

CONFCOMMERCIO

CESENATE

Insero di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA

COMMERCIO = CITTÀ



Il presidente Augusto Patrignani al centro tra il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci

IL COMMENTO

Appello ai sindaci: difendete i negozi di vicinato

di AUGUSTO PATRIGNANI

La nostra coinvolta partecipazione all'Assemblea generale di Confcommercio a Bologna il 20 novembre scorso alla presenza del presidente Carlo Sangalli, ha offerto l'occasione per rilanciare

un messaggio che riguarda da vicino il Cesenate ma che si estende con la stessa urgenza all'intero territorio nazionale: la salvaguardia del commercio di prossimità deve diventare una priorità politica, amministrativa e culturale.

L'appello che rivolgo a tutti i sindaci del nostro comprensorio è chiaro: inserite con decisione il sostegno al commercio di vicinato tra le prime voci delle vostre agende. Come ha ricordato il presidente Sangalli, il commercio non è solo economia, ma è comunità, presidio sociale, qualità della vita. Il negozio sotto casa non è un semplice punto vendita: è un luogo di relazione, un elemento

di identità, un presidio quotidiano di vivibilità e sicurezza. Quando un'attività chiude, non perdiamo solo un servizio, ma un pezzo di comunità. Questo fenomeno, evidente nel Cesenate, attraversa l'intero Paese: centri storici che si svuotano, quartieri che perdono vitalità, territori che si impoveriscono di servizi essenziali. Per invertire la rotta serve una strategia condivisa.

Nel Cesenate, e in tutta Italia, occorrono misure concrete: agevolazioni fiscali e tributarie per chi mantiene o apre un'attività nei centri abitati; incentivi ai giovani imprenditori e alle imprese familiari che vogliono investire;

contributi per la digitalizzazione che permettano ai negozi tradizionali di competere senza perdere identità; progetti di rigenerazione urbana che migliorino sicurezza, illuminazione, decoro, accessibilità e parcheggi; sportelli comunali dedicati alle imprese per ridurre tempi e burocrazia; campagne locali di animazione commerciale capaci di riportare cittadini e turisti nei luoghi della socialità.

Difendere il commercio di prossimità significa difendere la vita dei nostri quartieri e la forza dei territori italiani. È il momento di mettere questo tema al centro, con coraggio e visione.

NAZIONE FUTURA E CONFCOMMERCIO LO RIPROPONGONO DAL 10 AL 12 APRILE 2026

Festival malatestiano della libertà alla quarta edizione

Il Festival della Libertà, giunto alla quarta edizione, che ha lanciato in città la stagione dei festival culturali e di opinione, grazie ai privati, incentrandosi sulla declinazione della libertà nelle tematiche economiche, sociali e politiche.

“Dopo il successo delle prime tre edizioni – annuncia il presidente di Nazione Futura, il cesenate Francesco Giubilei, promotore insieme a Confcommercio e Valori e Libertà –, il 10-11-12 aprile 2026 tornerà a Cesena il Festival Malatestiano della Libertà quest’anno con un format itinerante tra la Biblioteca Malatestiana e il Palazzo del Ridotto. Ci saranno indubbi vantaggi perché la location del palazzo del Ridotto permette di

accogliere un pubblico maggiore. Cesena si prepara a ospitare grandi ospiti locali e nazionali per discutere del tema della libertà declinato a trecentosessantadue gradi, il marchio di fabbrica della rassegna che si caratterizza per la polifonia delle voci, appartenenti a tutti gli schieramenti, perché l’obiettivo è quello di favorire la circolazione delle idee nei dibattiti e nelle tavole rotonde”.

Ancora una volta converranno ai convegni scrittori, professori, giornalisti di risonanza nazionale che si confronteranno su argomenti dedicati a come si declina la libertà nei vari segmenti dell’agire umano. La riuscita dell’iniziativa è



dimostrata dal fatto che nel 2025 si è svolta una prima edizione autunnale anche a Forlì e il forma potrebbe estendersi in Romagna mentre l’evento a Cesena in primavera sarà promosso dalle asso-

ciazioni Nazione Futura, Valori e libertà, Labora con il contributo di Confcommercio cesenate e il coinvolgimento di altre realtà territoriali del mondo associazionistico, dell’educazione e imprenditoriale.

“Che cosa c’entra un’organizzazione di rappresentanza delle imprese con il Festival malatestiano della Libertà? C’entra eccome – afferma il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani -. Un moderno corpo intermedio sa che deve agire anche sul terreno culturale e della circolazione delle idee per creare un ambiente più favorevole allo sviluppo. Per più giorni, centinaia di persone partecipano agli

incontri con scrittori, giornalisti e intellettuali di rilievo nazionale, imperniati sul tema della libertà e sul suo rapporto con la politica, la giustizia, la cultura, l’ambiente e il pensiero “politicamente scorretto”. È una vera full immersion nei grandi temi della contemporaneità, dove la cultura liberale e conservatrice dialoga con quella di sinistra e progressista, in un confronto vivace e costruttivo. Confcommercio Cesena è orgogliosa di essersi avventurata in un terreno per lei inizialmente inesplorato, ottenendo ottimi risultati e contribuendo a far crescere la reputazione della città come luogo di confronto e libertà”. Nella foto Francesco Giubilei e Augusto Patrignani.

PRESIDI COMMERCIALI E CULTURALI DA VALORIZZARE

Iniziativa culturale toccasana per le librerie della città

Confcommercio Cesenate esprime soddisfazione per il successo dei recenti appuntamenti culturali che hanno animato la città, in particolare il Festival Agorà appena concluso e il collaudato Festival Malatestiano della Libertà che tornerà ad aprile, due iniziative che hanno portato nel centro storico di Cesena un ricco calendario di incontri, dibattiti, presentazioni e momenti di confronto aperti al pubblico. L’associazione auspica che, tra le ricadute



positive di questi eventi, ci sia anche un effetto duraturo sul tessuto commerciale cittadino, in particolare sulle librerie del centro storico, autentici presidi di cultura, socialità e conoscenza.

Nel cuore della città operano ben sei librerie, tra marchi nazionali e realtà indipendenti, che ogni giorno con passione e professionalità promuovono la lettura, organizzano presentazioni, coinvolgono autori e lettori e mantengono vivo il dialogo

culturale. Confcommercio Cesenate le elogia per l’impegno costante e per la capacità di innovarsi in un contesto economico complesso, contribuendo a rendere il centro storico un luogo di incontro, pensiero e partecipazione.

Secondo l’associazione, la sinergia tra eventi culturali di alto livello e la rete dei commercianti del centro può generare un circolo virtuoso che unisce cultura e impresa, rafforzando l’identità e l’attrattività di Cesena. Festival come Agorà e quello Malatestiano della Libertà – sottolinea Confcommercio – rappresentano non solo un’occasione di crescita culturale, ma anche un volano economico per le attività del territorio.

L’auspicio è che l’“onda lunga” di queste manifestazioni continui nei prossimi mesi, sostenendo le librerie e tutte le realtà che contribuiscono a rendere Cesena una città viva, colta e ospitale.

CONFCOMMERCIO CESENA

“Servono ristori per le attività penalizzate dai cantieri”

Il presidente di Confcommercio Cesena, Augusto Patrignani, interviene dopo la comunicazione del Comune secondo cui nel 2025 non saranno concessi ristori alle attività economiche danneggiate dai lunghi lavori pubblici, come quelli in piazza Aguselli (nella foto) e nell’area ex Oir, rinviando eventualmente al 2026 la possibilità di un bando.

«È una decisione che lascia l’amaro in bocca – dichiara Patrignani -. In oltre quarant’anni, durante la quindicina di cantieri che hanno interessato il centro



storico, non è mai stato riconosciuto un ristoro alle imprese penalizzate. È ora di cambiare rotta e di seguire l’esempio di altre città, come Bologna, che prevedono indennizzi per le attività danneggiate dai lavori pubblici. Si tratta di un elementare principio di equità: i commercianti sono lavoratori come tutti gli altri, e se le condizioni provocate dai cantieri riducono la possibilità di operare e di incassare, l’ente pubblico deve

intervenire con ristori adeguati. Non si tratterebbe di cifre tali da mettere in difficoltà il bilancio comunale, ma di un segnale concreto e simbolico di vicinanza verso chi contribuisce ogni giorno alla vitalità del centro storico».

Patrignani ricorda come caso limite «la moria di attività in piazza della Libertà, dove neppure un cantiere durato tre anni e mezzo non portò a nessun ristoro per i commercianti affossati dai disagi».

«L’auspicio di Confcommercio – conclude – è che dal 2026 il Comune introduca un sistema strutturale di ristori per i cantieri che si protraggono oltre il mese, parametrato alla durata dei lavori. E che tali interventi siano istituzionalizzati, senza sostituire gli altri incentivi alle imprese, ma affiancandoli in un’ottica di equità, sostegno e responsabilità verso il tessuto economico della città.»

PROTOCOLLO PER PROMUOVERE LA CULTURA DELLA SOLIDARIETÀ Confcommercio e Avis, patto per le donazioni

Confcommercio e Avis, patto per le donazioni. Il protocollo d’intesa siglato a livello nazionale tra Confcommercio-Imprese per l’Italia e Avis segna un passo importante nella promozione della cultura della solidarietà, della prevenzione e della donazione del sangue. L’accordo mira a diffondere la donazione volontaria, anonima e gratuita e a valorizzare il ruolo delle imprese nella tutela della salute e nella responsabilità sociale.

Il presidente di Confcommercio Cesenate, Augusto Patrignani, sottolinea con convinzione il valore dell’intesa e l’intenzione di declinarla anche a livello locale: “Confcommercio Cesenate è orgogliosa di far parte di un progetto che unisce due realtà profondamente radicate nella società italiana. La nostra organizzazione riveste un ruolo importante nella promozione di stili di vita sani, nel sostegno alle



iniziative solidali e nella diffusione di una cultura della partecipazione e del dono. Vogliamo coinvolgere le nostre imprese in un percorso condiviso di responsabilità sociale, affinché diventino luoghi di sensibilizzazione e di esempio civico.” Il protocollo prevede campagne di sensibilizzazione nei luoghi di lavoro, iniziative congiunte con le scuole e le università e l’istituzione di un “bollino etico” per le imprese che sosterranno concretamente i valori del dono e della salute.

