

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

CONFCOMMERCIO, BASTA LA PAROLA



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

IL COMMENTO

La stima delle istituzioni incentivo a crescere ancora di più

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Ottant'anni di storia che quest'anno Confcommercio nazionale e cesenate celebrano, rappresentano un traguardo

importante, ma soprattutto un patrimonio di relazioni, esperienze e fiducia condivisa. Confcommercio Cesenate ha saputo costruire, nel tempo, una reputazione solida e credibile, frutto di un impegno costante a favore delle imprese, della comunità e del territorio.

Una reputazione che oggi viene riconosciuta da testimoni privilegiati del mondo economico, sociale e istituzionale, come potete leggere all'interno, i quali ne sottolineano il ruolo di interlocutore autorevole, di sostegno concreto e di stimolo costruttivo alla crescita della comunità.

Molti sindaci del territorio hanno pubblicamente elogiato lo spirito collabora-

tivo dell'associazione e la sua capacità di avanzare proposte utili per lo sviluppo locale, per la rigenerazione urbana, per la valorizzazione delle attività di vicinato, per il rilancio dei turismi integrati dalla riviera all'Alto Savio, riconoscendo in Confcommercio un partner affidabile e propositivo nelle scelte che riguardano il futuro della collettività.

Essere un'associazione di categoria con una buona reputazione significa molto più che rappresentare interessi: vuol dire saper costruire ponti tra istituzioni, imprese e cittadini, unendo tradizione e innovazione. La reputazione nasce dalla coerenza, dalla continuità dell'impegno, dall'ascolto e dalla trasparenza. È il risultato di un percorso nel quale ogni

associato si è sentito parte di una comunità viva, capace di guardare avanti senza dimenticare le proprie radici.

Confcommercio Cesenate ha saputo evolversi con il tempo, mantenendo sempre al centro la persona e l'impresa. Ha contribuito a rafforzare l'humus economico, sociale e culturale del territorio, promuovendo coesione, responsabilità e fiducia reciproca.

Ottant'anni di attività testimoniano una storia di credibilità e di dedizione, ma soprattutto di passione per il lavoro, per la comunità e per il bene comune da spendere nel presente sempre volti verso il futuro a fianco delle imprese, tesoro del territorio.



CONFERENZA DI DI SISTEMA CONFCOMMERCIO

Sempre dalla parte delle imprese

re Alberto Pesci. La Conferenza di Sistema ha visto riunirsi rappresentanti del sistema associativo, categorie, territori, federazioni, dirigenti, per discutere e articolare indirizzi strategici su temi di rilievo economico, sociale e istituzionale. Quest'anno è stato un modo anche per celebrare insieme gli ottanta anni di storia.

“Il presidente Sangalli – rimarca il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (con lui nella foto) nell’inter-

vento di apertura della Conferenza di sistema ha evidenziato i grandi valori della associazione nell’anno dell’80°: identità, ascolto, comprensione, interazione e partecipazione sempre al servizio delle imprese di commercio, turismo e terziario. La simbologia dell’albero utilizzata da Sangalli ha fatto breccia in tutti noi: un grande albero che fonda le sue profonde radici nella storia costruita insieme e si regge su un solido tronco che nel tempo è sempre cresciuto con i rami che rappresentano le tante attività di Confcommercio”.

Centralità dell’associato e dell’impresa dal centro alla periferia dei territori: questo il principio base della rappresentanza.

Il presidente nazionale Sangalli nel 2019 fu ospite per la prima volta a Cesena a un evento della Confcommercio territoriale all’Hotel da Vinci e trovò ad accoglierlo una folla record di oltre novecento partecipanti.

Nella foto il presidente Confcommercio nazionale Sangalli con il presidente Patrignani

CONFCOMMERCIO D'ACCORDO CON LA UIL

Sicurezza, serve il comitato provinciale

Confcommercio Cesenate esprime piena condivisione e sostegno alla proposta avanzata dalla Uil provinciale di convocare con urgenza il Comitato provinciale per l’ordine e la sicurezza pubblica, alla luce della crescente preoccupazione per l’aumento di episodi criminosi che stanno colpendo il nostro territorio: furti, aggressioni, danneggiamenti e segnali di possibili infiltrazioni della criminalità organizzata.

“È un segnale importante – dichiara il presidente Augusto Patrignani – perché la sicurezza è un bene collettivo che va tutelato insieme. Condividiamo l’appello della Uil e riteniamo necessario che le istituzioni, le associazioni economiche e sociali, e le forze dell’ordine lavorino in modo

unitario per affrontare una situazione che rischia di diventare emergenza. L’impegno delle forze dell’ordine è meritorio, ma da sole non possono far fronte a una complessità crescente. Occorre rafforzare la prevenzione, il presidio del territorio e il sostegno alle comunità locali.”

“La sicurezza – aggiunge Patrignani – non è solo un tema di ordine pubblico, ma anche una condizione essenziale per la vita delle imprese e la coesione sociale. È tempo di mettere a punto, insieme, strategie e azioni condivise per restituire fiducia, proteggere il lavoro e garantire serenità alle persone e alle città del nostro territorio cesenate e provinciale che deve essere meglio protetto grazie anche a maggiori dotazioni”.

LAVORI. RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

Ristori per le attività danneggiate

Confcommercio Cesena sollecitando l’amministrazione comunale a introdurre misure di ristoro per i negozi danneggiati dai cantieri in corso, tra cui quelli di Palazzo Oir, destinato a diventare la nuova Pinacoteca cittadina. Le attività commerciali situate nei pressi di questi cantieri stanno affrontando significative difficoltà a causa delle lunghe durate dei lavori, che si protrarranno fino al 2026. Le impalcature e le modifiche alla viabilità hanno ridotto l’accessibilità e la visibilità dei negozi, con conseguenti cali di volume di affari. Confcommercio ha evidenziato che in situazioni simili in altre città, come Bologna, sono stati previsti ristori economici per le imprese danneggiate da

cantieri pubblici prolungati. Tuttavia, a Cesena, tali misure non sono mai state adottate, nonostante le ripetute richieste delle associazioni e le promesse fatte da alcuni esponenti della giunta comunale che aveva annunciato l’intenzione di attivare un meccanismo di ristoro economico per le attività commerciali di via Strinati, piazza Aguselli e strade limitrofe, ma finora non sono stati presi provvedimenti concreti.

Confcommercio Cesena continua a chiedere che l’amministrazione comunale riconosca i danni subiti dalle imprese e adotti misure di sostegno adeguate, come avviene in altre città italiane, per compensare le perdite economiche derivanti dai cantieri in corso.

UTILIZZABILE PER LO SHOPPING NATALIZIO

Piazza Aguselli, parcheggio libero

Confcommercio Cesenate accoglie con grande soddisfazione la notizia della prossima riapertura del parcheggio di piazza Aguselli (nella foto), prevista entro l’8 dicembre, in coincidenza con l’avvio dello shopping natalizio. Si tratta di un passo importante per il centro storico e per tutte le attività che qui operano, poiché restituisce ai cittadini e ai visitatori uno dei principali spazi di sosta nel cuore della città.

La conclusione del cantiere consentirà di disporre nuovamente di un’area strategica per l’accessibilità al centro, proprio nel periodo in cui la presenza di visitatori e clienti è più intensa. Il progetto di riqualificazione, che

comprende la nuova pavimentazione, arredi urbani rinnovati e la piantumazione di alberi, conferirà a piazza Aguselli un aspetto più accogliente e armonico, integrandosi con il recupero di Palazzo Roverella e con il più ampio piano di rigenerazione urbana sostenuto dal Pnrr.

