato, ideale per rigenerarsi e dormire profondamente, è un grande valore aggiunto che non tutte le località turistiche possono vantare. Il benessere climatico, quindi, è oggi un lusso raro e Bagno di Romagna ha la possibilità di proporlo non come slogan, ma come esperienza concreta. In un'epoca in cui l'afa e l'inquinamento dominano le città e gran parte dei territori della pianura, la qualità dell'aria e dell'ambiente non è solo un valore in sé, ma anche una risorsa strategica per il turismo. Riscoprire la vocazione climatica della nostra terra significa tornare a raccontare ciò che abbiamo sempre avuto: un territorio che fa bene, che fa respirare, che fa vivere meglio. Il clima come risorsa turistica del futuro. un patrimonio naturale da valorizzare, oggi più che mai. Il clima è gratis e a Bagno di Romagna si respira davvero.

CONFCOMMERCIO DI GAMBETTOLA

"Area Sacta, sbloccare l'impasse e rigenerarla"

di FRANCESCO TOMASINI



Incidente di percorso verso l'acquisizione di Area Sacta da parte del comune di Gambettola, sciogliendo una impasse ultradecennale nella trattativa con la proprietà di un'area fondamentale per il rilancio del centro storico di Gambettola. Il problema sorto, ha spiegato il sindaco Eugenio Battistini, è che il finanziamento necessario alla realizzazione dell'opera non è stato confermato dalla Regione. "Non potendo il Comune sostenere

re con risorse proprie i costi enormi previsti per la creazione di una casa di comunità in quell'immobile ceduto dalla proprietà - ha spiegato il sindaco - il pubblico interesse è di fatto ad oggi decaduto e per legge, senza interesse pubblico, non è possibile concludere l'accordo. Ciò ha indotto l'amministrazione a condurre nuovi contatti con la proprietà, che sono tuttora in corso, e ad adottare una delibera di sospensione del vecchio progetto perché ora occorre necessariamente ragionare su un nuovo interesse pubblico". Confcommercio comprende la difficoltà sopraggiunta, ma continua a richiedere di agire in tempi solerti per poter procedere all'acquisizione dell'area e alla sua indispensabile rigenerazione.

FIPE CONFCOMMERCIO IN AUDIZIONE ALLA COMMISSIONE DEL SENATO

Ristoranti, lotta senza quartiere alla false recensioni



Nell'audizione presso la Commissione del Senato Fipe-Confcommercio, la federazione italiana dei pubblici esercizi, nell'ambito dell'esame del disegno di legge annuale sulle pmi, ha ribadito la condivisione dell'impianto normativo contenuto, dedicato alla lotta alle false recensioni online.

Fipe ha sottolineato come la regolamentazione delle recensioni online rappresenti una misura di assoluta

urgenza e priorità per la tutela del comparto della ristorazione e dell'accoglienza, costituito in larga parte da micro e piccole imprese a conduzione familiare. Secondo i dati dell'Ufficio Studi della federazione, fino al 30% del fatturato di un pubblico esercizio può dipendere dalla reputazione digitale, mentre il Mimit - il ministero delle Imprese e del Made in Italy - ha certificato che il 70% dei consumatori si affida alle recensioni per orientare le proprie scelte.

«Fipe - dichiarano i presidenti cesenati Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi (nelle foto) - non è a sfavore delle recensioni, anche negative se costruttive, ma contro le recensioni false e ci preoccupa un fenomeno di compravendita di commenti sulle piattaforme che è sotto gli occhi di tutti e che con l'intelligenza artificiale è destinato ad