“Ci auguriamo – prosegue Patrignani – che questa collaborazione favorisca una sempre

più ampia partecipazione, soprattutto da parte dei giovani. Donare sangue è un gesto di grande valore civico che salva vite, rafforza i legami comunitari e fa crescere il senso di appartenenza. Promuovere la cultura del dono significa investire sul futuro e sulla coesione sociale.” Ecco la versione rivista, con di un “bollino etico” per le imprese che sosterranno concretamente i valori del dono e della salute.

Nel 2025, in Italia, i donatori di sangue sono stati oltre 1,6 milioni, con più di 3 milioni di donazioni e un incremento dell’1,5% del plasma inviato alla produzione farmaceutica nei primi nove mesi dell’anno. Un segnale positivo che testimonia come la solidarietà, se sostenuta da reti forti come quella tra Avis e Confcommercio, possa davvero diventare motore di comunità.

INDAGINE CONFCOMMERCIO. PROPOSTE PER CONTRASTARE LA RIDUZIONE DELLE CHIUSURE

Commercio a rischio, un negozio su cinque destinato a sparire entro il 2025



Commercio a rischio: un negozio su cinque destinato a scomparire entro il 2025 nel prossimo decennio anche nel Cesenate. Dal rapporto dell’Ufficio Studi di Confcommercio, presentato all’iniziativa “In Città – Spazi che cambiano, economie urbane che crescono”, tenutosi a Bologna, a cui ha partecipato una delegazione di Confcommercio cesenate con il presidente Augusto Patrignani (nella foto), il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci e membri della giunta, emerge che negli ultimi dodici anni il tessuto commerciale italiano ha subito una contrazione profonda: più di 140mila attività al dettaglio, tra negozi e ambulanti,

hanno cessato l’attività.

“Anche per il prossimo decennio lo scenario è penalizzante anche nel Cesenate e Confcommercio chiede di intervenire – afferma il presidente Augusto Patrignani -: propone che i diversi livelli di governo – nazionale, regionale e locale – collaborino alla creazione di un quadro stabile, coerente e abilitante per la valorizzazione delle economie di prossimità e delle imprese del terziario di mercato. A livello comunale, si propone la redazione di programmi pluriennali per l’economia di prossimità, strumenti integrati



per coordinare le diverse azioni di contrasto alla desertificazione commerciale. Tra le misure più efficaci: patti locali per la riattivazione dei locali sfitti, con canoni calmierati e incentivi coordinati tra pubblico e privato; interventi di anima-

zione urbana e accompagnamento all’avvio d’impresa, promossi da Comuni e associazioni di categoria; azioni per una logistica urbana sostenibile e integrata nei sistemi digitali; piattaforme di welfare territoriale che permettano alle imprese di erogare crediti spendibili nei negozi e servizi di prossimità; partenariati tra imprese del terziario di mercato e operatori immobiliari, per integrare nei nuovi interventi di rigenerazione urbana spazi destinati ai servizi di quartiere e alla vita comunitaria”.

A livello nazionale, Confcommercio chiede di garantire un coordinamento stabile delle politiche urbane e territoriali, promuovendo linee guida condivise e l’integrazione dei diversi programmi e fondi europei e nazionali in una strategia unitaria dedicata alla rigenerazione urbana e al rafforzamento delle economie locali. A livello regionale, è fondamentale

valorizzare e armonizzare l’esperienza dei Distretti Urbani dello Sviluppo Economico, superando la frammentazione normativa e definendo regole minime comuni per il funzionamento, la governance e il coinvolgimento degli attori locali.

CESARE ARIENTI, BAR E NEGOZIO A VILLACHIATICHE

“Da una vita in Confcommercio perché siamo trattati bene”



A Villachiviche il tempo è come se si fosse fermato, nel bar e alimentari, non uniti ma adiacenti 'dalla Pia', dove Cesare Arienti (nella foto), associato a Confcommercio, 68 anni, continua una grande opera. Quella avviata dalla nonna Estella Farneti che aprì l'attività nel 1947 a Sant'Egidio e che poi nel 1951 si spostò a Villachiviche dove, da allora, è un punto di riferimento di cui la città intera va fiera.

“La mamma Pia, che è morta a 102 anni nel 2020 - rievoca Arienti - subentrò nel

1957 insieme al babbo, Domenico Arienti; avemmo anche una gelateria. Io da quando avevo tredici anni ho vissuto nel bar e nel negozio come se fosse la mia casa e quando ho avuto l'età giusta sono subentrato e sono orgoglioso di essere stato il continuatore di una attività che conta 78 anni di storia. Ho tanti clienti, fidelizzati ma anche nuovi, e mi sdoppio tra bar e negozio, di qua e di là, ma per me è ancora un piacere servire la clientela fatta di amici e persone care”.

“La Confcommercio? Che bei ricordi! - Continua Arienti - siamo in associazione da sempre e ho girato un po' in tutte le sedi, da piazza Pia a contrada Chiaramonti, dalle concessionarie a quella attuale. Mi è sempre piaciuto andare dai 'Commercianti', come si diceva un tempo. E così la mamma e prima ancora la nonna erano molto soddisfatte, perché siamo sempre stati trattati bene come persone e abbiamo avuto servizi eccellenti. In Confcommercio non ci siamo mai sentiti dei numeri, c'è un approccio umano che fa sentire bene, e sono cose che contano”.

STORICA IMPRESA AGROLIMENTARE

Ottantesimo compleanno per due: Confcommercio e 'Biondi Giulio'



Un ottantesimo doppio unisce quest'anno Confcommercio cesenate e la storica azienda cesenate 'Biondi Giulio', fondata nel 1945 dal capostipite da cui prende il nome. Oggi, alla terza generazione con Gianluca Biondi, 35 anni, in azienda dal 2016 e la cugina, 33 anni, entrata nel 2020, l'impresa continua a rappresentare un punto di riferimento nel settore, con lo stabilimento produttivo a Pievesestina

e il negozio storico in corso Cavour, nel cuore di Cesena. Gianluca Biondi (nella foto) sottolinea con orgoglio il legame con l'associazione.

«Nel 2020, in occasione delle celebrazioni per il nostro 75° anniversario - afferma - Confcommercio ci ha accompagnato passo dopo passo nell'organizzazione dell'evento, dimostrando di essere una partner affidabile e vicina alle esigenze delle imprese. Anche oggi continua a metterci al centro di relazioni importanti e di opportunità di crescita, grazie a percorsi di formazione e consulenza di alto livello. Essere in Confcommercio è una garanzia di poter avere opportunità continue di crescita in un ambiente favorevole che mi sento di consigliare a tutti coloro che fanno impresa».

Un legame dunque che unisce tradizione e futuro, nel segno della collaborazione tra Confcommercio e Biondi Giulio, due realtà che quest'anno festeggiano insieme ottant'anni di storia e di radicamento nel territorio cesenate.

IL TITOLARE DEL RISTORANTE 'LA GNAFFA' A SALA DI CESENATICO

“Confcommercio casa nostra già dal dopoguerra”



“Noi stiamo bene ai Commercianti”. Paolo Buratti (nella foto), titolare del ristorante 'La Gnaffa' a Sala di Cesenatico ricorda che lo diceva spesso il babbo Goffredo in Confcommercio dal dopoguerra, quando si mise al timone dell'osteria, che era stata avviata nel lontano 1904, una delle imprese associate storiche che coprono l'arco degli ottant'anni di storia di Confcommercio.

“Già i miei genitori, il babbo e la mamma Giuliana Manzi, si fidelizzarono in Ascom

e quando ai primi anni Ottanta entrai in azienda - osserva Paolo Buratti, classe 1959 - per me fu naturale affezionarmi a Confcommercio, alla sua sede, alle sue persone, serie e per bene. Buoni servizi, continuità dei dipendenti e quindi di punti di riferimento e un'associazione stimolante. Sono proprietario anche di un albergo a Cervia e mi servo della locale Confcommercio, con identica soddisfazione. Un'associazione che ha un'altra marcia e un altro orizzonte rispetto ai professionisti privati, pur bravissimi che siano”.

‘La Gnaffa è un pezzo gustoso’ di storia romagnola, tempio di buona cucina. “Oggi molti si avventurano nel settore della ristorazione - constata Buratti -, noi di una volta puntiamo su tradizione, qualità e amore al mestiere, sui quali si innesta l'innovazione. Confcommercio e il sindacato Fipe ci aiutano a stare al passo coi tempi e noi chiediamo di aiutarci a ridurre la burocrazia che ci toglie tempo e risorse in maniera insopportabile complicando un mestiere che sarebbe bello”.

IL RISTORANTE BRUSTLON A MERCATO SARACENO

“Con Confcommercio siamo al sicuro”

Il ristorante Brustlon a Mercato Saraceno sorse a fine Ottocento e vanta una magnifica storia secolare. Dal 1978 è subentrata la famiglia Castellani con Ortensio e la moglie Graziella Turci, rilevati da Stefania Neri, nuora, e dalla figlia Elena Castellani (nella foto), che hanno dato nuovo lustro a una storia infinita. “Siamo una trattoria di tradizione, la carne alla brace con il camino a legna è il nostro piatto forte - afferma Stefania -. Buona cucina, ambiente caldo, il camino che rimanda al tepore della casa, perché vogliamo fare sentire gli amici i clienti proprio come se fossero nel luogo più caro. Ma la tradizione non basta, ci innoviamo per



essere al passo con i tempi e competere, visto che l'offerta largheggia”. “Confcommercio è sempre stata la nostra casa - affermano Stefania Neri - e noi abbiamo ereditato l'appartenenza da chi c'era prima di noi. Non siamo rimasti per pigrizia, ma perché abbiamo trovato professionisti seri impegnati per favorire chi fa impresa nei territori collinari e montani. In associazione ci sentiamo al sicuro, seguiti, accompagnati e presi in cura. Ci piace come veniamo tutelati anche per la riduzione degli adempimenti burocratici che ci soffocano. Confcommercio è capace di darci voce”.

LA TITOLARE DEL RISTORANTE ALLEGRIA A CIOLA

“La nostra Confcommercio ci ha sempre voluto bene”

L'Allegria a Ciola di Mercato Saraceno, tempio delle vecchie ricette, dove si ascende per mangiare come Dio comanda, è una storia di prelibata cucina, intense relazioni e persone belle. I fondatori ai primi del secolo scorso furono Lazzaro Balzani detto 'Allegria', di qui il nome ('Andiamo da 'Allegria'), e la moglie Domenica Sensini, detta Minghina. La figlia Bianca Balzani, e la figlia di lei nonché nipote dei pionieri fondatori e attuale conduttrice è Annacaterina Cangini (nella foto con la figlia). Un mito culinario, questa dinastia.