Confcommercio Cesenate sottolinea come la riapertura del parcheggio rappresenti un segnale concreto di attenzione verso le esigenze del commercio di vicinato, da tempo impegnato a fronteggiare le difficoltà legate ai lavori e alle limitazioni di accesso. Il ritorno alla piena fruibilità dell’area, insieme alla



riapertura delle vie adiacenti, contribuirà a rendere più agevole la mobilità pedonale e a favorire un’esperienza d’acquisto più piacevole per cittadini e turisti.

Confcommercio ribadisce infine la necessità di continuare a collaborare con l’Amministrazione comunale per pianificare interventi e misure di sostegno efficaci, capaci di valorizzare il centro storico e garantire alle imprese condizioni di lavoro adeguate e prospettive di crescita nel tempo.

RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

Proventi delle multe per la sicurezza stradale

I Comuni, come è noto, devono inserire a bilancio le somme previste dalle multe e sanzioni amministrative per diversi motivi giuridici, contabili e di trasparenza. “Ciò premesso – rimarca il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani – a preventivo nel bilancio 2025 del comune di Cesena è stata stimata una cifra relativa alle multe pari a 4,6 milioni di euro, un importo di notevole dimensione e in crescita rispetto al passato. Confcommercio chiede che si perseveri

nell’utilizzare questi importanti proventi delle sanzioni amministrative pecuniarie per migliorare la sicurezza. In particolare il Comune è obbligato a usare almeno il 50% degli incassi in questi ambiti specifici: manutenzione e sicurezza stradale; sistemazione e messa in sicurezza di strade, marciapiedi, piste ciclabili, segnaletica verticale-orizzontale; Interventi per la riduzione dell’incidentalità; educazione stradale; programmi nelle scuole, campagne informative, corsi per il rispetto del codice

della strada. Utile sarebbe anche in una logica di trasparenza che si elencasse in quale modo sono investiti i fondi derivanti dalle multe”.

“Si tratta di interventi fondamentali per favorire la sicurezza richiesti in tutti i quartieri – aggiunge Patrignani – che vanno a beneficio della qualità della vita e anche del commercio di prossimità e delle attività imprenditoriali. Nei luoghi sicuri, anche in strada oltre che nelle proprie case e negli ambienti di lavoro, si fa impresa meglio”.

APERTO NEGOZIO DI ABBIGLIAMENTO

Moqètte, stilista in via Carbonari

Pur in una fase di cambiamento e transizione per il centro storico, i negozi di abbigliamento restano i punti vendita più diffusi e che qualificano maggiormente la rete distributiva, eredi di una lunga e gloriosa tradizione. A rinforzarla e qualificarla ulteriormente arriva l’apertura in via Carbonari 10, nel cuore della città del nuovo negozio Moqètte, il brand fondato nel 2003 dagli stilisti Marco Ricci e Barbara Venturi, che è tornato con uno spazio rinnovato incentro storico. Ieri mattina l’inaugurazione, festosa e partecipata, come si addice a un nuovo inizio.

“Nato come atelier il 1° febbraio 2003 a Cesenatico – spiega il titolare Marco Ricci -, Moqètte è diventato negli anni un marchio Made in Italy distribuito in oltre 80 boutique nel mondo. Dopo l’apertura del primo monomarca cesenate nel 2010 e una breve pausa nel 2023, il brand ha scelto



una sede più centrale e prestigiosa per dare nuovo risalto alle proprie collezioni. La decisione di tornare a Cesena è stata dettata dalle soddisfazioni che la città aveva sempre offerto dal punto di vista commerciale e dal suo fascino unico, capace di unire la vivacità economica agli aspetti storico-culturali, con eccellenze di valore incomparabile come la Biblioteca Malatestiana, a pochi metri dal nostro negozio. Questo binomio di cultura e commercio in uno dei centri storici più belli della Romagna ha rappresentato una spinta decisiva per riportare il nostro marchio in città e avviare una nuova avventura”.

Erano presenti all’inaugurazione il vicepresidente di Confcommercio cesenate Alverio Andreoli e l’assessore allo sviluppo eco-

nomico Lorenzo Plumari. “Con Moqètte si accende una nuova luce di bellezza e prestigio in centro - ha osservato Andreoli -.

Confcommercio è al servizio delle attività commerciali dell’area antica e di tutta la città per affermare la centralità della rete distributiva da salvaguardare con politiche incentivanti e rendendo massimamente accessibile e fruibile il centro storico”.

Anche l’assessore Plumari si è rallegrato della nuova apertura di un negozio di qualità presenza importante per Cesena rimarcando che l’amministrazione comunale di concerto con le associazioni di categoria, opera per rendere sempre più accogliente e vivo il centro storico con eventi e iniziative.

Nella foto il taglio del nastro del negozio Moqètte.

INAUGURATA NUOVA ATTIVITÀ

Fondo Fromagerie in via Fattiboni

Festosa partecipazione sabato pomeriggio, 11 ottobre, per l’inaugurazione di Fondo Fromagerie, la nuova bottega dedicata ai formaggi di qualità, in via Fattiboni 7, nel cuore del centro storico di Cesena. Era presente anche il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e l’assessore allo sviluppo economico del comune di Cesena Lorenzo Plumari.

Il progetto, realizzato da Elia Toni e Alessandro Gaspari, titolari dell’Osteria Fondo, nasce dalla loro profonda passione per il mondo caseario e dal desiderio di offrire alla città uno spazio in cui il formaggio diventa protagonista assoluto della cultura enogastronomica del territorio.

Alla cerimonia di inaugurazione, hanno partecipato i cittadini, operatori del settore e rappresentanti istituzionali, a testimonianza di come le nuove aperture contribuiscano a rivitalizzare il centro storico e ad arricchire l’offerta commerciale della città.

“Fondo Fromagerie rappresenta un esempio virtuoso di impresa che nasce dalla passione, dalla competenza e dal desiderio di valorizzare i

prodotti d’eccellenza” – commenta il Presidente Patrignani di Confcommercio – “Questa nuova realtà contribuisce non solo a rafforzare il tessuto economico locale, ma anche a promuovere la cultura del gusto e la qualità, elementi che sono il vero cuore del nostro territorio e del suo cuore pulsante, il centro. Via Fattiboni è una delle strade storiche del commercio e siamo lieti che sia impreziosita dalla nuova apertura”.

Il punto vendita sarà aperto nei giorni di mercato – mercoledì (9.30-12.30) e sabato (9.30-12.30 e 16.00-19.00) – proponendo una selezione curata che spazia dai piccoli produttori locali ai grandi classici francesi ed europei, nel segno della filosofia aziendale: “valorizzare le eccellenze con leggerezza e autenticità”. “Con Fondo Fromagerie – rimarca Confcommercio – che lo annovera tra le imprese associate -, Cesena guadagna una nuova attività di gusto e qualità, dove ogni visita diventa un’esperienza di scoperta e convivialità, in un centro a forte connotazione gastronomica”.

Nella foto il taglio del nastro.



LEX SINDACO DI SOGLIANO BALDAZZI

“Confcommercio alleata nei piccoli comuni”



Il rapporto tra Confcommercio del Rubicone e Enzo Baldazzi (nella foto), sindaco di Sogliano dal 2001 al 2011 e ora impiegato al comune di Roncofreddo, si è intensificato durante il decennio della sua attività amministrativa.