CONFCOMMERCIO HA INCONTRATO LA SINDACA BARTOLINI

A Roncofreddo vanno completati la rete dei negozi e il mercato

Confcommercio di Roncofreddo, con presidente Alessandro Bernabini, e il responsabile di delegazione Paolo Vangelista, ha incontrato la sindaca Sara Bartolini. Si è parlato della situazione del ripristino dopo le frane. Le strade, ha assicurato la sindaca, sono attualmente tutte transitabili. A breve cominceranno i lavori in via Rampa poi

sarà la volta delle strade vicinali. Verrà sistemata anche via Compagna a Ciola Arladi dove sono installate aziende di sardi. "Scontiamo le difficoltà della riduzione dei finanziamenti da un milione e duecentomila euro a duecentomila euro", ha osservato la sindaca. Al centro dell'attenzione anche la tenuta della rete distributiva, su cui il presidente di Confcommercio si è detto preoccupato e ha chiesto interventi e incentivi per i commercianti. Recentemente ha chiuso anche l'unico forno del paese. "In centro possiamo contare - ha rimarcato la sindaca - su una vasta tipologia di negozi essenziali, che ammontano a una ventina compresi bar, ristorante, banche, posta, farmacia, edicola, macello, frutta e verdura, tutti in appena 120



metri di lunghezza. Tra quelli di primaria importanza, manca soltanto il forno, e nel complesso la rete distributiva tiene." Un'altra richiesta di Confcommercio è di rinviare il mercato ambulante, che negli ultimi tempi sta perdendo operatori. "Il nostro obiettivo - ha messo in luce la sindaca - è di intervenire per potenziare il mercato facendolo tornare un

punto di forza, visto che al momento, può contare solo su una decina di banchi".

"Per Confcommercio - ha messo in luce il presidente Bernabini - è importante investire sulla attrattività di Roncofreddo che ha una serie di ristoranti capaci di intercettare il grande pubblico anche dalla pianura e ciò può essere fatto anche potenziando gli eventi di richiamo disseminati in tutta la stagione dell'anno. I commercianti e gli operatori turistici, come avviene in occasione della Fiera d'autunno, iniziativa cult cittadina, sono pronti a coinvolgersi e a dare il loro contributo in quanto pilastri della coesione sociale".

Nella foto la sindaca Bartolini, il presidente Bernabini e il responsabile Vangelista

ONE UP SAFETY IN COLLABORAZIONE CON IL COMMERCIALISTA AGOSTINI

Sicurezza nel lavoro, Confcommercio dà risposte alle imprese

Prosegue nella sede di via Nino Bixio il nuovo ufficio dedicato alla sicurezza, alla medicina sul lavoro e alla formazione delle imprese. Il progetto, avviato nei mesi scorsi, è a cura dello Studio Elaborazioni paghe del consulente su lavoro Mauro Agostini, in collaborazione con One Up Safety, azienda di Confcommercio che si occupa di sicurezza.

Mauro Agostini è iscritto all'ordine dei consulenti del lavoro dal 1980, il suo studio di consulenza del lavoro fu inaugurato nel 1988, colmando un vuoto in quel settore, essendo stato il primo studio a curare esclusivamente la materia del lavoro con approccio specialistico. La sinergia che si è creata con One Up Safety intende attuare un piano di sviluppo come elaborazione paghe del settore sicurezza sul lavoro. Mauro Agostini



e il vicedirettore di Confcommercio Cesenate Alberto Pesci rimarcano il progetto: "L'ufficio intende porsi alle imprese come un fulcro all'interno del quale oltre al servizio sicurezza, potranno trovare risposte anche in materia di finanza agevolata, digitalizzazione e ricerca e selezione del personale. In questo senso l'unione delle forze e delle professionalità, quelle

di uno studio con alta reputazione radicato da tanti anni sul territorio e di un grande organizzazione come Confcommercio, rappresentano una piena garanzia di affidabilità nei confronti delle imprese assistite. I primi mesi di operatività sono stati già ricchi di soddisfazioni. La problematica della sicurezza nel lavoro è al centro dell'attenzione e la vogliamo presidiare con professionalità e fiduciarità a servizio delle aziende".



tiva Ue sulle pratiche commerciali sleali, che riconosce responsabilità anche agli intermediari digitali".

Fipe pertanto ha chiesto che il legislatore non stravolga l'impianto originario del provvedimento e richiami il ruolo di responsabilità delle piattaforme online rispetto ai contenuti pubblicati.