“Io entrai nel ristorante nel 1972 a fianco della mamma - rievoca Annacaterina - e non sono più uscita. Il nostro piatto forte? L'ospitalità, a tavola per me la selvaggina ma i clienti potranno rispondere meglio. Per noi questa è una trattoria di famiglia, anzi della famiglia, qui si respira ancora l'aria del nonno e della



nonna e degli alberi che risalgono al 1904. Siamo orgogliosi di questa storia secolare e della tradizione che si rinnova”.

“Con Confcommercio è stata intesa a prima vista - prosegue Annacaterina Cangini - la mamma e prima ancora i nonni si servivano in associazione e conserviamo affissi in bella vista gli attestati che Confcommercio ci ha rilasciato per la nostra lunga militanza. Sono riconoscimenti belli e importanti, c'è chi come Confcommercio pensa a noi, ci considera, ci premia e ci vuol bene. E quelle ragazze in associazione con cui ci rapportiamo sono veramente bravissime, non possiamo chiedere di meglio, brave e ci mettono passione. Senza passione il lavoro non riesce bene, lo sappiamo bene all'Allegria dove è l'ingrediente migliore per metterci ai fornelli e trattare come si deve i nostri clienti”.

SERGIO SARAGONI, OSTERIA DEL GALLO DI SAVIGNANO

“Il legame con Confcommercio dura fedele nel tempo”

In via Guidoni, nel cuore di Savignano, l'Osteria del Gallo, è luogo simbolo della gastronomia romagnola. Le sue origini risalgono al XVII secolo - Oggi a guidarla è Sergio Saragoni, 71 anni, affiancato dalla figlia Ilaria ai tavoli e dal figlio Enrico e la moglie Marialuisa in cucina (nella foto). Subentrato ai genitori Orlando e Giulia, che negli anni Sessanta provenendo da Sogliano rilevarono i locali, Saragoni ha saputo unire rispetto per la memoria e spirito d'innovazione, mantenendo intatto lo stile accogliente e la qualità che da sempre contraddistinguono la casa.

«Il nostro ristorante - racconta Saragoni - conserva l'autenticità, l'ospitalità e la qualità che ci hanno fatto conoscere e apprezzare anche da tanti clienti illustri,



dal tenore Andrea Bocelli al maestro Paolo Olmi. Il nostro impegno è continuare a tenere alto il nome di un tempio storico della gastronomia romagnola». «Come ogni impresa - sottolinea Saragoni - un ristorante

ha bisogno di professionisti e persone di fiducia. Noi li abbiamo sempre trovati in Confcommercio, con cui si è instaurato un rapporto proficuo, grazie ai suoi ottimi professionisti, all'organizzazione e anche alla qualità umana delle persone. E la Fipe, il sindacato dei pubblici esercizi, rappresenta per noi un punto di riferimento costante, che ci aiuta a restare aggiornati e competitivi in un settore in continua evoluzione».

LE CELEBRAZIONI DELLA FEDERAZIONE PUBBLICI ESERCIZI

Primi ottant'anni di Fipe Confcommercio



La Fipe Confcommercio ha celebrato ottant'anni di storia di impresa, persone e territorio. Il presidente cesenate Angelo Malossi (nella foto) in concomitanza con i festeggiamenti nazionali rimarca che "questa ricorrenza non è solo memoria, ma un'occasione per riaffermare il valore sociale delle nostre imprese, vere custodi di relazioni, cultura e identità. Siamo nati lo stesso anno di Confcommercio e anche in questo territorio siamo tra i pionieri della rappresentanza".

"Oggi - spiega - in Italia operano oltre 300.000 pubblici esercizi,

con più di 1,1 milioni di addetti, di cui il 60% donne e il 30% under 35. Numeri che dimostrano quanto il settore sia un formidabile ascensore sociale e un presidio di coesione". Anche nel territorio cesenate il comparto è in crescita: "Negli ultimi anni - ha sottolineato Malossi - abbiamo assistito a un aumento del 6% delle imprese attive tra bar, ristoranti e locali, con un forte ingresso di giovani e nuove aperture che uniscono tradizione e innovazione". "Dall'Alta Valle del Savio alla riviera, passando per l'entroterra, la ristorazione e l'accoglienza rappresentano un motore economico diffuso, capace di generare lavoro e attrattività turistica. Ogni locale - aggiunge Malossi - è un presidio di socialità, sicurezza e legalità, un punto d'incontro che dà vita ai nostri borghi e alle nostre città".

Malossi ribadisce la visione ispirata dal tema nazionale 'Impresa, Bene Comune': "La nostra missio-

ne è coniugare libertà economica e responsabilità sociale, competitività e umanità. Vogliamo un sistema di imprese che produca valore economico ma anche utilità collettiva, in linea con l'Economia della speranza e della cura richiamata da Papa Francesco". Ci sono però problemi. "Alti costi di gestione, adempimenti burocratici eccessivi, crisi dei consumi e ricambio generazionale complesso".

"I bar e i ristoranti dimostrano bene che l'impresa - conclude Malossi - non è un fatto privato ma un bene comune. Senza impresa non c'è lavoro, e senza lavoro non c'è comunità. La Fipe continuerà ad essere la casa dei pubblici esercizi del territorio, luogo di rappresentanza, dialogo e valori. Perché dietro ogni bar, ristorante o locale c'è una storia di famiglia, sacrificio e passione che racconta l'anima più autentica di Cesena e della Romagna".

AGENTI DI COMMERCIO DA TUTELARE

Fnaarc contro i contratti pirata

Fnaarc contro i contratti pirata. «I contratti pirata, tema caldo sollevato da Confcommercio e dal presidente Carlo Sangalli - dichiarano



Alberto Petranzan, presidente nazionale Fnaarc, e Augusto Patrignani, presidente cesenate (nelle foto) - hanno un'analogia anche nella rappresentanza commerciale, dove valgono gli Accordi Economici Collettivi sottoscritti da Fnaarc con le principali organizzazioni del commercio e dell'industria. Sempre più aziende utilizzano impropriamente le figure di procacciatore d'affari o consulente al posto dell'agente di commercio, pur senza i requisiti, creando confusione nei rapporti di lavoro e vanificando le intese sindacali.» In Italia operano 210.000 agenti di commercio e circa 40.000 procaccia-



tori d'affari. Secondo Fnaarc, la distinzione è sostanziale: l'agente svolge attività stabile e continuativa, con iscrizione Enasarco e tutele previdenziali e sanitarie; il procacciatore opera invece in modo occasionale, senza garanzie civilistiche. L'uso improprio del contratto da procacciatore per mascherare un rapporto di agenzia è scorretto e rischioso, poiché può comportare accertamenti fiscali e previdenziali e la perdita di agevolazioni. «Occorre fare ordine e inquadrare correttamente ciascuna figura - precisa Augusto Patrignani -: se c'è stabilità e continuità nel rapporto, si tratta di un agente di commercio, non di un procacciatore. Gli Accordi Economici Collettivi restano la garanzia di equità, trasparenza e sostenibilità nei contratti".

PRESTIGIOSO RICONOSCIMENTO PER IL PRESIDENTE REGIONALE E CESENATE

Andreoli confermato nel consiglio nazionale Fiva



Il cesenate Alverio Andreoli, presidente regionale e cesenate della Fiva Confcommercio (Federazione Italiana Venditori Ambulanti), è stato nuovamente nominato nel consiglio nazionale della federazione, che ha visto la rielezione di Giacomo Errico alla presidenza. Una riconferma che premia l'impegno e la competenza di Andreoli, da anni punto di riferimento per gli operatori del commercio su aree pubbliche dell'Emilia-Romagna. «La nostra missione - sottolinea Andreoli - è accompagnare la categoria nelle sfide della modernità, aiutando le imprese ambulanti

ad affrontare i cambiamenti del mercato e a qualificare sempre di più il lavoro, favorendo anche il ricambio generazionale, indispensabile per dare nuova linfa ai mercati che rappresentano i più autentici centri commerciali a cielo aperto delle nostre città. Il calo dei consumi è un dato di fatto, ma può essere contrastato solo con politiche che aumentino il potere d'acquisto delle famiglie e con iniziative di valorizzazione del commercio di prossimità.» Andreoli evidenzia le principali azioni condotte da Fiva a sostegno della categoria: «Stiamo lavorando su più

fronti: dal dialogo costante con le istituzioni per la tutela delle concessioni e la semplificazione normativa, alla formazione professionale per rendere gli operatori più competitivi, fino ai progetti di digitalizzazione e promozione dei mercati come luoghi di socialità e qualità. Sosteniamo inoltre campagne per il rinnovo delle licenze, per l'accesso al credito agevolato e per la valorizzazione dei prodotti tipici locali, che rappresentano la vera forza del nostro comparto.» «Sono davvero orgoglioso e soddisfatto - conclude Andreoli - di poter continuare a rappresentare i colleghi ambulanti anche nel consiglio nazionale. È un incarico che vivo come un riconoscimento al lavoro svolto in questi anni e come una responsabilità verso una categoria che merita attenzione, rispetto e nuove opportunità di crescita.»

Nella foto Alverio Andreoli e Giacomo Errico, presidente nazionale Fiva.

SUCCESO DEL CONVEGNO DI FNAARC

Accordi economici collettivi da rinnovare

Agenti di commercio cesenati a raduno. Sabato 22 novembre nella sede di Confcommercio Cesenate, si è tenuto un importante Convegno Fnaarc dedicato al tema del rinnovo dell'Accordo economico collettivo (Aec) per gli agenti e rappresentanti di commercio. Interverranno il presidente nazionale Fnaarc Alberto Petranzan e quello cesenate e provinciale Augusto Patrignani. A Cesena affiliati a Fnaarc operano circa 200 agenti, una categoria strategica per la vitalità del tessuto economico locale.

L'accordo economico collettivo è il contratto nazionale che disciplina il rapporto tra agenti di commercio e aziende mandanti: definisce diritti, doveri, indennità di fine rapporto, provvigioni, tutela previdenziale e condizioni operative. È lo strumento che garantisce equilibrio e certezza nei rapporti professionali, adattando-

li alle trasformazioni del mercato. Il Presidente nazionale Fnaarc, Alberto Petranzan, sottolinea: «Il rinnovo dell'Aec è necessario per aggiornare regole che devono sostenere una professione oggi centrale nella distribuzione e nella promozione dei prodotti italiani. Vogliamo accordi moderni, che riconoscano ruolo e responsabilità degli agenti».