“Fare il sindaco di un piccolo comune delle aree interne, sia pure con dotazioni finanziarie più ampie dovute ai proventi della discarica, non è facile – afferma – perché si ha a che fare con problemi come lo spopolamento demografico e imprenditoriale e il gap infrastrutturale e bisogna elaborare strategie per contrastarlo, e trattenerne le persone a vivere e magari a lavorare a Sogliano. Ciò è ancora più evidente per quel che attiene i negozi di prossimità che nelle aree interne prima ancora di essere attività economiche sono presidi sociali. Bene: nei miei due mandati abbiamo mol-

to lavorato in questa direzione e Confcommercio ha fattivamente collaborato a fianco. “Mi ha colpito – prosegue Baldazzi – nei dirigenti e nello staff direttivo di Confcommercio la cura per le imprese e il

territorio e lo spirito costruttivo, il fatto che si presentassero proposte e non solo proteste allo scopo di lavorare insieme per migliorare la situazione di commercio, turismo e terziario e degli imprenditori e dei negozianti. Confcommercio, come il Comune, si è battuta per trattenerli in loco, per prevenire le chiusure, sollecitandoci a intervenire per migliorare l'ambiente del fare impresa. Allora come oggi è questa la strada su cui muoversi, valorizzando le molteplici attrattive dei comuni collinari e intervenendo sulle criticità. In questo senso la sintonia con Confcommercio è sempre stata totale”.

LEX SINDACO DI CESENATICO BUDA

“Confcommercio sempre capace di fare proposte costruttive”



“Negli anni in cui sono stato sindaco di Cesenatico dal 2011 al 2016, ebbi problemi iniziali con le associazioni di categoria”. Lo rievoca Roberto Buda (nella foto). “C'era passività, sembrava che le associazioni si aspettassero sempre il primo passo dall'amministrazione per poi reagire, in modo positivo o negativo. Questo clima non mi piaceva”. “Il mondo economico, sociale e del volontariato, io ritengo, deve proporre - prosegue Buda - e fin dai primi mesi ho provato a coinvolgere le associazioni per sentire il loro parere, ma sembravano “Tranne Confcommercio - puntualizza l'ex sindaco - in cui ho trovato fin da subito voglia di mettersi in gioco e proporre. Spesso ci siamo seduti di fronte a un tavolo anche informalmente per parlare

dei problemi, a sempre in modo produttivo. Non erano anni facili”. In che “Bisognava fare scelte per le imprese turistiche e commerciali, arrivò l'Imu e si rivedettero le imposte locali. Confcommercio c'è

stata, e ci ha sostenuto in scelte coraggiose come il Da Vinci e la zona Colonie, abbiamo lavorato insieme sulla Bolkenstein. Quale il pregio maggiore di Confcommercio? “Voler costruire qualcosa di importante per Cesenatico e le persone. Veramente molto bello il rapporto a Cesena con Augusto, Giorgio e Alberto e a Cesenatico con Roberto e il grande Giancarlo Andrini, a cui mi legano amicizia e sintonia. Una risorsa di Cesenatico, sempre cordiale e disponibile anche quando abbiamo avuto idee diverse,

GIULIANO ZIGNANI (UIL)

“Con Confcommercio collaborazione per migliorare il lavoro”



“Ottant'anni di Confcommercio a Cesena e in Emilia-Romagna di relazioni sociali, confronto tra mondi diversi ma complementari. Quelli con la Uil ha sempre avuto un posto particolare”. Lo riconosce Giuliano Zignani (nella foto), presidente ItalUil, per oltre vent'anni protagonista della vita sindacale regionale, prima come segretario Uil Cesena e poi come segretario generale a Uil Emilia-Romagna. «La nostra esperienza con Confcommercio in Emilia-Romagna è sempre stata contraddistinta da rispetto reciproco e dialogo costruttivo – afferma - Siamo riusciti a superare le logiche di contrapposizione che dominavano altrove lavorando insieme, sempre nel rispetto dei ruoli e dei propri iscritti, per migliorare le condizioni di chi operava nel settore del commercio e del turismo.»

prosegue – si è instaurato un rapporto di collaborazione sincera e abbiamo combattuto battaglie importanti per lo sviluppo della città e per dare risposte a lavoratori e partidariali. Fra queste quella per la presidenza della Camera di Commercio di Cesena. Sostenevamo la necessità di una figura slegata dai partiti, espressione della società civile, purtroppo prevalsero altre logiche» «Da segretario regionale ho avuto modo di proseguire la collaborazione iniziata a Cesena - sottolinea Zignani - Ricordo l'accordo di solidarietà che firmammo insieme nel 2022, agli inizi della guerra in Ucraina per offrire un aiuto concreto a chi stava vivendo una tragedia. Anche il Patto per il lavoro dell'Emilia-Romagna è figlio di quella cultura: il riconoscimento che il progresso nasce dal confronto, non dallo scontro».

LEX SINDACO DI SAN MAURO PASCOLI GORI

“Confcommercio lavora per le imprese e per il bene di tutta la città”



Miro Gori (nella foto) non è solo ex sindaco di San Mauro Pascoli (2004-2014), ma anche una poliedrica personalità letteraria e culturale (saggista e poeta), i civica che incarna l'amore e l'at-

taccamento al territorio, alla sua storia e alle sue tradizioni. Con Confcommercio ha avuto da sempre un rapporto fecondo.

“Tra le ragioni per complimentarsi con Confcommercio cesenate che celebra i suoi primi ottant'anni, sottolineo - mi piace indicarne due in particolare. Quando sono stato sindaco mi è capitato spesso di confrontarmi coi rappresentanti dell'associazione è ho trovato un atteggiamento costantemente improntato al dialogo, a volte anche su posizioni diverse ma sempre con intento costruttivo. Aggiungo che la Confcommer-

cio non ha solo tutelato gli interessi dei propri iscritti, come è normale che sia, ma ha posto la sua attenzione all'intera collettività, per esempio organizzando incontri, molto partecipati, tra i candidati alle elezioni amministrative.

“La seconda ragione - prosegue Gori - è di carattere più generale e l'avanzo come cittadino della nostra Repubblica. Credo infatti che il ruolo dei cosiddetti corpi intermedi, tra cui le associazioni di categoria come Confcommercio, abbiano un ruolo fondamentale nella difesa della democrazia e della partecipazione. Ciò è sempre valido, ma acquista maggior valore in un momento in cui certi capi politici tendono a parlare direttamente al popolo, eludendo il confronto con i corpi intermedi”.

LEX SINDACO DI CESENATICO ZOFFOLI

“Su Confcommercio ho sempre potuto contare”



“Una associazione su cui contare”. Così Damiano Zoffoli (nella foto), sindaco di Cesenatico dal 1997 al 2005, definisce Confcommercio di Cesenatico.

“Lo sperimentai direttamente quando come sindaco proposi un patto a tutte le associazioni”.

Quale patto?

“Quello di lavorare insieme per trasformare Cesenatico da località balneare a città turistica”.

Fu un lavoro proficuo?

“Molto, si passò dalle critiche alle proposte, e Confcommercio si distinse per la piena partecipazione”.

C'è qualcosa che ricorda?

“Il rapporto con l'allora presidente di Confcommercio Aldo Ravaladini. Non sempre le idee collimavano, ma

si marciava nella stessa direzione con stima e rispetto reciproci”.

La collaborazione portò frutti concreti?

“Mettemmo in fila tre scelte progettuali: Giardini al Mare, Porte vinciane, riqualificazione del centro, con il parcheggio gratuito prima della ferrovia, il Museo della Marineria e il rilancio Pescheria. Confcommercio si spese molto, la ringrazio ancora. Begli anni: il motto era “Innovazione nella tradizione”.

ENNIO RIGHI, EX DIRETTORE DI BPER ROMAGNA

“Per le banche Confcommercio è un partner accreditato”



Le idee, le storie e le relazioni camminano sulle gambe delle persone come prova anche il rapporto nato e consolidatosi tra Ennio Righi (nella foto), stimato professionista cesenate e in passato direttore della Banca Popolare dell'Emilia Romagna sede di Cesena.