CONFCOMMERCIO: "OPPORTUNITÀ IMPORTANTE"

Aviati saldi estivi, spesa a famiglia di duecento euro



vendo appieno la vitalità delle nostre città - mette in luce il direttore Confcommercio cesenate Giorgio Piastra (nella foto) -. Comprare nei nostri negozi significa mantenere vivo il cuore pulsante delle nostre comunità e preservare occupazione e identità territoriale. L'andamento delle vendite durante i saldi avrà effetti importanti, influenzando di conseguenza la campagna acquisti per la prossima collezione primavera-estate 2026. Per sostenere i consumi interni e il commercio di prossimità, occorre sicuramente il ritorno agli acquisti da parte dei consumatori, ma anche il sostegno del Governo e l'impegno dei fornitori a rispettare i ruoli all'interno della filiera della moda evitando una inutile e sleale concorrenza. I nostri commercianti sono in prima fila in tutti e quindici comuni del comprensorio con iniziative ed eventi per tenere viva la città".

Anche nel Cesenate da sabato 5 luglio sono partiti i saldi estivi. Le prime settimane hanno registrato nel territorio cesenate un interessante movimento, ma le vendite debbono ancora decollare, d'altronde la durata dei saldi è di due mesi. Secondo le stime dell'Ufficio Studi di Confcommercio territoriale, in collegamento con quello nazionale, quest'anno per l'acquisto di capi scontati ogni famiglia spenderà in media 203 euro, pari a 92 euro pro capite, per un valore complessivo di 3,3 miliardi di euro. L'acquisto medio a persona ammonterà a 92 euro. "I saldi sono un momento importante per fare shopping di qualità, risparmiando e vi-



impegno dei commercianti del centro storico e dei quartieri periferici di assicurare servizi e coinvolgersi nelle tante iniziative promosse, come i venerdì di luglio in centro storico, per attrarre più visitatori nel cuore urbano e con altre iniziative nelle frazioni. Nel Cesenate inoltre quello con i saldi è da sempre un appuntamento identitario, con afflusso nei negozi sia al mattino che al pomeriggio, che interpella anche il lato affettivo di una clientela fidelizzata da sempre legata a quello che considera un evento atteso e per questo le aspettative dei commercianti sono importanti e la fiducia è rilevante".

CONFCOMMERCIO CHIEDE DI INTERVENIRE PER COPRIRE I BUCHI

Quartieri, serve la mappa dei negozi e dei servizi mancanti

Dove c'è necessità di ripopolamento commerciale, di modificare la viabilità, di puntellare le aree di sosta, di operare con più incisività a tutela della sicurezza attraverso le telecamere, il vicinato e il controllo degli agenti, quali sono i servizi mancanti o carenti, qual è la dotazione di aree verdi e dei punti di ritrovo per giovani e anziani, come si configura la rete delle associazioni di volontariato.

"Sono solo alcuni dei quesiti - afferma il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (nella foto) - che Confcommercio cesenate, operativa con i propri consigli presidenti di quartiere a Cesena, rivolge ai consigli di quartiere istituzionali che si avviano alla fine del mandato in vista della elezione dei nuovi quartieri l'autunno prossimo. Per Confcommercio è fondamentale che i consigli e



i presidenti uscenti lascino il testimone mettendo in luce le criticità del quartiere su cui è importante intervenire con tempismo. E ciò è possibile farlo dando voce alle istanze, alle segnalazioni dei cittadini, degli operatori commerciali, e di tutte le forze sociali che nei nostri quartieri vivono, operano e lavorano".

"Per Confcommercio il quartiere, luogo della rappresentanza, - prosegue Patrignani - è anche la cinghia di trasmissio-

ne tra cittadini e amministrazione, necessariamente dalla parte dei cittadini, dei loro interessi ed esigenze. Quindi non si deve correre il rischio di voler fare passare una immagine edulcorata della situazione dei quartieri, per ragioni di propaganda, ma al contrario va messa in luce la realtà con le sue luci e ombre, con le contraddizioni e le criticità su cui intervenire. In modo particolare il tema del ripopolamento commerciale e del rafforzamento della rete distributiva è molto sentito e Confcommercio invita i consigli di quartiere a censire le tipologie di negozi e delle gamme merceologiche mancanti e con incentivi mirati dell'amministrazione comunale si potrebbero premiare i nuovi imprenditori che decidono di aprire attività nei settori scoperti per favorire il ripopolamento commerciale".