Il Presidente Fnaarc Cesena, Augusto Patrignani, aggiunge: «Per il nostro territorio l'Aec è fondamentale: dà stabilità agli agenti e favorisce rapporti corretti con le aziende. Il confronto nazionale si riflette direttamente sulla quotidianità dei professionisti cesenati». L'incontro è stato un momento di informazione e dialogo aperto agli operatori del settore.

Nella foto un momento del convegno.



NACQUE 40 ANNI FA L'ASSOCIAZIONE DEI COMMERCianti DEL CENTRO ADERENTE A CONFCOMMERCIO

Centro storico, i commercianti pionieri degli eventi

Confcommercio Cesenate fa memoria del quarantesimo anniversario dell'Associazione dei Commercianti del Centro Storico di Cesena. Un organismo nato nel 1985, in un contesto cittadino molto diverso da quello odierno, quando un gruppo di imprenditori affiliati alla Confcommercio decise di unirsi per promuovere la vitalità del centro urbano e avviare un modello di collaborazione che avrebbe anticipato di anni il moderno concetto di centro commerciale naturale.

«Fu un'intuizione straordinaria - evidenzia il direttore Giorgio Piastra (nella foto in alto), allora da poco assunto in Confcommercio - resa possibile dalla visione del direttore Franco Pieri (nella foto al centro), dell'allora presidente Lanfranco Morganti e, soprattutto, dei commercianti stessi, che compresero la necessità di unire le forze. A presiedere la nuova realtà fu Costanzo Riva (nella foto in basso), noto commercian-

te di abbigliamento di via Zeffirino Re, figura stimata per equilibrio e capacità organizzativa. Era un gruppo di operatori affiatati, capaci di vedere oltre ed erano aiutati da un'organizzazione all'avanguardia. Grazie a quel nucleo di imprenditori, il centro storico iniziò a vivere una stagione di fermento: sfilate di moda, tra cui una memorabile in piazza del Popolo, iniziative culturali, spettacoli e attività coordinate direttamente dai negozianti, veri pionieri di un modo nuovo di concepire il ruolo del commercio in città. Il fatto importante è che furono i privati a spingere poi il pubblico, cioè il Comune, a porsi sulla scia dei pionieri".

«Allora - rimarca il presidente di Confcommercio Cesenate Augusto Patrignani - il centro era un catalizzatore di vita grazie a una maggiore accessibilità, a una più ampia disponibilità di parcheggi e alla totale assenza della concorrenza dei due centri commer-



ciali che vennero successivamente realizzati a ridosso del cuore urbano. Una scelta che Confcommercio non approvò, non per un atteggiamento ostile verso la grande distribuzione che non esiste, ma perché quelle strutture, collocate così vicino al centro, si sarebbero trovate non in integrazione come si disse, ma in aperta competizione con esso, indebolendone la vitalità.

Nel Pantheon della storia di Confcommercio, quei commercianti «pionieri» di piazza del Popolo, via Zeffirino Re, corso Mazzini, corso Garibaldi, corso

Sozzi e delle altre arterie terziarie del centro occupano oggi un posto di rilievo: a loro si deve l'avvio di un percorso innovativo che ha segnato per sempre la vita commerciale della città. A quarant'anni di distanza, la loro eredità rimane più attuale che mai: la consapevolezza che il centro vive se a tenerlo vivo sono i suoi negozi, le sue attività e l'impegno costante degli imprenditori. Un patrimonio di idee, energia e passione che continua a guidare la comunità cesenate verso nuove strategie di valorizzazione urbana.

Libreria indipendente PER PICCOLI + 3 ANNI E GRANDI



QUESTO NATALE REGALA MONDI STRAORDINARI.

Vieni a trovarci lasciati incantare!

Tra scaffali misteriosi e oggetti magici, troverai storie che ti stavano aspettando.

FANTASY
HORROR FANTASCIENZA
THRILLER
GRAPHIC NOVEL

Non perderti nessuna novità, seguici sui nostri social e resta sempre aggiornato!



Via Strinati, 17 - 47521 Cesena (FC) - Cell 347.6579757 - libreria.damavoj@gmail.com

RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

Botteghe storiche, incentivi per sostenerle



Confcommercio cesenate e le botteghe storiche del territorio rappresentano da sempre un connubio affiatato, fondato su valori di tradizione, impresa e comunità. In occasione dell'80° anniversario della fondazione, Confcommercio Cesenate ha voluto incontrare alcune delle attività più longeve del territorio, autentici baluardi della nostra identità economica e sociale. «Abbiamo voluto celebrare - sottolineano il presidente di Confcommercio cesenate, Augusto Patrignani (nella foto) e il presidente Fipe pubblici esercizi cesenate Angelo Malossi - quelle imprese che, con la loro storia e la loro capacità di resistere ai cambiamenti, rappresentano l'anima più autentica del nostro tessuto urbano e umano». Tra le attività visitate figurano l'Allegria e Da Brustlon di Mercato Saraceno, la Gnaffa di Sala e l'Osteria del Gallo di Savignano, esempi virtuosi di continuità aziendale.

I presidenti Patrignani e Malossi ricordano

come «nel settore dei pubblici esercizi si trovano storie imprenditoriali straordinarie, che hanno dato vita a luoghi di incontro e di socialità. Basti pensare al Caffè Centrale di Mercato Saraceno, un locale storico meravigliosamente condotto dalla famiglia Bracciaroli recentemente chiuso, ma che un bando del Comune permetterà di riaprire, e che rimarrà per sempre nel cuore della comunità come simbolo di accoglienza e di tradizione».

Con l'entrata in vigore nel gennaio scorso dell'Albo Nazionale delle attività storiche, si è compiuto un passo decisivo verso la tutela di questo patrimonio. Ma Confcommercio cesenate chiede che il riconoscimento formale sia seguito da politiche concrete di sostegno. «Occorrono incentivi fiscali mirati, contributi per il rinnovamento dei locali e per l'efficientamento energetico, fondi per la digitalizzazione e per favorire il passaggio generazionale - afferma il presidente Confcommercio cesenate Patrignani -. Servono strumenti reali per aiutare le imprese a innovarsi senza snaturarsi, a restare competitive pur mantenendo la loro autenticità». «Le botteghe storiche - conclude Patrignani - non sono solo esercizi commerciali, ma presidi di vita, cultura e socialità. Sostenerle con misure efficaci significa investire sul futuro dei nostri territori e sulla qualità della nostra comunità».

SUCCESSO DEL CONVEGNO

Groove e Moxoff portano l'Intelligenza Artificiale nelle imprese manifatturiere romagnole

Il 13 novembre a Cesena Fiera, si è tenuto l'evento "L'AI che orchestra ogni nota d'impresa", un incontro che ha visto la collaborazione di due realtà d'eccellenza: Groove Srl e Moxoff Srl. Le due aziende hanno unito le loro competenze per portare l'Intelligenza Artificiale nelle imprese del settore manifatturiero, con l'obiettivo di migliorarne la competitività e la produttività.

Groove, azienda cesenate specializzata in soluzioni digitali, e Moxoff, realtà milanese leader nello sviluppo di AI e Modellistica Matematica, hanno creato una partnership strategica per supportare la trasformazione digitale delle imprese romagnole, puntando su soluzioni concrete e personalizzate.

Il focus dell'iniziativa è sull'applicazione dell'Intelligenza Artificiale come strumento di innovazione per le imprese locali. La collaborazione tra Groove e Moxoff si basa sull'integrazione di tecnologie avanzate per rispondere alle sfide specifiche del settore manifatturiero, come l'automazione dei processi, la gestione dei dati e la valorizzazione delle risorse umane. L'AI, infatti, viene proposta non come una soluzione teorica, ma come uno strumento pratico e misurabile, capace di migliorare ogni aspetto del business, dalla gestione clienti alla logistica interna.

Durante l'evento, i partecipanti hanno avuto l'opportunità di esplorare come l'Intelligenza Artificiale possa diventare una leva fondamentale per l'evoluzione delle imprese, grazie a un



approccio data-driven che, pur facendo uso di tecnologie avanzate, pone al centro l'uomo e le esigenze reali delle aziende.

Groove e Moxoff hanno rassicurato le imprese sul fatto che la sicurezza dei dati e la trasparenza sono alla base di ogni soluzione proposta, offrendo alle aziende la possibilità di mantenere il controllo sulle informazioni sensibili.

David Moscato, Ceo di Moxoff, ha sottolineato l'importanza di tradurre l'Intelligenza Artificiale in casi d'uso concreti e misurabili, che portino valore reale alle imprese. Enrico Marchesini, Ceo di Groove, ha ribadito che la tecnologia non deve essere mai fine a sé stessa, ma deve servire a generare vantaggi tangibili e duraturi per le aziende, stimolando un processo di crescita sostenibile.

L'evento ha avuto anche una funzione di sensibilizzazione, permettendo alle imprese locali di confrontarsi direttamente con esperti del settore e di comprendere meglio come l'AI possa essere integrata nelle loro attività quotidiane. La partnership tra Groove e Moxoff rappresenta quindi una pietra miliare nel percorso di trasformazione digitale delle imprese romagnole, che potranno contare su soluzioni concrete e personalizzabili per affrontare le sfide del futuro. Con l'obiettivo di fare della Romagna un hub di innovazione tecnologica, Groove e Moxoff sono pronte a guidare le imprese verso una nuova era di crescita e competitività.

Nella foto un momento del convegno

territoriali ed è presieduto da Gianluca Bagnolini. La tavola rotonda alla presenza del presidente di Fonte Maurizio Grifoni e l'intervento tecnico di Annamaria Selvaggio, direttore di Fonte, è stata preceduta dalla dettagliata introduzione del presidente Bagnolini e del presidente di Confcommercio Augusto Patrignani, che hanno inquadrato culturalmente l'importanza dell'adesione alla previdenza complementare nei settori di commercio, turismo e servizi.

Patrignani ha ricordato come il collaudato Fondo Fonte rappresenti una concreta opportunità per costruire una pensione integrativa a quella pubblica, attraverso un sistema trasparente, garantito e gesti-

RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO PER SHOPPING NATALIZIO

Sosta gratis un'ora in tutti i Comuni cesenati

I presidenti di Confcommercio cesenate rivolgono un appello corale ai primi cittadini del territorio affinché seguano l'esempio virtuoso del sindaco di Cesenatico, introducendo almeno un'ora di parcheggio gratuito durante lo shopping natalizio, da dicembre fino all'Epifania. Una misura semplice ma strategica, pensata per agevolare i clienti che frequentano i centri storici e per sostenere concretamente i negozi di prossimità nel periodo più importante dell'anno per il commercio.