“Erano i primi anni Duemila - rievoca l'ex direttore Righi - ed ero amico di Augusto Patrignani, che stimavo anche come imprenditore, oltre che come persona seria, di parola e di livello. Giocavamo a tennis e fu dal di lì che si avviò la collaborazione tra banca e associazione. Confcommercio nei primi anni Duemila era in un passaggio importante e non semplice, stava investendo per crescere e la nostra banca credette nel progetto e la sostenne convintamente. I fatti ci hanno dato ragione. Successivamente ho avuto la possibilità di verificare la bravura, oltre che del presidente, anche dello staff direttivo e del settore finanza, capace di affiancare le imprese nell'accesso

al credito presentando progetti attrezzati e sostenibili. I soldi in banca non si chiedono per investimenti avventati e rischiosi e Confcommercio ha svolto un'opera di scrematura e di filtro molto rigorosa, ponendosi nei nostri confronti di istituto di credito come facilitatrice aiutandoci a lavorare meglio, come d'altra parte abbiamo fatto noi con lei. A tutto vantaggio delle imprese”.

“Sono passati gli anni - prosegue Righi - e sono stato chiamato da Confcommercio nel collegio dei revisori, segno di una reciproca stima e dal di dentro ho potuto ancor più rendermi conto della serietà e della professionalità con cui questa associazione lavora meritandosi sul campo la stima e la reputazione che la accreditano nel panorama territoriale. Da lettore apprezzo molto anche la sua capacità comunicativa e la forza delle idee a favore della città e del centro storico accessibile”.

LEX DIRIGENTE DELLA POLIZIA DI STATO MINARELLI

“Con Confcommercio condivisione totale di intenti”



Vincenzo Minarelli (nella foto) è stato dirigente della Polizia di Stato molto stimato nel nostro territorio cesenate.

“Sono pensionato da nove anni, ma ricordo con piacere il periodo da vicario questore - afferma - e non solo perché non fu funestato da crimini di serio rilievo, quanto piuttosto per il rapporto con il territorio e le sue forze sociali ed economiche. Con Confcommercio, in tal senso, la collaborazione è stata esemplare”.

“Le forze dell'ordine per presidiare la sicurezza, prevenire i crimini e intervenire con successo per reprimerli hanno bisogno - aggiunge Minarelli - di condivisione di intenti da parte della città e Confcommercio ha fatto molto bene la sua parte per favorirla. Si

è mesa a disposizione e ha promosso, e so che tuttora promuove, la cultura della legalità fra imprese e cittadini. La celebrazione ogni anno della Giornata nazionale della legalità è un momento importante anche per noi addetti ai lavori. Ricordo in particolare quella con il presidente della Commissione per l'Usura di Confcommercio, Giovanni Cottone, veramente istruttiva”.

“Ho molto apprezzato inoltre le tante iniziative di sensibilizzazione a tutela della sicurezza, fondamentali per sedimentare consapevolezza e senso di responsabilità - conclude Minarelli - Il bel rapporto con gli amici di Confcommercio è rimasto vivo e partecipo volentieri agli eventi formativi della associazione, come quello recente sulla polizia stradale”.

IL PRESIDENTE DI ROMAGNA SOLIDALE ALBERTI

“Confcommercio si muove con amore verso il territorio”



Confcommercio cesenate, un soggetto economico e sociale da ottant'anni presente a Cesena che fa la sua parte per affermare l'identità della città e del territorio, nella molteplicità delle sue risorse e ricchezze.

Il riconoscimento arriva da dottor Arturo Alberti (nella foto), pediatra, fondatore di Avsi e presidente di Romagna Solidale, organizzazione non-profit che si occupa di promuovere la solidarietà e il benessere sociale, esponente di spicco del solidarismo cattolico ed osservatore attento della vita del territorio. Un plauso che fa piacere, perché rimarca una presenza viva ed operosa all'interno dell'intera rete territoriale, all'insegna della centralità non solo degli associati, ma delle persone, nel solco della dottrina sociale della chiesa.

“La Confcommercio cesenate - afferma Alberti - lottando per la difesa del commercio nella propria città si è mossa e continua a muoversi meritevolmente

per un amore verso il nostro territorio. La città è un luogo di relazioni, di incontri, di creatività, di opportunità, di cultura e festa. Ognuno di noi desidera che la propria città possa avere una identità. Confcommercio, possiamo verificarlo, sta dando un importante contributo in tal senso”.

“La città - prosegue il presidente di Romagna Solidale - deve essere un luogo che tutti possono riconoscere come diverso da altri e questa identità non può essere tralasciata o dimenticata ma al contrario deve essere difesa, salvaguardata e promossa, altrimenti può incorrere il rischio di trasformare la città in un grande fast food. La città è di tutti e ognuno deve fare la propria parte e dare il proprio contributo. Possiamo constatare che il soggetto Confcommercio lo sta facendo, pertanto io e tutti noi la incoraggiamo a portare avanti l'impegno che sta conducendo non solo a beneficio delle imprese che degnamente rappresenta, ma di tutto il territorio”.

LEX SINDACO DI BAGNO DI ROMAGNA SPIGNOLI

“Con gli amici di Confcommercio abbiamo fatto un grande lavoro”



“Mi reputo fortunato. Ho potuto vivere la mia passione più grande amministrando il Comune di Bagno di Romagna e la Comunità Montana dell'Appennino Cesenate per una trentina d'anni. In Comune come assessore a commercio e turismo prima, dal 1985, poi come sindaco; quindi in Comunità Montana come presidente per due mandati; infine ancora in Comune come sindaco per altri due mandati, concludendo nel 2014! Così si presenta Lorenzo Spignoli (nella foto).

“Non ho mai creduto negli uomini soli al comando - prosegue - ma nel metodo della concertazione, che ci ha permesso di ottenere importanti successi fra cui la crescita del movimento turistico e termale che ha toccato numeri mai più raggiunti negli anni, l'apertura a nuovi mercati anche stranieri, l'istituzione del mer-

catino del martedì, la segnaletica turistica lungo la E45, la passeggiata ciclopedonale fra Bagno e San Piero e la conquista della Bandiera e altri ancora”.

“In questo quadro il rapporto con le associazioni d'Impresa è stato strategico. Fra queste, il rapporto con la Confcommercio è stato fecondo e leale, tanto da far crescere vere amicizie, che hanno aiutato il lavorare bene assieme. Con i vertici comprensoriali, capaci e attenti, sensibili ai nostri problemi, ma permettetemi di ricordare alcuni campioni locali. Paolo Rossi, sempre presente e attivo, Alberto Merendi, acuto e intuitivo, Paolo Teverini, grande maestro non solo di cucina. Un tributo speciale d'affetto e rimpianto per Emiliano Rossi, vulcanico e solidale, della cui amicizia mi sento tuttora amputato e del quale Beppe Crociani prosegue degnamente l'opera”.

RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO

Detrazioni fiscali per le spese culturali



Debbono essere più sostenibili i costi della cultura. Confcommercio Cesena interviene su un aspetto che si correla alla candidatura di Cesena a Capitale della Cultura insieme a Forlì, sottolineando l'importanza di riflettere sui costi della cultura a carico delle famiglie, che

devono essere sostenuti con politiche incentivanti. «La cultura non è un bene accessorio - afferma il presidente cesenate Augusto Patrignani (nella foto) - : è una necessità sociale, educativa ed economica. Per questo sosteniamo con convinzione nel territorio la proposta di introdurre una detrazione fiscale per le spese culturali delle famiglie, avanzata da Impresa Cultura Italia-Confcommercio. È un'azione concreta per rendere più accessibile il consumo culturale, abbattendo le barriere economiche che oggi colpiscono soprattutto giovani, famiglie con figli e cittadini dei centri più piccoli», spiega il presidente di Confcommercio Cesena, Augusto Patrignani, all'indomani dell'incontro nazionale "Consumi culturali e leva fiscale".