PICCOLE IMPRESE PENALIZZATE

"Caro energia, vanno abbassati gli oneri generali di sistema"

Negli ultimi anni il nostro territorio cesenate e provinciale ha risentito del fatto che l'Europa e l'Italia hanno dovuto affrontare una crisi energetica aggravata dall'instabilità dei mercati internazionali e dal conflitto in Ucraina. Il caro-energia è quindi diventato un problema sistemico, con forti ripercussioni su famiglie, imprese e sulla competitività economica del Paese.

"Servono politiche e interventi strutturali per contenere l'impatto del caro-energia su famiglie

e imprese e sostenere la competitività del Paese - rimarca il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani -. È urgente una progressiva sterilizzazione degli oneri generali

di sistema che gravano per circa il 26% sulle bollette elettriche del terziario. In linea generale sono necessari gli approvvigionamenti tramite acquisti



congiunti europei. Serve un mercato unico europeo dell'energia e rispettare il principio della neutralità tecnologica perché si deve far leva su tutte le risorse disponibili. Per l'Europa,

anche per il settore energetico, è tempo di un cambio di passo: ne va della stessa competitività delle nostre imprese. Come ha rimarcato il nostro presidente nazionale sangalli, dobbiamo puntare su idrogeno sostenibile, nucleare avanzato, rinnovabili ed efficienza delle reti. Non è più tempo delle scelte ideologiche. Servono scelte utili e realmente sostenibili, a livello ambientale, ma anche sociale ed economico. Il tema energia è assolutamente centrale e prioritario per il sistema imprenditoriale, soprattutto alla luce di tre ordini di problemi: incertezza, costi e misure strutturali".

L'INCONTRO CON L'ASSESSORA REGIONALE FRISONI

Commercio e turismo, le proposte di Confcommercio



Anche Confcommercio cesenate, rappresentata dai tre presidenti cesenate Augusto Patrignani, di Cesenatico Giancarlo Andrini e di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani insieme alle altre associazioni di categoria hanno preso parte all'incontro con l'assessora regionale al turismo, commercio e sport, Roberta Frisoni. L'iniziativa, promossa dalla consigliera regionale Francesca Lucchi ha voluto rappresentare un'occasione di ascolto e dialogo con il tessuto produttivo cesenate per affrontare le principali sfide di commercio, artigianato e cooperazione. Al centro i temi della transizione ecologica e digitale, rigenerazione urbana, promozione del territorio e rilancio delle imprese, da conseguire in un contesto segnato dagli effetti della pandemia e dagli eventi climatici estremi. Per Confcommercio hanno preso la parola Augusto Patrignani, sulla rigenerazione dei centri storici e sulla necessità di potenziare i sostegni al turismo; il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini sulla indispensabilità di migliorare le infrastrutture esistenti, a partire dallo snodo di Bologna, strategico per l'afflusso in riviera, e la E45, visto che su altre, come l'auspicata E55 fino a Mestre, non si potrà contare. L'assessora Frisoni ha rimarcato che si tratta di intervenire per apportare migliorie su quello che c'è, poiché interventi in cantiere non sono previsti. Il responsabile di Confcommercio cesenate Roberto Fantini ha effettuato una disamina sulla legge 4 del 2016 sulla promocommercializzazione turistica e in particolare sui contributi erogati dalla Regione ai progetti alle imprese aggregate, perché la dotazione finanziaria della Regione quest'anno è stata ridotta e la preoccupazione riguarda l'abbassamento delle percentuali dei contributi e in più molti progetti sono rimasti esclusi dal finanziamento. La legge inoltre è datata e occorre cominciare a metterci mano e negli ultimi anni burocrazia e tempi sono diventati lunghissimi. Il progetto per il 2025, ad esempio, presen-

tato nel 2024 ha ricevuto risposta a luglio di quest'anno, e i soldi del 2024 devono ancora pervenire. L'assessora ha risposto che per la dotazione finanziaria si riuscirà ad arrivare a quella dell'anno scorso con altre voci di bilancio e ha ammesso che le tempistiche sono troppo farraginose e si vedrà di metterci mano e ha concordato che la legge va rivista, anche alla luce del fatto che oggi con l'intelligenza artificiale si è in grado di costruirsi autonomamente pacchetti turistici.