A nome di tutti, il presidente cesenate di Confcommercio, Augusto Patrignani, sottolinea come questo intervento rappresenti un segnale concreto di attenzione verso le attività che animano le nostre città: botteghe, bar, piccoli esercizi che costituiscono un presidio sociale e un elemento identitario dei centri urbani. Un'ora di sosta gratu-

ita non è soltanto un incentivo a scegliere i negozi del centro, ma anche un modo per rendere più agevole e piacevole l'esperienza d'acquisto, rafforzando quel rapporto diretto tra commercianti e cittadini che è il cuore dell'economia locale.

Patrignani rimarca inoltre che è fondamentale garantire un'uniformità di provvedimenti all'interno delle Unioni dei Comuni, così da offrire regole chiare, coordinate e facilmente riconoscibili ai cittadini e ai visitatori. Un approccio omogeneo rafforza l'efficacia delle iniziative a sostegno del commercio di vicinato e aiuta a valorizzare l'intero territorio in modo equilibrato.

L'appello ai sindaci è quindi un invito a fare squadra: sostenere il commercio di prossimità significa sostenere la vitalità dei centri storici, l'occupazione, la qualità della vita e l'identità stessa delle comunità locali.

NUOVE APERTURE IN CENTRO

Il risveglio dei negozi di abbigliamento

Il presidente di Confcommercio Cesenate, Augusto Patrignani, evidenzia come nel corso del tempo il centro storico di Cesena si sia profondamente trasformato, diventando un'area sempre più orientata all'apertura di pubblici esercizi e locali di

gestione. Questa evoluzione ha cambiato il volto del cuore cittadino, che peraltro ancora si configura come un centro commerciale naturale a cielo aperto, dove la grande maggioranza delle categorie merceologiche è rappresentata.

Negli ultimi anni, tuttavia, alcune tipologie di attività si stanno progressivamente diradando, e il settore dell'abbigliamento vive una fase di criticità, segno di un mercato che risente dei mutamenti nelle abitudini di consumo e della concorrenza dei grandi centri commerciali. Non mancano però segnali positivi: negli ultimi mesi si sono registrate nuove aperture che po-



trebbero indicare una tendenza alla ripresa, riportando fiducia tra gli operatori del comparto. «Lo sforzo comune dell'amministrazione comunale, delle istituzioni e delle associazioni di categoria - afferma Patrignani - deve concentrarsi sul rilancio

del commercio di prossimità e sul sostegno al settore dell'abbigliamento, che da sempre rappresenta una delle principali attrattive per i visitatori del centro. L'auspicio di Confcommercio

è che grandi marchi e firme prestigiose scelgano di investire nel centro di Cesena, contribuendo a rafforzarne il ruolo di polo commerciale e sociale. Per raggiungere questo obiettivo sarà necessario rendere il centro più accogliente e attrattivo, attraverso interventi che migliorino l'arredo urbano, la vivibilità e l'ospitalità, incentivando così cittadini e visitatori a scegliere come luogo privilegiato per gli acquisti e la socialità.

CONSUMAZIONI CALATE DEL 4,6%

Distribuzione automatica con il segno meno

il settore della distribuzione automatica anche nel Cesenate dopo anni di timida ripresa, torna a registrare il segno meno. Nei primi sette mesi del 2025, infatti, le consumazioni sono calate del 4,6%, interrompendo il trend positivo che aveva caratterizzato il triennio post-pandemico. L'associazione Italiana della Distribuzione Automatica ha tenuto gli Stati Generali del vending. Dietro la flessione dei consumi si nascondono molteplici fattori, dal rallentamento della produzione industriale da cui dipende il 37% delle consumazioni totali e l'aumento della cassa integrazione. A pesare, inoltre, è l'impatto dell'inflazione. Eppure, nonostante le



difficoltà, il vending mantiene una forte presenza nella quotidianità: per il 79% consumatori le vending machine restano una soluzione comoda e veloce per bere o mangiare fuori casa, e per il 74% rappresentano un momento di evasione nella routine lavorativa. La distribuzione automatica conta circa 30mila addetti e tremila imprese in tutta Italia.

«Dietro ogni macchina automatica come ha ricordato il nostro presidente nazionale

Carlo Sangalli presente agli Stati Generali - mette in luce il presidente cesenate di Confcommercio Augusto Patrignani - c'è un lavoro qualificato, fatto di manutentori, logisti, operatori e tecnici specializzati. Confcommercio ha

caldeggiato un protocollo integrativo del contratto collettivo del commercio, capace di riconoscere le specificità di queste professionalità. Il vending non è più soltanto un canale di distribuzione, ma un ecosistema tecnologico che incrocia digitalizzazione, sostenibilità e innovazione dei consumi. Servono strumenti contrattuali adeguati per valorizzarlo e sostenerlo nella transizione che sta vivendo».

SUCCESSO DEL CONVEGNO A CESENA FIERA

Terziario e turismo, cresce l'adesione al fondo pensione Forte

Crescono la cultura previdenziale e anche nel territorio l'adesione a Forte, fondo pensione di categoria del terziario e del turismo. Se è ne parlato a Cesena Fiera a un partecipato convegno sul tema "Opportunità e vantaggi della previdenza complementare per le imprese del terziario", promosso da Ebiter, l'ente di laterale di cui fanno parte i sindacati confederali e Confcommercio

territoriali ed è presieduto da Gianluca Bagnolini. Fonte è un fondo negoziale nato dagli accordi tra le organizzazioni dei lavoratori e delle imprese del terziario. Permette di accumulare nel tempo un capitale che andrà ad affiancare la pensione Inps, garantendo ai lavoratori un futuro più sereno. Oggi, è stato messo in luce - è importante rafforzare la previdenza complementare, soprattutto per le giovani generazioni e per chi opera in un mercato del lavoro sempre più dinamico. Non si tratta solo di un dovere previdenziale ma di una vera scelta di responsabilità. Le imprese che informano e agevolano i propri collaboratori nell'adesione a Forte investono sul loro benessere.



Per le imprese i contributi versati al fondo rappresentano un vantaggio fiscale e uno strumento di welfare aziendale che rafforza il legame con i dipendenti.

Nella foto l'intervento del presidente Confcommercio Patrignani.

LA RASSEGNA BAGNESE DI NATURA & NATURA SI È QUEST'ANNO ESTESA A VARIE PARTI D'ITALIA

Truffle Week 2025, grande successo in sette regioni



Grande successo di Truffle Week che dopo l'evento inaugurale a Cormons di Gorizia si è protratta sino al 23 novembre. La grande kermesse del Consorzio Natura & Natura, presieduto da Giuseppe Crociani, dedicata al tartufo e alla cultura del gusto italiano che, dal cuore della Romagna, ha diffuso ancora una volta il profumo del tartufo in tutta la penisola.

Giunta alla sua quarta edizione, Truffle Week 2025 ha toccato sette regioni italiane, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Piemonte, Lombardia e Friuli Venezia Giulia, coinvolgendo oltre 70 ristoranti e decine di chef, produttori e operatori del turismo, uniti

nel segno della qualità, dell'ospitalità e delle eccellenze italiane.

Nel nostro territorio gli eventi si sono tenuti a Cesenatico con una cena gourmet in serata al Grand Hotel Da Vinci con lo chef Alessandro Trovato, a Sarsina con 'Sorsi e tesori' con degustazione solidale tra vini, tartufi ed eccellenze del territorio e a Bagno di Romagna al ristorante Teverini con il grande chef. Sono solo alcune delle tante iniziative nel Cesenate e nella Valle del Savio che hanno calamitato grande interesse. Altri eventi si sono tenuti a Cervia, Ferrara, Bologna, San Giovanni Valdarno, Piobbico e in altre importanti località. Fin dalla prima edizione, l'iniziativa si è

avvalsa della collaborazione dell'Accademia Italiana del Tartufo, motore culturale del progetto e promotore della qualità, e del contributo dello chef Paolo Teverini, ambasciatore della cucina romagnola e del tartufo italiano, che ha saputo portare nel mondo la raffinatezza e l'identità gastronomica del territorio. «L'edizione 2025 – rimarca il presidente Crociani – ha avuto grande successo e ha segnato un punto di svolta: Truffle Week si è presentata come vetrina nazionale del tartufo italiano e delle eccellenze del territorio, con l'obiettivo di proiettarsi verso il futuro come ambasciatrice dell'Italia nel mondo. Il Consorzio Natura & Natura ha guardato già oltre i confini nazionali, con l'intenzione di portare il format all'estero attraverso eventi dedicati e collaborazioni internazionali che vedranno il tartufo protagonista come ambasciatore della cultura del gusto italiano e delle terre del tartufo come destinazioni di turismo esperienziale e sostenibile. Per la prima volta, Truffle Week 2025 ha proposto anche pacchetti turistici tematici, studiati per offrire a visitatori italiani e stranieri un viaggio completo tra natura, benessere e sapori autentici, nella cornice dell'Appennino romagnolo e

nei ristoranti aderenti in tutta Italia».

«Se siamo cresciuti così tanto - aggiunge Crociani - è anche grazie al sostegno delle istituzioni locali e regionali, al Comune di Sarsina, alla Camera di Commercio di Ferrara e Ravenna, a Confcommercio Ferrara che ci hanno accompagnato anche quest'anno sostenendo la crescita di Truffle Week, riconoscendone il valore culturale, turistico ed economico. Un grazie va inoltre alle associazioni di categoria, che hanno condiviso lo spirito del progetto e contribuito. Un ringraziamento particolare al sistema Confcommercio Cesenate e al presidente Augusto Patrignani, un autentico pilastro. Grazie al loro sostegno, Truffle Week è diventato un esempio concreto di rete tra ristoranti, istituzioni e territori, capace di unire le eccellenze italiane sotto il segno del tartufo e di farne un simbolo di identità, cultura e futuro condiviso».

Nella foto da destra: Stefano Sandrucci (Presidente Accademia Italiana del Tartufo), Davide Feligon (Direttore Accademia Italiana del Tartufo) lo chef Mauro Uliassi e il presidente del consorzio Natura & Natura Giuseppe Crociani.