«Nel nostro territorio - prosegue Patrignani - abbiamo una rete culturale viva e diffusa: librerie indipendenti, cinema di qualità, teatri, eventi musicali e associazioni culturali che animano il centro e i quartieri. Ma troppe famiglie, soprattutto con redditi medi o bassi, sono costrette a limitare i consumi. Con questa proposta, Confcommercio vuole spingere per cambiare rotta».

La misura proposta da Confcommercio nazionale prevede che le famiglie possano detrarre dalle tasse il 19% delle spese culturali, analogamente a quanto avviene per le spese mediche o scolastiche. «Parliamo di un sistema tracciabile, semplice da applicare, con un impatto immediato: se una famiglia spende 300 euro l'anno in libri, biglietti teatrali, cinema o concerti, può recuperarne quasi 60 in dichiarazione dei redditi. Un piccolo segnale, ma significativo. E moltiplicato su larga scala, anche un volano per l'economia locale».

Patrignani sottolinea anche un altro aspetto: «Questa detrazione fiscale riconosce il valore della cultura nel welfare familiare. Non è solo svago: è formazione permanente, coesione sociale, cittadinanza attiva. E rafforza un settore che, anche a Cesena, crea lavoro e identità». Infine, un auspicio del presidente di Confcommercio: «Sarebbe importante estendere questo principio anche al welfare aziendale, permettendo alle imprese di includere la cultura tra i benefit per i dipendenti. Una sfida moderna, che lega crescita economica e crescita civile. Confcommercio Cesena farà la sua parte per promuovere la proposta nelle sedi istituzionali e sensibilizzare i nostri imprenditori e amministratori locali a premere in tal senso sugli organi decisori».

IL GIUDIZIO DI CONFCOMMERCIO

Manovra nella direzione giusta, ma servono altri passi avanti

Le imprese cesenate attendono risposte concrete dall'impianto della manovra per alimentare la crescita dei consumi e dare nuovo slancio all'economia del territorio. In questo contesto, il presidente di Confcommercio Cesenate, Augusto Patrignani (nella foto con il presidente Carlo Sangalli), offre una lettura che intreccia la visione locale con quella nazionale.

«L'impianto complessivo è convincente - spiega Patrignani - per due motivi principali: l'attenzione alla sostenibilità della finanza pubblica e l'obiettivo di sostenere il potere d'acquisto delle famiglie. Misure come la riduzione della seconda aliquota Irpef, la detassazione degli aumenti contrattuali e il ridisegno dell'isee familiare vanno nella direzione giusta, ma servono ulteriori passi avanti.»

Secondo Patrignani, «la riduzione di due punti di Irpef fino ai 50mila euro di reddito

è positiva, ma sarebbe utile estendere lo scaglione fino a 60mila euro e introdurre gradualmente una detassazione strutturale delle tredicesime. Solo così si potrà dare un sostegno reale ai redditi medio-bassi e stimolare i consumi, soprattutto nei periodi chiave dell'anno.»

L'andamento della domanda interna resta debole. «Il nostro indicatore dei consumi, con un +0,3% a settembre dopo il calo dell'1,1% di agosto, conferma tutte le difficoltà della domanda interna, con segnali negativi nei comparti dell'automotive, del tempo libero e dell'abbigliamento, quest'ultimo in crisi strutturale», evidenzia Patrignani.

Le prospettive macroeconomiche restano prudenti: «Per il 2025 prevediamo una crescita del Pil dello 0,6% e dell'0,9% nel 2026, con consumi in lieve ripresa. Ma in molte aree del Paese i livelli di Pil e di spesa re-



stano ancora inferiori a quelli del 2007. Per questo serve più ambizione nelle politiche per la crescita».

Patrignani richiama l'urgenza di rendere strutturale la maggiorazione del costo del lavoro deducibile per le nuove assunzioni a tempo indeterminato e di mantenere l'Ires premiale, «una misura che stimola gli investimenti in innovazione e occupazione».

«Meno tasse su chi produce significa più energia per la crescita - conclude Patrignani - . Restituire fiducia a chi lavora e investe è la condizione indispensabile per una ripartenza solida, capace di sostenere l'economia locale e nazionale.»

MANOVRA DEL GOVERNO

Confcommercio: taglio Irpef sino a 60mila euro

Per Confcommercio Cesena arrivano buoni segnali dalla manovra del governo, ma si può fare ancora meglio.

«Approviamo il rispetto dell'equilibrio dei conti pubblici - afferma il presidente Augusto Patrignani - e alcune scelte che iniziano il percorso di riduzione delle tasse a sostegno del potere d'acquisto delle famiglie e di riduzione del costo lavoro.

Apprezzabili la riduzione della seconda aliquota Irpef, l'alleggerimento del prelievo fiscale sugli aumenti contrattuali, sebbene limitato ai redditi fino a 28mila euro, il ridisegno dell'isee familiare, la superdeduzione del costo del lavoro per i neoassunti e le misure di 'pace fiscale' con ampia e generalizzata rateizzazione delle cartelle iscritte a ruolo».

Secondo il presidente di Confcommercio «resta, tuttavia, l'esigenza di adottare alcuni correttivi alla manovra per dare una spinta maggiore ai consumi e alla crescita tra cui l'estensione del taglio Irpef allo scaglione di reddito fino a 60mila euro, graduale detassazione delle tredicesime, prosecuzione dell'abolizione dell'Irap».

CONFCOMMERCIO PREOCCUPATA PER LA POSSIBILE UNIONE CON FORLÌ

La diocesi accorpata impoverisce Cesena

Confcommercio Cesenate esprime preoccupazione in merito alle notizie riguardanti un possibile accorpamento, a partire dal 2028, della diocesi di Cesena-Sarsina a quella di Forlì-Bertinoro, con prospettiva di una fusione in un'unica diocesi.

Il presidente di Confcommercio Cesenate Augusto Patrignani dichiara: «La eventuale perdita della autonomia e della residenza del Vescovo nella sede dell'attuale Diocesi di Cesena-Sarsina rappresenterebbe un ulteriore indebolimento del nostro territorio, che già negli ultimi decenni ha dovuto subire la perdita di servizi fondamentali come il Tribunale e altri. Cesena è capoluogo di un'area viva, produttiva e ricca di storia, e la Diocesi costituisce un punto di riferimento essenziale per la coesione sociale e per la vita della comunità.»

Patrignani sottolinea inoltre il ruolo centrale della Chiesa e del clero nella società locale:

«La Chiesa guidata dal vescovo Antonio Giuseppe Caiazza così aperto alla realtà



territoriale e i sacerdoti sono un presidio educativo e sociale: accompagnano i giovani nel loro percorso di crescita e rappresentano un sostegno umano e spirituale per gli anziani e per le famiglie. La loro presenza contribuisce a creare un clima di fiducia, solidarietà e responsabilità condivisa, elementi indispensabili anche per lo sviluppo economico e per un ambiente favorevole al fare impresa.»

Confcommercio Cesenate evidenzia inoltre come un accorpamento o una fusione della Diocesi, in un contesto già segnato

da una riduzione del numero di sacerdoti per motivi anagrafici e di ricambio generazionale, rischierebbe di «indebolire ulteriormente il territorio» e la rete di relazioni sociali che tiene insieme la comunità cesenate.

«La questione - aggiunge Patrignani - non riguarda solo la chiesa locale ma interpella le istituzioni amministrative, politiche, sociali ed economiche del territorio che sarebbe bene esprimessero una posizione condivisa di vicinanza alla diocesi di Cesena-Sarsina, esprimendo l'auspicio che possa mantenere la propria autonomia. Riteniamo importante far sentire la voce del territorio: la presenza di una diocesi cesenate autonoma è fondamentale per la vitalità e lo sviluppo della nostra comunità, come lo è stata per secoli, fungendo da punto di riferimento non solo per i fedeli ma anche, sotto l'aspetto sociale ed educativo, per i laici.»