Dei primi 63 hub urbani e di prossimità regionali per qualificare e rilanciare i centri storici e le aree più decentrate delle città nove sono stati riconosciuti in Provincia di Forlì Cesena (tre a Cesena, Forlimpopoli, Meldola, Sarsina e due a Bagno di Romagna. «Sostenere il commercio di prossimità, la cooperazione, l'artigianato e il turismo, è stato messo in luce significa investire nella qualità della vita delle persone e nello sviluppo delle nostre comunità. Cesena è una città viva, con un sistema economico ricco di esperienze e competenze. Per questo dobbiamo fare squadra, istituzioni e categorie, per costruire risposte concrete». Gli hub di strumenti innovativi per contrastare il degrado e la desertificazione commerciale, rafforzare i servizi ai cittadini, rilanciare la socialità e promuovere la sostenibilità economica e ambientale. Ai 63 hub già riconosciuti sarà destinato un bando regionale da 14 milioni di euro entro la fine dell'anno per finanziare interventi di riqualificazione, promozione e sviluppo, con particolare attenzione all'imprenditoria giovanile e femminile. Ulteriori 1,5 milioni sono in fase di assegnazione per la realizzazione di studi di fattibilità finalizzati alla creazione di nuovi hub». L'obiettivo dell'incontro è stato di consolidare il ruolo di Cesena come laboratorio di idee e dialogo, pronto a raccogliere la sfida dell'innovazione, della coesione sociale e dello sviluppo sostenibile, contribuendo attivamente alla crescita della Romagna».

Nella foto l'assessora regionale Frisoni e i partecipanti all'incontro.

PROPOSTA DI CONFCOMMERCIO

Arredo urbano coordinato in centro e in periferia



Un arredo urbano programmato, con una road map di interventi per riqualificare il centro storico ma anche della periferia e dei quartieri.

A rilanciare ampliandola una proposta già avanzata ma non concretizzata è il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (nella foto). "La rigenerazione e l'abbellimento degli spazi esterni dell'area antica e di quelli periferici specie dove sono ubicate le attività commerciali, di servizio e culturali poli è un'esigenza della città - dichiara Patrignani -. Assistiamo da molti anni alla carenza di un piano mirato e partecipato con interventi coordinati in centro storico, su abbellimenti avvertiti da commercianti, residenti e fruitori come a collocazione di panchine, fioriere, cestini, fontane, ed elementi d'arredo tematici e connotativi coinvolgendo gli operatori commerciali e valorizzando la loro creati-

vità e la loro felice intraprendenza non di rado messa in mostre, dalle frazioni periferiche al centro".

"Ora che si approssima l'elezione dei nuovi consigli di quartiere - prosegue Patrignani - Confcommercio ribadisce che un fondo annuale dedicato all'arredo urbano nei 12 quartieri cittadini è basilare. Fin qui l'impressione è che gli interventi si siano susseguiti sporadici come l'arredo dello spazio del quarto lato della piazza, in se' positivo, ma che non era inserito all'interno di un progetto unitario. Elementi di arredo urbano efficaci potrebbero risolvere anche parti degradate del centro o comunque non all'altezza di quelle più rinomate. Il problema si pone anche per le piazze e i nuclei centrali dei quartieri e delle frazioni dove gli interventi di abbellimento sono indispensabili per determinare maggiore gradevolezza e fruibilità".

TURISMO IN EVOLUZIONE

Hotel della riviera tra organizzazione e rilancio grazie ai servizi di Rigenera Impresa

Il turismo cambia, evolve, si trasforma. E con esso cambia anche la gestione degli hotel, soprattutto in territori storicamente turistici come la Riviera Romagnola. Le sfide si moltiplicano: ospiti più esigenti e digitali, attenzione crescente alla sostenibilità, costi in aumento, personale difficile da reperire, stagionalità che stringe la redditività in pochi mesi.