ULTIMI APPUNTAMENTI 30 NOVEMBRE E 7 DICEMBRE

La Fiera del formaggio di fossa spegne cinquanta candeline



Si è aperta a Sogliano al Rubicone la 50^a Fiera del Formaggio di Fossa di Sogliano Dop che accoglie viaggiatori, turisti enogastronomici e appassionati della buona

tavola. La Fiera – che anima le piazze e i vicoli del centro storico durante le domeniche del 23 (grande afflusso di visitatori), e le prossime 30 novembre e 7 dicembre 2025 – è diventata un appuntamento rinomato a livello nazionale perché nel tempo ha saputo promuovere e rinnovare l'affascinante storia del Formaggio di Fossa.

Oltre al rinomato formaggio, considerato un piccolo tesoro già a partire dal Settecento, la Fiera sarà l'occasione perfetta per degustare e acquistare anche altri prodotti tipici soglianesi come il Savòr, la Saba, le Teglie in argilla di Montetiffi (ideali per la cottura della piadina), miele, salumi e non mancheranno anche altre eccellenze enogastronomiche, come vini e formaggi, provenienti da diverse regioni d'Italia. «È l'evento più importante dell'anno per Sogliano – rimarca il presidente Confcommercio Andrea Carghini (nella foto) – e siamo pronti, negozi, botteghe, pubblici esercizi e tutte le attività di prossimità a dare il nostro contributo perché la riuscita della festa sia un evento di comunità per la nostra Sogliano».



Confcommercio San Mauro Pascoli esprime crescente preoccupazione per le ricadute sul comparto commerciale del centro in vista della chiusura dell'ingresso principale di Piazza Mazzini, previsto nell'ambito del cantiere di riqualificazione avviato nelle piazze Battaglini e Mazzini. L'associazione sottolinea come

l'intervento di riqualificazione rappresenti un'opportunità importante per il miglioramento dell'arredo urbano e per la valorizzazione del cuore cittadino, ma evidenzia al tempo stesso criticità che potrebbero pesare fortemente sulle attività locali.

«Il percorso con l'Amministrazione è stato fin dall'inizio improntato al confronto e la fase preliminare dei lavori si è svolta in modo ordinato» – afferma il presidente di Confcommercio San Mauro Pascoli, Raffaele Bernabini (nella foto).

«Tuttavia, la chiusura dell'accesso principale da via XX Settembre e via Matteotti, nodo strategico per il passaggio veicolare

e pedonale, rischia di compromettere la fruibilità della piazza e di penalizzare gravemente le imprese del centro. L'impatto sui flussi rischia di essere significativo, soprattutto in un periodo in cui molte attività stanno già affrontando un momento di fragilità».

Confcommercio ha richiesto soluzioni che mantengano la massima accessibilità possibile e limitino i disagi per commercianti, residenti e clienti. L'associazione ribadisce la piena disponibilità a collaborare per garantire che la riqualificazione porti benefici senza mettere a rischio la tenuta economica del centro storico.

CONFCOMMERCIO SAN MAURO PASCOLI

Piazze Battaglini e Mazzini riqualificate, il problema è la chiusura al traffico

CONFCOMMERCIO SAVIGNANO

“Più controlli nelle ore serali e notturne”

Il centro storico di Savignano continua a vivere una situazione di degrado che sta mettendo a dura prova il tessuto commerciale e la percezione di sicurezza dei cittadini.

«Le segnalazioni che riceviamo ogni giorno dai nostri associati – spiega il presidente di Confcommercio Roberto Renzi (nella foto) – parlano problemi di sicurezza evidenti in città»

«Non chiediamo interventi straordinari – prosegue Renzi – ma un incremento dei



controlli nelle ore serali e notturne, quando il fenomeno diventa più evidente. È necessario ristabilire un clima di ordine e rispetto: solo così il centro potrà tornare a essere un luogo vivibile, sicuro e accogliente per residenti, clienti e turisti». L'associazione rinnova quindi il proprio appello all'amministrazione comunale e alle forze dell'ordine affinché si attivino misure tempestive e coordinate, indispensabili per sostenere le attività commerciali e rilanciare l'immagine della città.

PROSEGUONO I LAVORI

Bretella di San Giovanni in Compito, priorità del Rubicone

La bretella di collegamento tra la SS9 Via Emilia, all'altezza di San Giovanni in Compito, e il casello dell'A14 resta una delle opere infrastrutturali più strategiche per Savignano e per l'intera area del Rubicone. I lavori sono in corso da anni e l'intervento rappresenta una priorità per il territorio, sia per le ricadute sulla viabilità sia per la necessità di allontanare il traffico pesante dal centro abitato.

«Attendiamo il completamento di quest'opera – sottolinea il presidente di Confcommercio

Savignano, Roberto Renzi – perché la situazione attuale costringe ancora troppi mezzi pesanti ad avvicinarsi alla città. La bretella è fondamentale per migliorare sicurezza, vivibilità e competitività del nostro sistema commerciale e produttivo». Renzi evidenzia come il collegamento con l'A14 porterebbe benefici non solo a Savignano, ma a tutto il territorio del Rubicone. «Confcommercio segue da vicino l'avanzamento dei lavori e auspica un'accelerazione definitiva».

QUARTIERE DI SAVIGNANO

Borgo San Rocco, documentario sulle botteghe storiche

Raccontare e valorizzare le attività commerciali e storiche del territorio è l'intento del documentario dedicato alle botteghe di Borgo San Rocco, da un'idea di Romina Bertani che ne è anche sceneggiatrice. Un salto indietro nel tempo con la memoria, al periodo che va dalla fine della seconda guerra mondiale agli anni '80.

Attraverso i racconti delle persone (o dei loro familiari) che hanno aperto quelle botteghe portandole avanti con sacrificio e passione per tanti anni, il documentario rende omaggio a luoghi che non sono solo la testimonianza di un patrimonio



economico (che in parte resiste ancora oggi) ma veri e propri custodi di una memoria culturale e dell'identità di una comunità.

Interviste, aneddoti, fotografie e video, si uniscono nel raccontare un pezzo di storia viva di Savignano sul Rubicone. Il documentario è stato donato a Savignano sul Rubicone e presentato pubblicamente alla cittadinanza con due proiezioni al teatro Confcommercio del Rubicone apprezza questa iniziativa culturale che rende omaggio alla centralità delle botteghe e del piccolo commercio nella storia del Paese.

Nella foto il responsabile Confcommercio Rubicone Paolo Vangelista

GRANDE SUCCESSO DELLA FIERA D'AUTUNNO

Il Capodanno di Roncofreddo



Migliaia di visitatori alla piccola Fiera d'Autunno tenutasi a Roncofreddo il 22 e 23 novembre con ampia partecipazione di pubblico. «La Piccola Fiera d'Autunno è stata, prima di tutto, una grande festa di popolo.

I veri protagonisti sono stati i commercianti, gli ambulanti, i pubblici esercizi e i cittadini che, con straordinaria disponibilità, hanno messo a disposizione le loro case e il loro tempo. Grazie a loro questa manifestazione continua a crescere, mantenendo intatto lo spirito autentico e comunitario che la caratterizza fin dalle origini».

Lo afferma il presidente di Confcommercio Roncofreddo, Alessandro Bernabini (nella foto).

La sua attività, situata nel corso centrale del paese e da decenni punto di riferimento per i buoni prodotti gastronomici, ha ancora una volta giocato un ruolo da protagonista, accogliendo, insieme agli altri stand, visitatori e contribuendo all'atmosfera viva e partecipata dell'evento.

La fiera, da anni uno degli appuntamenti più attesi

dell'autunno nel nostro territorio, ha nuovamente trasformato il centro storico di Roncofreddo in un percorso ricco di sapori, tradizioni romagnole e convivialità. Le osterie dislocate lungo l'anello del borgo hanno proposto due piatti ciascuna, rigorosamente legati alla tradizione locale, permettendo ai presenti di assaporare un'ampia varietà di ricette autentiche.

Accanto alle osterie, il programma ha offerto un mercato selezionato di prodotti agroalimentari – con alcune eccellenze a marchio Slow Food – le degustazioni, il suggestivo mercatino dei creativi, mostre, musica e numerose attività per famiglie. Grande partecipazione anche ai momenti dedicati ad agricoltura, sostenibilità e cambiamenti climatici, insieme alle camminate tra gusto e na-

tura. Anche quest'anno l'immagine della fiera si è ispirata alle illustrazioni di Gianfranco Zavalloni, richiamando la lentezza, il contatto con la terra e la gioia delle piccole cose.

Bernabini tiene a ribadire: «Il segreto del successo di questa fiera? È una vera fiera di popolo, con commercianti, ambulanti, bar, ristoranti, venditori di prodotti gastronomici e cittadini che si mettono ogni anno in gioco, in uno spirito di grande unitarietà e condivisione: tutti protagonisti. E migliaia di visitatori, arrivati da tutta la Romagna, si sono fusi con la realtà del nostro paese, vivendo Roncofreddo come fosse casa loro. È il nostro Capodanno, il nostro grande biglietto da visita. Ne siamo orgogliosi, noi roncofreddesi».

GRANDE SUCCESSO, CONFCOMMERCIO RESPINGE AL MITTENTE LE POLEMICHE

Il pesce fa festa, 80 mila presenze

di ROBERTO FANTINI



Il grande successo della nuova edizione de Il Pesce fa Festa, che tra ottobre e novembre ha richiamato a Cesenatico oltre 80mila visitatori pur con un giorno in meno, conferma la forza di un evento che Confcommercio, insieme a Confesercenti, organizza da oltre trent'anni con impegno e professionalità. Questa affluenza straordinaria non arriva per caso: è il frutto di mesi di lavoro condiviso da organizzatori, operatori e istituzioni, impegnati a garantire un'offerta che cresce costantemente in eccellenza e qualità.

Tra le grandi attrattive dell'edizione 2024 va sottolineato anche il contributo dello stand di ARTE, l'associazione dei ristoratori di Confcommercio, che ha proposto piatti di alto livello, diventando un punto di riferimento per i visitatori e un segnale concreto dell'impegno dell'associazione a valorizzare la cucina e la tradizione gastronomica locale.

Per questo, come Confcommer-



cio, dispiace leggere ricostruzioni che gettano ombre su un appuntamento che richiede un'organizzazione complessa: i 2.500 metri quadrati dell'area, la gestione dei cantieri, la disposizione degli stand e i flussi di sicurezza sono tutti progettati con attenzione per garantire la migliore esperienza possibile al pubblico. La crescita costante di presenze e iniziative dimostra che la formula adottata funziona e si consolida di anno in anno.