Nella foto il vescovo di Cesena - Sarsina Antonio Giuseppe Caiazza.

CONFCOMMERCIO E FEDERMODA

No alla liberalizzazione dei saldi



No ai saldi selvaggi. Confcommercio cesenate esprime la sua posizione sulla liberalizzazione dei saldi, sottolineando che la verasfida per il settore è rappre-

sentata «dalla concorrenza sleale del web e dai rapporti con i fornitori». «I saldi sono un appuntamento fisso e trasparente che consente ai consumatori di valutare l'effettiva convenienza degli acquisti», dichiara il direttore Confcommercio cesenate Giorgio Piastra (nella foto). «La liberalizzazione dei saldi potrebbe creare confusione e problemi per i negozi di vicinato, che già oggi sono sottoposti a una forte pressione com-

petitiva». «In un mercato caratterizzato da continue offerte, promozioni, liquidazioni e vendite straordinarie, spesso confuse e prive di reale trasparenza, i saldi costituiscono un punto di riferimento chiaro tra prezzo iniziale e prezzo finale».

Per sostenere il commercio di vicinato, Federazione Moda Italia Confcommercio chiede al governo di «costituire un tavolo del Commercio presso il Mimit e di accogliere le nostre proposte concrete per il rilancio dei consumi; uno sgravio fiscale per i consumatori sull'acquisto di articoli di moda presso i negozi di vicinato; un credito d'imposta sugli affitti per aiutare le piccole e medie attività a sostenere i costi; l'isti-



tuzione di una Giornata della Moda, durante la quale ragionare su tutti gli argomenti relativi al settore e trovare soluzioni condivise».

FNAARC CASA DEGLI AGENTI RAPPRESENTANTI

L'avvocato in sede valore aggiunto

Cresce in modo costante il numero degli agenti e rappresentanti di commercio nel territorio cesenate associati a Fnaarc che oggi superano le cento unità, segnale di vitalità per il settore e per l'economia locale.

Le adesioni a Fnaarc Confcommercio cesenate sono in aumento con ingressi di giovani agenti. "Il settore si rinnova - afferma il presidente Fnaarc cesenate Augusto Patrignani - perché il mestiere di agente ha attrattività e consente di fare ottimi percorsi professionali. Per sostenere la categoria Fnaarc Confcommercio si pone come casa dei servizi e ha ampliato l'accompagnamento agli associati con la consulenza legale dell'Avv. Augusto Baldassari (nella foto in alto), disponibile ogni venerdì presso la sede di Cesena. Il servizio, su contratti di agenzia, provvigioni e indennità di fine rapporto, sta registrando gran-



de apprezzamento da parte degli agenti".

Il presidente Augusto Patrignani dichiara inoltre: "Gli agenti rappresentano un anello fondamentale per lo sviluppo economico locale. L'ampliamento delle consulenze legali è un passo importante, insieme alla richiesta di maggiore considerazione da parte delle istituzioni, come sul rialzo della deducibilità dell'auto aziendale,

strumento indispensabile per agevolare l'attività quotidiana e sostenere la crescita delle imprese rappresentate.

Secondo Fnaarc, un aumento del tetto di deducibilità contribuirebbe a incentivare il rinnovo del parco auto, sostenere il mercato automobilistico e favorire la transizione ecologica, migliorando la competitività degli agenti, che utilizzano l'auto come strumento principale per il lavoro"

IINTESA TRA FIPE E AIC

La ristoratrice cesenate celiaca: "Con la cucina senza glutine i clienti si fidelizzano"

La ristoratrice celiaca cesenate ha fornito una appassionata testimonianza all'incontro promosso da Fipe Confcommercio cesenate nella sede di Icook, la scuola di cucina di Iscom Formazione, con i ristoratori cesenati in cui

si è parlato della cultura Gluten free nei locali cesenati. Il tema è stato introdotto da Angelo Malossi, presidente Fipe Confcommercio, che ha illustrato il protocollo d'intesa firmato da Fipe con Aic (associazione italiana Celiaci) per una maggior diffusione della cucina senza glutine. Massimo Boschi, fondatore Aic, ha rimarcato che i locali affiliati all'associazione italiana celiaci aumentano del 33% il loro fatturato e che il 70% dei clienti



celiaci sono abituarini e scelgono il locale di fiducia. Silvia Conti, nutrizionista Aic è entrata nei dettagli del progetto della guida alimentare per il 'Fuori Casa' che prevede formazione e monitoraggio continuo ai locali che offrono menù senza glutine, smontando anche pregiudizi come quello occorra una seconda cucina.

Per servire alimenti senza glutine occorre ricevere una notifica da parte dell'Azienda sanitaria. Il nostro territorio è sensibile alla

materia, infatti la Regione Emilia Romagna ha promulgato una legge in merito realizzata in collaborazione con Aic.

Michela Alessandrini, del ristorante pizzeria i Girasoli, ha raccontato la sua esperienza da celiaca e titolare di ristorante. "Lavorare con i clienti celiaci dà grandi gratificazioni. Spesso si diventa amici dei propri clienti perché è vero che tornano e ringraziano per la cura alimentare e umana che ricevono". "L'incontro - ha concluso il presidente Fipe Malossi - è stato un grande momento di crescita per la categoria".

Nella foto un momento dell'incontro.

SUCCESSO IN PIAZZA DEL POPOLO

Fiera d'autunno servita dai commercianti ambulanti

bancarelle al servizio della città con gli ambulanti protagonisti. Questa manifestazione ha rappresentato ancora una volta un'importante occasione per valorizzare gli operatori ambulanti e promuovere l'economia del territorio. La scelta di anticipare la fiera è stata fatta per armonizzare l'evento con altre iniziative cittadine programmate



La Fiera d'Autunno è tenuta domenica 26 ottobre in piazza del Popolo con Fiva Confcommercio tra i promotori. L'evento ha offerto una vasta gamma di

Quando entrerà in vigore il fatidico abaco a Cesena, lo strumento messo a punto da Comune di Cesena e Soprintendenza, col coinvolgimento delle associazioni di categoria, per armonizzare esteticamente gli arredi esterni posizionati dai locali negli spazi pubblici del centro? Proroga dopo proroga era stato fissato il termine di fine 2025, ma la situazione resta fin troppo fluida e quindi penalizzante per Fipe Confcommercio cesenate, il sindacato dei pubblici esercizi presieduto da Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi (nelle foto). "Navighiamo a vista", osserva la Fipe. Con'è noto si tratta di uno strumento messo a punto, col coinvolgimento delle associazioni di categoria, per armonizzare esteticamente gli arredi esterni posizionati dai locali negli spazi pubblici del centro. Se i richiedenti si atterranno alle regole e tipologie che sono state previste nell'abaco giù ultimato ma non entrato in vigore per le proroghe che lo hanno protratto a fine 2025, potranno ottenere con un'unica domanda un'autorizzazione della durata di cinque anni. Negli ultimi anni dehors, tavolini e strutture amovibili installate su suolo pubblico - sono stati al centro di continui interventi nor-



mativi. Molti imprenditori cesenati di bar e ristoranti, il settore che ha registrato maggiori ingressi, si trovano a convivere con un quadro poco stabile, tra proroghe e nuove regole in arrivo. Con la legge Concorrenza 2023, il Parlamento ha dato al Governo il compito di approvare, entro dicembre 2025, un decreto per riordinare e semplificare la disciplina sulle concessioni di suolo pubblico per i dehors. Un percorso che, se portato a termine, potrebbe finalmente dare stabilità al settore.