In questo contesto sempre più complesso, l'ospitalità non basta più. Serve visione, strategia, controllo. E proprio qui entra in gioco Rigenera Impresa, società di consulenza specializzata che affianca gli albergatori in un percorso di crescita e riorganizzazione. Una vera e propria "regia" esterna che aiuta a vedere i numeri con chiarezza, prendere decisioni mirate e costruire un business più solido.

Non è più sufficiente riempire le camere d'estate per tirare le somme a settembre. Gli imprenditori dell'accoglienza sono oggi chiamati a comportarsi come manager: devono leggere i dati, analizzare i costi, capire quali servizi generano valore e quali invece vanno riconsiderati. Ma non tutti gli albergatori hanno gli strumenti giusti per farlo, né il tempo.

Ed è proprio per questo che Rigenera Impresa diventa un partner strategico: perché porta competenze gestionali e fi-

nanziarie direttamente dentro l'hotel, con l'obiettivo di aumentare la redditività, migliorare l'organizzazione interna e aiutare le strutture ad accedere a bandi e fondi pubblici.

Spesso si parla degli adeguati assetti organizzativi, amministrativi e contabili come di un obbligo normativo (previsto dal Codice della Crisi d'Impresa). Ma c'è molto di più. Quando ben implementati, questi strumenti diventano una vera bussola gestionale: un cruscotto di controllo che permette all'albergatore di anticipare le criticità, individuare sprechi, fare scelte basate su dati reali.

La Riviera Romagnola ha fatto dell'accoglienza la sua forza. Oggi, per restare competitivi, serve andare oltre: professionalizzare la gestione, aprirsi a nuovi modelli, investire su analisi e pianificazione.

Rigenera Impresa accompagna questo cambiamento offrendo consulenze su misura, affiancando le strutture ricettive in un percorso di rigenerazione che parte dai numeri per arrivare a nuove strategie di sviluppo.



INCONTRO DI CONFCOMMERCIO E EDI

Roadshow, la via del digitale a Cesena

Crescere si può, ma solo se si investe nella trasformazione digitale. È questo il messaggio forte e chiaro emerso durante la tappa cesenate del roadshow "La via del Digitale", promosso da Edi Confcommercio in collaborazione con Groove.



L'incontro ha acceso i riflettori sulle sfide e le opportunità offerte dalla digitalizzazione per le micro, piccole e medie imprese italiane. Tra i protagonisti, Luciano Gaiotti, dirigente Confcommercio e responsabile del progetto Edi, ha sottolineato con decisione: "Oggi la digitalizzazione non è più un'opzione, è una necessità. Significa efficienza, competitività, accesso a nuovi mercati e creazione di valore per i clienti."

Al centro del dibattito, il ruolo strategico di Edi - Digital Innovation Hub di Confcommercio - che si propone come ponte tra innovazione e

imprese, guidandole nell'accesso a bandi, nella ricerca di finanziamenti e nella realizzazione di progetti concreti sul territorio. Il digitale, però, non è solo tecnologia. È cultura, è formazione. Lo ha ribadito Giorgio Piastra, direttore di

Confcommercio Cesenate: "Non basta introdurre strumenti digitali in azienda, serve formare le persone. Solo così è possibile restare competitivi in un mercato che cambia velocemente."

Per questo, Edi ha lanciato il programma "Edi Training Enterprise 2024", una serie di webinar gratuiti pensati per accompagnare le imprese in un percorso di crescita digitale continua. E il viaggio non si ferma: nel 2025 è previsto un nuovo ciclo formativo, dedicato alle sfide emergenti del mondo tech.

Sul digitale, insomma, non si torna indietro. Il futuro si costruisce oggi.

Nella foto un momento dell'incontro

Edi 5.0, il Polo digitale di Confcommercio guida le pmi verso il futuro

Confcommercio si conferma protagonista dell'innovazione digitale italiana: il suo Polo d'Innovazione Digitale EDI 5.0 è tra i sei selezionati dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy per l'erogazione dei servizi di first assessment digitale e orientamento alle imprese, con particolare attenzione alle piccole e medie aziende.