È inoltre necessario chiarire ogni equivoco di natura politica. Il Pesce fa Festa non ha, né ha mai avuto, finalità partitiche. Nessuna decisione organizzativa è stata guidata da logiche diverse da quelle operative. Dal 2019 la Cooperativa Casa del Pescatore non partecipa più alla manifestazione: citarla oggi

significa proporre un racconto non corrispondente alla realtà. Anche la gestione degli spazi destinati ai pescatori è stata sempre trasparente e aperta al dialogo.

La qualità dei prodotti è tutelata da un disciplinare rigoroso e da un tavolo tecnico con Ausl e Capitaneria di Porto, che vigilano e sanzionano quando necessario.

Come Confcommercio, esprimiamo amarezza per narrazioni che rischiano di indebolire un patrimonio collettivo. Il Pesce fa Festa è un evento della città e per la città: sostenerlo significa difendere lavoro, tradizione e identità di Cesenatico.

Nella foto l'ultima edizione della manifestazione con il presidente Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini.

L'ALLARME DEL PRESIDENTE REGIONALE SIB CONFCOMMERCIO BATTISTONI

"Incertezza sulle concessioni, investimenti frenati"

I numeri su arrivi e presenze lo confermano: il modello romagnolo continua a funzionare. Ospitalità calorosa, servizi di buona qualità e prezzi equilibrati restano la formula che permette alla riviera di mantenere la propria attrattività. Gli operatori sono convinti che questo equilibrio potrà reggere anche in futuro, a patto però che il settore pubblico assicuri collegamenti più rapidi e un maggiore decoro urbano, mentre ai privati si chiede un impegno concreto nel rinnovamento delle strutture.

Non a caso la Regione Emilia-Romagna sta studiando misure per incentivare la riqualificazione degli alberghi. «Non possiamo pensare di andare avanti con un'offerta composta quasi esclusivamente da pensioni e hotel datati» osservano i tecnici regionali. «Quelle strutture servono, ma non possono rappresentare il 90% del mercato: oggi servono facciate curate, hall luminose, ristoranti confortevoli e camere moderne».

Il problema, però, resta la capacità di investimento. Molti piccoli imprenditori non possono permettersi interventi da milioni di euro, difficili da ripagare con gli utili attuali. Da qui la necessità, sempre più condivisa, di introdurre incentivi urbanistici e fiscali.

Sul fronte dei balneari, invece, l'impasse dura da oltre quindici anni. E non per mancanza di volontà. A chiarirlo è

Simone Battistoni, presidente della Cooperativa Stabilimenti Balneari di Cesenatico e vicepresidente nazionale del Sib-Confcommercio:

«Noi vogliamo investire, tutti. Ma non possiamo farlo perché l'Unione Europea vuole metterci nelle condizioni di perdere le nostre aziende. Sappiamo di operare su un bene pubblico, ma le strutture

le abbiamo costruite noi, con anni di sacrifici, o le abbiamo acquistate. E questo non viene considerato», denuncia.

Secondo Battistoni, la paralisi del settore balneare trascina a fondo l'intera economia turistica della costa.

«Siamo la categoria più penalizzata dall'incertezza sulle concessioni, ma a

rimetterci sono anche albergatori, ristoratori, locali e negozi. Il turismo romagnolo si regge sulle spiagge: se noi non possiamo rinnovarci, non si rinnova l'offerta complessiva. Intanto altre località estere investono e non applicano certo la direttiva Bolkestein», sottolinea.

Il blocco degli investimenti pesa anche su artigiani e imprese fornitrici.

«Solo a Cesenatico parliamo di parecchi milioni di euro di lavori fermi. Sulla riviera romagnola gli interventi potenziali arrivano a centinaia di milioni, mentre a livello nazionale si parla addirittura di miliardi di euro mai investiti», conclude Battistoni.

Nella foto il presidente Battistoni



PARTECIPATO INCONTRO SULLA PROTEZIONE DAGLI EVENTI ESTREMI

Alberghi e stabilimenti balneari ai tempi del cambiamento climatico

menti Balneari di Cesenatico e il Collegio provinciale dei Geometri e dei Geometri Laureati.

I promotori dell'evento hanno ricordato come, il 24 agosto scorso, Milano Marittima sia stata colpita da un violento nubifragio con raffiche di vento fino a 100 km/h. Sono caduti 265 alberi, più che nel devastante tornado del 2019, danneggiando auto, hotel e stabilimenti balneari. A Cesenatico e Rimini, le strade si sono trasformate in fiumi, allagando abitazioni, garage e negozi, mentre la linea ferroviaria Rimini-Ravenna è stata interrotta per ore. I danni stimati sono stati di 11 milioni di euro, da aggiungere ai 9 miliardi derivanti dalle alluvioni che hanno colpito la Romagna negli ultimi anni. «Il surriscaldamento globale ha già cambiato, e continuerà a cambiare, il turismo costiero», hanno sottolineato i promotori.

Hotel e stabilimenti balneari locali hanno

espresso grande preoccupazione per gli effetti del cambiamento climatico, temendo che eventi estremi sempre più frequenti possano compromettere la stagione turistica e mettere a rischio gli investimenti nel settore.

Durante il convegno, è stato evidenziato anche il contesto nazionale e internazionale: mentre a Belém, in Brasile, era in corso la COP 30 dell'Onu per concordare tra gli Stati azioni concrete contro la crisi climatica, l'Italia nel 2024 aveva registrato 351 eventi meteo estremi, con un aumento di quasi cinque volte rispetto al 2015 (+485%), causando gravi danni alle attività economiche, ai territori e alle persone. Anche il 2025 non è andato meglio.

L'incontro ha offerto l'occasione per riflettere sulla necessità di costruire un nuovo modello di sviluppo economico e sociale basato su zero emissioni e sul rispetto dei limiti fisici del pianeta. Dopo il saluto introduttivo di Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio Comprensorio Cesenate, si sono succedute le relazioni di Cinzia Alessandrini, responsabile dell'Osservatorio Clima di ARPA Emilia-

Romagna, su «Come è cambiato il clima in Emilia-Romagna»; Marco Affronte, direttore scientifico dell'Accademia del Clima e già Parlamentare europeo, su «Adriatico: eventi meteo estremi ed impatti costieri»; Andrea Agazzani di Teamwork, su «Come innovare l'offerta turistica nella crisi climatica - casi studio di hotel»; e Alessandro Anghileri, amministratore unico di Finproject Srl, su «I finanziamenti nazionali e regionali al turismo; il programma europeo InvestEU».

Non sono mancati interventi da parte di rappresentanti di hotel e stabilimenti balneari, che hanno ribadito l'urgenza di strategie concrete per proteggere le attività dal rischio climatico. Il seminario è stato moderato da Luciano Natalini, fondatore e coordinatore dell'Accademia del Clima. L'evento ha confermato l'urgenza di rendere il turismo costiero più resiliente agli eventi climatici estremi, salvaguardando al contempo l'economia locale e il patrimonio ambientale della Romagna.

IL PRESIDENTE DI CONFCOMMERCIO GIANCARLO ANDRINI

"Lavori sul ponte del Gatto, serviranno anche i turni festivi"

«L'avvio dei lavori sul Ponte del Gatto, previsto per il 7 gennaio 2026, rappresenta un passaggio fondamentale ma anche molto delicato per la mobilità di Cesenatico» dichiara Giancarlo Andrini, Presidente di

Confcommercio Cesenatico (nella foto con il responsabile Confcommercio Cesenatico Roberto Fantini). «Parliamo di un collegamento strategico, sia come principale ingresso e uscita dalla città, sia come punto di raccordo tra Levante e Ponente. Per questo chiediamo con forza che il cantiere venga gestito con la massima efficienza, prevedendo turnazioni estese, anche nei giorni festivi, così da accelerare i tempi e ridurre al minimo i disagi per residenti, imprese e turisti.»



Confcommercio sottolinea l'importanza di una comunicazione chiara sulle modifiche alla viabilità e invita l'Amministrazione a condividere anticipatamente ogni variazione dei percorsi alternativi. «Se il

Comune lo riterrà possibile - aggiunge Andrini - siamo pronti a sostenere la proposta di ripristinare il doppio senso di marcia sul passaggio a livello, così da garantire flussi più regolari in entrata e in uscita durante i mesi di cantiere.»

«Le nostre imprese - conclude - non possono permettersi un anno di incertezze. Serve organizzazione, dialogo e una gestione del cantiere che tenga conto delle esigenze di tutta la città.»

CONFCOMMERCIO APPREZZA IL PROVVEDIMENTO DEL COMUNE

Prima ora gratuita di sosta regalo di Natale

A Cesenatico torna la prima ora di sosta gratuita nei parcheggi a strisce blu. Il provvedimento, attivo dal 1° dicembre al 31 gennaio 2026, rappresenta una misura ormai consolidata che punta a sostenere cittadini, visitatori e attività economiche in un periodo dell'anno particolarmente

importante per il commercio locale. L'iniziativa, promossa dal Comune in collaborazione con Atr, consente agli automobilisti di parcheggiare nelle strisce blu e ottenere la prima ora di sosta senza costi aggiuntivi: basta premere il pulsante verde al parcometro per ricevere il tagliando da esporre sul cruscotto. Chi intende fermarsi più a lungo può semplicemente integrare l'importo. La stessa formula è valida anche tramite le app MooneyGo, TelepassPay, EasyPark e Drop-ticket, così da rendere l'operazione ancora più rapida e accessibile.

Il mondo del commercio guarda con favore a questa scelta, che negli ultimi anni ha dimostrato di portare effetti positivi sia sul flusso



dei visitatori sia sulla vivacità delle zone commerciali. Il presidente di Confcommercio Cesenatico, Giancarlo Andrini, esprime soddisfazione per la conferma del provvedimento: «La prima ora gratuita è un segnale concreto di attenzione

verso chi lavora e verso chi frequenta la città. Permette alle persone di entrare in centro in modo più sereno, senza la preoccupazione immediata del costo della sosta, e questo favorisce gli acquisti, le passeggiate e la fruibilità degli esercizi. È una misura semplice, ma molto efficace per sostenere il tessuto economico locale». L'ora gratuita vuole quindi rendere più comodo l'accesso alle principali aree commerciali e contribuire a mantenere vivo il rapporto tra cittadini e centro urbano anche nella stagione invernale, quando le presenze sono più contenute ma altrettanto importanti per la vitalità della comunità.