"Il 16 settembre - rimarca la Fipe cesenate - è stato presentato l'emendamento al disegno di legge "Semplificazioni" che riguarda direttamente i dehors. Le proposte sono due: prorogare al 31 dicembre 2026 il termine entro cui il Governo dovrà adottare il decreto di riordino; prorogare al 30 giugno 2027 la validità delle conces-

sioni rilasciate durante l'emergenza Covid. Si tratta di una proposta che dovrà passare sia al Senato che alla Camera prima di diventare legge. Per Fipe Confcommercio da un lato la proroga fino al 2027 garantisce continuità formale alle concessioni già in essere. Dall'altro, il rinvio dell'atteso decreto rischia di lasciare le imprese ancora una volta in un limbo normativo. Il settore attende una legge definitiva che metta ordine e superi la logica delle proroghe. La speranza è che il Governo dia seguito alla delega già ricevuta e che presto arrivi un quadro normativo stabile, capace di valorizzare davvero il ruolo dei dehors come parte integrante della vita urbana". "I dehors rappresentano un valore aggiunto non solo per le imprese di pubblico esercizio, ma anche per le città - dichiarano i presidenti Fipe del comprensorio cesenate Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi - . Per questo chiediamo alla politica di fare la propria parte: serve una cornice normativa chiara e stabile che permetta alle imprese di programmare i propri investimenti con certezza e di contribuire, in modo ordinato e armonico, alla qualità e alla vivibilità degli spazi pubblici".

NEGOZI ALIMENTARI

Più consegne a domicilio e ordinazioni online



Fida Confcommercio, che tutela i punti vendita alimentari, ha con-

dotto un'indagine in collegamento con i territori che evidenzia una crescente preferenza degli italiani per i negozi di prossimità. "Secondo lo studio, il 55% effettua abitualmente la spesa nei supermercati di quartiere - afferma Marino Pieri, presidente di Fida cesenate (nella foto) -, apprezzando la qualità dei prodotti freschi e il servizio personalizzato offerto da questi esercizi. Inoltre, oltre l'88% degli intervistati ritiene che la presenza di piccoli negozi influenzi positivamente la scelta del quartiere in cui vivere, contribuendo al valore degli immobili e alla coesione sociale". Tuttavia, nonostante questa preferenza, il settore dei negozi di vicinato sta affrontando sfide significative. Tra il 2012 e il 2024, in Italia sono scomparsi oltre 111.000 negozi al dettaglio, con un rischio crescente di desertificazione commerciale che po-

trebbe compromettere l'attrattività delle città. Confcommercio ha sottolineato la necessità di politiche attive per sostenere il commercio di prossimità e contrastare questa tendenza.

"In risposta a queste sfide - prosegue il presidente Fida cesenate Pieri - molti piccoli negozi hanno adottato strategie innovative, come l'introduzione di servizi di consegna a domicilio, l'uso di piattaforme online per gli ordini e la promozione di prodotti locali e freschi. Queste iniziative hanno contribuito a mantenere la competitività dei negozi di vicinato, offrendo un servizio più personalizzato e rispondendo alle nuove esigenze dei consumatori. Fondamentale è non sguarnire quartieri e frazioni di punti vendita alimentari come successo a San Giorgio, frazione di Cesena, per qualche tempo, ed è bene che i quartieri eseguano un monitoraggio per avere un quadro aggiornato, quartiere per quartiere, sulla presenza di punti vendita alimentari e attrezzarsi per il ripopolamento laddove richiesto".

FIPE SUL DISEGNO DI LEGGE

False recensioni, un passo avanti

Fipe Confcommercio cesenate esprime apprezzamento per l'approvazione del disegno di legge sulle pmi, avvenuta in Senato, sulle disposizioni sulle false recensioni, su cui la Federazione è impegnata sia a livello nazionale che europeo. Le norme rappresentano infatti un concreto passo avanti verso una maggiore trasparenza e autenticità delle recensioni digitali, inserendosi nella cornice legislativa europea".

"Significativa - affermano i presidenti Fipe cesenati Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi - è l'introduzione di specifici requisiti di liceità delle recensioni, tra

i quali, il termine massimo di 30 giorni per la loro pubblicazione, la previsione che il contenuto debba essere attuale e legato a una esperienza di acquisto svolta da una persona reale e la presunzione di autenticità in presenza di evidenze fiscali. Auspicando che il provvedimento venga approvato anche dalla Camera, Fipe chiede che venga mantenuta alta l'attenzione su un fenomeno che incide sia sulla tutela dei consumatori che sulla concorrenza leale: fino al 30% del fatturato di un pubblico esercizio dipende dalla reputazione digitale"

CONFCOMMERCIO VALLE SAVIO

Al servizio delle imprese di collina e montagna

Confcommercio Vallata del Savio (Bagno di Romagna, Verghereto, Sarsina e Mercato Saraceno) accompagna ogni giorno da cinquant'anni chi fa impresa nei territori collinari e montani, chi garantisce il presidio sociale con i negozi di prossimità e ai protagonisti dei turismi integrati termale, ambientale, verde, sportivo ed enogastronomico.

Le prime sedi territoriali vennero aperte nel 1976 e 1977 a San Piero in Bagno in piazza Allende, a Sarsina in via Linea Gotica e a Mercato Saraceno, con recapito, in piazza Gaiani, territorio già servito dalla sede cesenate. "Da sempre - osservano i presidenti di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani, di Sarsina Romano Rossi, di Mercato Saraceno Bruno Bracciaroli e di Verghereto Remo Casini (nella foto) - Confcommercio opera per contrastare lo spopolamento commerciale, imprenditoriale e demografico e sul turismo assume un ruolo propulsivo per rilanciare ricchezze paesaggistiche e culturali del territorio". I primi tre presidenti di Bagno di Romagna furono i compianti Arturo Mariani, Egizio Stagnani e Emiliano Rossi, avvicendato da Giuseppe Crociani. A Sarsina i presidenti sono stati i compianti Angelo Comandini e Gilberto Mambelli, Stefano Migliori, Paolo Nucci e Romano Rossi. A Mercato Saraceno Benito Giunchi e Bruno Bracciaroli. Attorno ai presidenti hanno fatto squadra dirigenti e associati, insieme allo staff, tenendo sempre alto il nome di Confcommercio.

CONFCOMMERCIO A SAN MAURO PASCOLI

Fiera di San Crispino e tombolone col botto

Successo di pubblico per la Fiera di San Crispino 2025 a San Mauro Pascoli, che anche quest'anno ha richiamato migliaia di visitatori tra le vie del centro. Stand gastronomici, mercatini, spettacoli e musica hanno animato un fine settimana all'insegna della tradizione e della convivialità, con grande soddisfazione per Confcommercio San Mauro Pascoli, che contribuisce all'iniziativa.

Applausi e partecipazione da record anche per il Tombolone di San Crispino, organizzato da Confcommercio, che ha riempito piazza Mazzini con migliaia di partecipanti. Un evento diventato simbolo dell'anima popolare della



fiera, capace di unire divertimento, premi offerti dalle attività locali e un forte senso di comunità.

"È stata un'edizione davvero straordinaria - commenta Raffaele Bernabini, presidente di Confcommercio San Mauro Pascoli -. La risposta del pubblico è la prova di quanto la Fiera e il Tombolone siano momenti attesi e amati. Il successo nasce dalla collaborazione tra

commercianti, associazioni e amministrazione, unendo tradizione, economia e socialità." Bernabini ha voluto ringraziare tutti i volontari e gli operatori che hanno reso possibile l'evento, definendo San Crispino "una festa che appartiene a tutta la comunità". Sono state distribuite circa 10.000 cartelle ai negozi e alle attività del centro che hanno aderito all'iniziativa che a loro volta le hanno of-



Dal 1973 punto di riferimento del territorio del Rubicone, ma da molto prima servita dalla sede cesenate. Per Confcommercio del Rubicone la celebrazione dell'80° di vita di Confcommercio cesenate è un fatto reale e vissuto.