Il progetto, realizzato nell'ambito del PNRR - Missione 4 "Istruzione e Ricerca", ha un obiettivo chiaro: accompagnare le PMI italiane nel percorso di transizione digitale, rafforzandone la competitività attraverso consulenze personalizzate e gratuite.

Un modello a 360 gradi per la trasformazione digitale

Il modello di EDI 5.0 non si limita agli strumenti tecnologici, ma integra aspetti organizzativi, culturali e di sostenibilità, aiutando le imprese a rinnovarsi in modo completo e strutturato. Il Digital Innovation Hub di Confcommercio offre alle aziende un pacchetto di servizi mirati che comprendono:

- il miglioramento della presenza online;
- il potenziamento della sicurezza informatica;
- la digitalizzazione dei processi interni;
- l'accesso facilitato al credito.

Gli SPIN: sportelli di prossimità per la digitalizzazione

Cuore operativo del progetto sono gli SPIN - Sportelli di Innovazione Digitale,



distribuiti sul territorio e accreditati come punti di riferimento locali per le imprese. Uno di questi è attivo presso la Confcommercio di Cesena tramite Groove, dove team specializzati offrono supporto diretto agli imprenditori.

Le imprese che si rivolgono agli SPIN ricevono gratuitamente una valutazione completa su:

- il proprio posizionamento digitale;
- la vulnerabilità informatica;
- la capacità di accesso a finanziamenti;
- il livello di digitalizzazione nel settore dell'ospitalità;
- la sostenibilità aziendale.

Dalla diagnosi alla strategia

Dopo questa prima analisi, gli esperti dello SPIN affiancano l'impresa nella costruzione di un piano d'azione su misura: ottimizzazione del sito web, protezione dei dati e dei sistemi IT, supporto nel reperimento di risorse finanziarie e accompagnamento nel processo di digitalizzazione.

Grazie al Polo EDI 5.0, Confcommercio cesenate porta la trasformazione digitale nelle mani delle imprese, rendendola accessibile, concreta e sostenibile. Un'opportunità preziosa, resa possibile anche dai fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, per affrontare con competenza e visione le sfide dell'economia digitale.

Per informazioni e approfondimenti

EBITER, ACCORDO PER IL SOSTEGNO AL LAVORO

Terziario, più tutele e rimborsi per imprese e lavoratori

Dal 1° giugno 2025 nuove prestazioni per dipendenti e aziende. L'importante accordo sul sostegno al lavoro viene così commentato dal presidente di Ebiter territoriale Gianluca Bagnolini (nella foto): "Si tratta di un accordo importante che prevede l'aumento di risorse e prestazioni di welfare per le lavoratrici e i lavoratori delle imprese del terziario. Confcommercio cesenate, Filcams Cisl, Fisascat, Cisl Romagna e Uiltucs Uil Cesena hanno confermato con questo accordo l'importanza strategica dell'ente bilaterale Ebiter Cesena per sostenere concretamente il settore del terziario all'insegna del pieno rispetto delle regole e del contratto collettivo nazionale di settore".

Tra le novità: contributi per libri scolastici, centri estivi, danni da eventi atmosferici e incentivi per l'innovazione aziendale. Nuove opportunità per aziende e lavoratori del commercio, distribuzione e servizi. L'E.bi.ter. Cesena (Ente Bilaterale del Terziario) ha annunciato l'adozione del nuovo Regolamento del Fondo So-



stegno al Reddito e del Welfare, siglato il 26 giugno 2025 dalle parti sociali Confcommercio, Filcams-CGIL Forlì-Cesena, Fisascat-CISL Romagna e Uiltucs-Uil Cesenate.