Per Confcommercio Cesenate, l'obiettivo primario è quello di accompagnare le piccole e medie imprese nel loro percorso di crescita e sviluppo, con particolare attenzione al concetto di qualità, che oggi è il principale fattore di competitività. Attraverso un'offerta di servizi innovativi e consulenze specializzate, Confcommercio si propone come partner per le Pmi, supportandole non solo nella difesa dei loro diritti, ma anche nell'adozione di pratiche e strategie in grado di elevare il livello di eccellenza delle loro attività. In un mercato sempre più competitivo e selettivo, l'associazione si impegna a fornire le risorse necessarie per affrontare le sfide odierne e future. **Vicedirettore Pesci, quale significato assume il concetto di qualità nella gestione quotidiana di una piccola o media impresa?**

“La qualità, per noi, va ben oltre il concetto tradizionale legato al prodotto o al servizio offerto. Si tratta di un insieme di competenze gestionali e manageriali che oggi sono fondamentali per competere in un mercato che diventa ogni giorno più selettivo. Molto spesso si pensa che la dimensione economica, come il fatturato, sia l'unico parametro per garantire lo sviluppo di un'impresa. La vera competitività si gioca invece sulla capacità di un'impresa di gestire in modo efficace le proprie risorse, innovare continuamente e adattarsi ai cambiamenti”.

In che modo possiamo parlare di dimensione qualitativa di un'impresa?

“Quando parliamo di dimensione qualitativa, ci riferiamo a un approccio integrato che coinvolge diversi aspetti dell'impresa, dalla gestione delle risorse umane alla sostenibilità ambientale. Qualità significa, innanzitutto, un attento lavoro sulla selezione e gestione delle persone, affinché ogni collaboratore possa essere messo nelle condizioni ideali per esprimere al meglio il proprio potenziale”.

Può dirci qualcosa di più sull'importanza del ricambio generazionale nelle Pmi?

“E' una delle sfide più grandi per le Pmi. Il mix tra giovani talenti e esperti senior è fondamentale per creare un ambiente di lavoro dinamico e innovativo, ma anche stabile e fondato su un patrimonio di conoscenze preziose. Le soft skills, come la capacità di comunicare e collaborare, sono oggi cruciali. Le nuove generazioni portano con sé competenze moderne e una visione fresca, mentre l'esperienza dei senior è imprescindibile per mantenere solidità e continuità. La qualità del lavoro, quindi, nasce proprio dalla capacità di combinare queste diverse competenze, creando un team che possa affrontare le sfide di oggi e di domani”.

Ambiente e sostenibilità. Come si integra la qualità in questo campo?

“La qualità non può prescindere dal rispetto per l'ambiente. Oggi, le Pmi devono lavorare per ridurre il proprio impatto ambientale, implementando politiche sostenibili che si riflettono non solo nella produzione, ma anche nei rapporti

con il territorio. Adottare pratiche ESG (Environmental, Social, Governance) non è più un'opzione, ma una necessità. Non solo per una questione etica, ma anche per i vantaggi concreti che ne derivano, sia in termini di reputazione che in termini economici. Le imprese che adottano politiche verdi, ad esempio, possono beneficiare di incentivi, ma soprattutto si pongono come attori responsabili in un mondo sempre più attento alla sostenibilità”.

Come si inseriscono la digitalizzazione e l'uso dell'intelligenza artificiale nella gestione aziendale?

“L'intelligenza artificiale è uno strumento fondamentale per migliorare l'efficienza delle Pmi. Essa permette di automatizzare processi ripetitivi, liberando risorse per attività a maggiore valore aggiunto. Inoltre, l'AI consente una gestione più accurata delle informazioni, migliorando la comunicazione interna ed esterna e ottimizzando i processi decisionali. La digitalizzazione, quindi, non è solo una questione di innovazione tecnologica, ma un passo fondamentale verso una gestione più agile, sicura e proattiva dell'impresa.”

E come si traduce tutto questo nella missione di Confcommercio Cesenate?

“Confcommercio Cesenate ha da tempo avviato un percorso di evoluzione che l'ha trasformata da un tradizionale sindacato di rappresentanza a un sindacato di servizi. Il nostro obiettivo non è solo quello di difendere gli interessi delle Pmi, ma anche di supportarle concretamente nel loro processo di sviluppo. Per fare questo, offriamo consulenza e assistenza su temi chiave come la gestione delle risorse umane, la sostenibilità, la digitalizzazione, e molto altro”.

In conclusione, quale è la visione di Confcommercio per il futuro delle Pmi?

“Il futuro delle Pmi dipende dalla loro capacità di evolvere. Le imprese che sapranno innovare, investire in qualità e adottare un approccio manageriale integrato saranno quelle che avranno maggiori opportunità di crescita. Da parte nostra, continueremo a lavorare per fornire supporto concreto e strumenti innovativi, affinché le Pmi possano affrontare con successo le sfide che li attendono”.

Nuovo Bonus Mamme Lavoratrici 2025

È disponibile il nuovo Bonus Mamme Lavoratrici, rivolto a lavoratrici dipendenti e autonome. Il contributo economico è pensato per sostenere le mamme con figli a carico e con determinati requisiti familiari e di reddito.

Documenti necessari per la domanda
- Documento di identità in corso di validità
- Codici fiscali della mamma e dei figli
- Iban personale per l'accredito del bonus
- Tipologia di contratto o contribuzione (autonoma o dipendente)

Scadenza per la presentazione della domanda: 9 dicembre 2025

Per assistenza nella compilazione della domanda o nella verifica dei requisiti, contatta: Ufficio Patronato Lorena Ricci - i 0547 639833 l.ricci@ascom-cesena.it



Chi può fare domanda
- Mamme con 2 figli, se il più piccolo ha meno di 10 anni
- Mamme con 3 figli, se il più piccolo ha meno di 18 anni
- Reddito annuo 2025 non superiore a € 40.000,00

IMPRESE E BUROCRAZIA Senza un affiancamento qualificato il rischio è di “fare da soli... e sbagliare”



Nel panorama imprenditoriale italiano, sempre più complesso e regolamentato, la fase di apertura e gestione di un'attività richiede competenze che vanno ben oltre la buona volontà e l'intuizione del singolo imprenditore. Autorizzazioni, concessioni, contratti, adempimenti normativi: ogni passaggio comporta responsabilità specifiche e, in molti casi, conseguenze legali ed economiche anche gravi se affrontate senza adeguata preparazione. Eppure, molte imprese continuano a pensare di poter procedere da sole, sotto-

valutando la complessità di un sistema amministrativo che non lascia spazio all'improvvisazione. «Abbiamo sempre fatto così» o «basta scaricare un modulo online» sono convinzioni radicate, ma pericolose: possono portare a errori formali, ritardi nell'apertura, sanzioni e persino al blocco delle attività. Spesso, ciò che sembra un risparmio iniziale si trasforma in un costo molto più elevato.

Per questo, oggi più che mai, è fondamentale affidarsi a un affiancamento professionale, serio e affidabile, capace di guidare l'impresa lungo ogni passaggio cruciale. In questo scenario si inserisce il ruolo del Centro Assistenza Tecnica di Confcommercio del Comprensorio Cesenate, da anni punto di riferimento per chi desidera trasformare un'idea in un'attività solida e conforme alle normative vigenti.

Tradizione e innovazione sono i pilastri della nostra organizzazione: un binomio che ci consente di affiancare l'impresa in ogni fase, dallo sviluppo dell'idea al progetto, dallo studio di fattibilità fino ai complessi iter burocratici necessari per avviare concretamente la propria attività.

In un contesto in cui la conformità normativa è decisiva quanto la qualità del prodotto o del servizio offerto, il supporto di professionisti qualificati non è un costo, ma un investimento strategico. Fare da soli, oggi, non è più un'opzione sostenibile. Essere accompagnati da chi conosce i processi, le regole e le opportunità è la chiave per costruire un'impresa solida, sicura e pronta a crescere.

Contatti: Ufficio Assistenza Tecnica Luigi Morandi - Tel. 0547 639801 l.morandi@ascom-cesena.it

GIOVANE IMPRENDITORE EGIZIANO Ha aperto l'autolavaggio a mano 'Cesare d'Egitto'

Cesena può contare su un nuovo punto di riferimento per la cura dell'auto: l'Autolavaggio a mano Cesare d'Egitto, situato in via Marconi 1037, zona Case Finali. A ideare e realizzare questa nuova attività è Sherif Ahmed (nella foto), giovane imprenditore egiziano che, a meno di due anni dal suo arrivo in Italia, ha deciso di mettersi in gioco per realizzare il suo sogno di aprire un'attività propria, associata a Confcommercio.



Spinto dalla passione per le automobili e la guida, Sherif ha scelto di offrire un servizio di lavaggio a mano accurato, con un'attenzione particolare ai dettagli e alla

soddisfazione del cliente. “Per me quest'autolavaggio rappresenta il coronamento di un sogno – racconta Sherif Ahmed –. Amo le auto e credo che prendersene cura con le proprie mani sia il modo migliore per

valorizzarle. Voglio offrire ai clienti un servizio veloce ma preciso, con la gentilezza e la disponibilità che meritano. Il nuovo autolavaggio ha già conquistato recensioni molto positive su Google Maps, dove i clienti apprezzano la qualità del servizio, la precisione del lavaggio e la professionalità del titolare. E' aperto dal lunedì al sabato dalle 8 alle 19, domenica dalle 9 alle 13.

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.

FINANZIAMENTI EROGATI 2023
€80m (x3 rispetto al 2022)

CREDITI CON RATING ESG IG
> 50%

GENDER GAP
0%

SOLIDITÀ CET1 RATIO
50%

L'OFFERTA

PICCOLO CREDITO

- Destinatari: Società di capitali, società di persone, ditte individuali e liberi professionisti.
- Importo: da 10€/Mgi a 250€/Mgi.
- Durata: da 12 a 60 mesi.

DUAL CREDIT

- Destinatari: Società di capitali, società di persone e ditte individuali.
- Importo: da 10€/Mgi a 150€/Mgi.
- Durata: da 12 a 36 mesi per scorte/da 12 a 60 mesi per investimenti.

MARKETPLACE FINTECH

- Destinatari: Società di capitali, società di persone e ditte individuali.
- Importo: da 10€/Mgi a 1€/Min.
- Durata: da 12 a 60 mesi.

Filliale di Cesena
Via Giordano Bruno, 118

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

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



**ING. ANDREA
STUDIO BUSCA
CONSULENZA BREVETTI**

EUROPEAN PATENT ATTORNEY/EUROPEAN PATENT LITIGATOR

AL TUO FIANCO IN ROMAGNA PER TUTELARE LE TUE INVENZIONI

Richiedi un incontro gratuito

0541/905065 INFO@IP-BUSCA.COM