Dal 1° giugno 2025, entrano ufficialmente in vigore importanti novità sul fronte delle prestazioni e dei rimborsi, destinate sia ai lavoratori che alle imprese aderenti all'ente. Per i lavoratori sono confermati i contributi già esistenti per il sostegno ai figli a carico, ma il pacchetto welfare si arricchisce con tre nuove misure:

- Rimborso per l'acquisto di libri scolastici, con un massimale annuo per ciascuno dei primi due figli iscritti alle scuole medie inferiori e superiori;
- Contributo alle spese per centri estivi, con un tetto massimo per nucleo familiare;

- Supporto economico per danni all'abitazione principale in caso di eventi atmosferici straordinari.

Anche per le imprese del territorio cesenate arrivano nuove opportunità. Tra le misure introdotte dal nuovo regolamento:

- Contributo per progetti di innovazione tecnologica e formativa;
 - Rimborso per la redazione e l'aggiornamento del DVR (Documento di Valutazione dei Rischi);
 - Sostegno economico per l'ottenimento della certificazione di parità di genere;
 - Ripristino del contributo per la stabilizzazione dell'occupazione, utile a sostenere i contratti a tempo indeterminato.
- Con il nuovo regolamento, l'E.bi.ter. Cesena rafforza il proprio ruolo di strumento a sostegno della crescita economica e sociale del settore terziario locale, investendo in formazione, sicurezza e qualità del lavoro. Un segnale importante per imprese e famiglie, in un momento storico in cui il welfare integrativo gioca un ruolo sempre più centrale.

Ebiter, chi può accedere ai servizi

E.bi.ter. Cesena è l'ente bilaterale territoriale nato dall'applicazione del Ccnl Terziario - Distribuzione - Servizi sottoscritto da Confcommercio e dai principali sindacati di categoria (Filcams-Cgil, Fisascat-Cisl, Uiltucs-Uil). L'ente si occupa di promuovere occupazione, formazio-

ne, sicurezza sul lavoro, conciliazioni sindacali e misure di welfare per il territorio cesenate. Possono beneficiare delle prestazioni solo le aziende e i lavoratori regolarmente aderenti all'ente. L'adesione si perfeziona attraverso il versamento mensile dei contributi (0,15% della

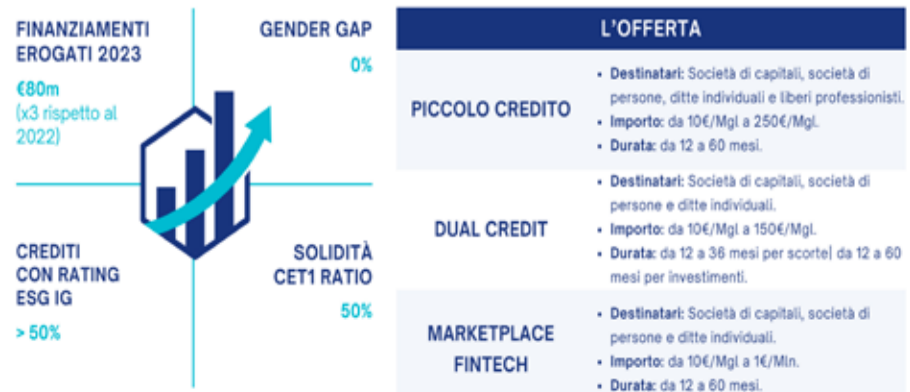
retribuzione base, di cui 0,05% a carico del lavoratore e 0,10% a carico dell'azienda), effettuabile tramite modello F24 oppure con bonifico bancario. Tutte le istruzioni e i dettagli sulle nuove prestazioni sono disponibili sul sito ufficiale: www.ebitercesena.it

finpromoter

PRESENTI NEL TUO FUTURO.

Fin.Promo.Ter, "strumento nazionale" di Confcommercio, da oltre 20 anni svolge attività di finanziamento e garanzia collettiva dei fidi in favore di micro, piccole e medie imprese e professionisti.

Secondo un approccio "multi-channel" mettiamo le nostre competenze finanziarie a disposizione delle imprese, garantendo un'offerta di prodotti/servizi capace di andare incontro alle loro esigenze finanziarie.



Filiale di Cesena
Via Giordano Bruno, 118



Giovanni Tassinari
g.tassinari@finpromoter.it
+39 345 3813667



Monica Pedulli
m.pedulli@finpromoter.it
+39 334 7903623