Dati negativi sul turismo, servono gli Stati Generali

Confcommercio di Bagno di Romagna, Verghereto, Sarsina e Mercato Saraceno chiedono gli Stati Generali del turismo dopo che sono usciti i dati turistici relativi ad agosto e Confcommercio non può non manifestare a preoccupazione circa l'andamento della stagione turistica nel nostro territorio. La provincia di Forlì-Cesena risulta essere la peggiore in quanto a presenze ed in particolare chi soffre di più sono le periferie la collina e la montagna, pur in un periodo, quello del post covid, dove le zone che garantiscono aria buona e vita all'aperto dovevano essere al centro dello sviluppo turistico.

"Qualcosa evidentemente non va ed è necessario un cambio di rotta - affermano i presidenti Giuseppe Crociani, Remo Casini, Romano Rossi e Bruno Bracciaroli -. Il turismo e tutti i servizi ad



esso collegati come il commercio sono colonne dell'economia del territorio. Una criticità è la frammentazione: nonostante i tentativi di individuare aree turistiche più ampie i campanilismi continuano ad impedire una reale promozione condivisa. Attualmente, inoltre, la politica è unico attore protagonista mentre Confcommercio è convinta che nel film del turismo gli attori protagonisti debbano essere due: la politica e le imprese. Purtroppo la politica continua ad avere il sopravvento e pretende di educare le imprese, e i corpi intermedi, a fare il loro lavoro. Troppo spesso le associazioni sono chiamate a

sottoscrivere protocolli già scritti, non esiste il minimo della concertazione con chi il turismo lo fa sul campo".

"Un'altra criticità - proseguono i presidenti Confcommercio di Bagno di Romagna, Verghereto, Sarsina e Mercato Saraceno - è la mancanza di visione: non vediamo un progetto a medio lungo termine, una vera politica turistica. Le esperienze oggi ritenute decisive per lo sviluppo turistico, per quanto importanti, sono solo uno degli strumenti. Impostare il turismo solo su eventi oltre ad essere costosissimo non può essere l'asso nella manica di un territorio così ampio e complesso.

Abbiamo tante emergenze; valorizziamole!".

"In questa situazione difficile chi gode sono le città che stanno conoscendo un periodo d'oro, ma ciò non deve annebbiarci la vista; vedere località turistiche affermate da più tempo sui mercati nazionali ed internazionali come Bagno di Romagna segnare il passo e arretrare, ci preoccupa fortemente e deve fare riflettere - mettono in luce i presidenti Confcommercio -. Fino a quando non si individuerà il problema sarà impossibile trovare una soluzione. Per questo invitiamo ad istituire un tavolo di lavoro, e a convocare gli Stati Generali del turismo tra la politica ed rappresentanti delle imprese per confrontarsi e rilanciare un settore tanto importante, il petrolio, per la nostra comunità".

Nelle foto i presidenti Confcommercio della Vallata del Savio

RONCOFREDDO

Fiera d'autunno festa di paese

La XXIV edizione della Piccola Fiera d'Autunno di Roncofreddo si terrà sabato 22 e domenica 23 novembre nel suggestivo centro storico del borgo collinare. L'evento, ormai consolidato nel panorama delle manifestazioni autunnali della Romagna, valorizza

le tradizioni enogastronomiche, artigianali e culturali del territorio. La fiera ospita numerosi produttori locali, artigiani e osterie, che propongono piatti tipici della cucina romagnola, dai cappelletti e la piadina ai

formaggi e dolci tradizionali. Oltre alla gastronomia, l'iniziativa offre musica dal vivo, laboratori creativi e attività per bambini, trasformando il centro storico in un luogo di festa e convivialità per tutta la comunità. Confcommercio esprime il proprio plauso alle attività locali impegnate nell'organizzazione e nella partecipazione all'evento, sottolineando l'importanza di queste iniziative.

Alessandro Bernabini

Tre hub urbani a Longiano per rilanciare il commercio

ferte gratuitamente ai loro clienti.

I nomi dei vincitori: Cinquina: Fusco Matteo di San Mauro e Vizzani Cristian di Gatteo. Decina: Baiardi Elena, Fioroni Sabina e Capurso Giovanni di San Mauro. Tombola: Manfroni Marino e Dal Pozzo Roberta di San Mauro Pascoli.

Un ringraziamento particolare va a tutti i negozi ed attività che hanno partecipato ed in particolare agli sponsor: La Bottega Delle Carni, Caseificio Pascoli, Salumificio Lombardi, Trattoria Pizoun, Romagna Banca, Caffetteria La Madeleine, A.t.i.c. Gas e Conad.

Nella foto i premiati al tombolone

Il Comune di Longiano è stato ammesso al finanziamento regionale per la progettazione di tre hub urbani e di prossimità, in un percorso strutturato di rigenerazione urbana e rilancio delle funzioni commerciali, sociali e relazionali di aree strategiche del territorio.

Il contributo rientra nell'ambito del bando promosso dalla Regione Emilia-Romagna per sostenere l'integrazione delle politiche di intervento su zone a vocazione commerciale e relazionale o carenti di

servizi di prossimità.

L'amministrazione comunale potrà attivare una fase di analisi e confronto partecipato con associazioni, imprese e attori locali, finalizzata alla progettazione di interventi su tre aree: il centro storico di Longiano, la frazione di Crocetta e Ponte Ospedaletto e la frazione di Budrio. "Confcommercio - afferma il presidente Giovanni Anselmi - considera quella degli hub una opportunità importante per rilanciare il commercio di prossimità"

PRIMA SEDE DI CONFCOMMERCIO NEL 1973

Da mezzo secolo sentinella del Rubicone

Il 1973 fu l'anno in cui Confcommercio aprì la sede di Savignano, diventata nel tempo una vera casa di servizi, consulenze e accompagnamento per imprenditori, commercianti e operatori del terziario. Ma già prima il territorio veniva servito dalla sede cesenate. Il presidente Roberto Renzi (Savignano), Raffaele Bernabini (San Mauro Pascoli), Francesco Tomasini (Gambettola), Andrea Carghini (Sogliano), Antonio Mandato (Borghi) Alessandro Bernabini (Roncofreddo), Giovanni Anselmi (Longiano) e Lorenzo Campedelli, vicepresidente di Gatteo punto di riferimento dopo la morte di Egisto Dall'Ara sottolineano con

orgoglio il valore della continuità: «Parliamo a nome di tutti coloro che ci hanno preceduto, a partire dal pioniere primo compianto presidente Mario Paolucci. All'inizio eravamo due dipendenti e 170 imprese associate; oggi contiamo 630 imprenditori e clienti che quotidianamente si rivolgono a noi». Un percorso di crescita che ha visto Confcommercio Savignano affermarsi come punto di riferimento del territorio. «La nostra forza è la credibilità, la reputazione, i servizi di eccellenza e un accompagnamento costante alle imprese commerciali, turistiche e del terziario dei comuni del Rubicone: dal mare all'entroterra fino alla montagna nel nostro composito territorio», rimarca-

no i presidenti.

Dal 2000 responsabile è Paolo Vangelista. L'associazione ha sempre difeso negli anni il commercio di prossimità, anima della vita delle comunità locali. «Siamo in prima linea per sostenere, nelle sedi deputate, le ragioni del piccolo commercio, presidio sociale ed economico».

«La sfida del futuro - conclude il presidente di Confcommercio Rubicone - con la transizione tecnologica in atto, è coniugare tradizione e innovazione. Ma al centro resta sempre l'associato, prima come persona e poi imprenditore».

Nella foto i presidenti Confcommercio Rubicone con il responsabile Vangelista.

CONFCOMMERCIO DI CESENATICO

Da oltre cinquant'anni ogni giorno a fianco delle imprese



Da oltre 50 anni Confcommercio Cesenatico è al fianco degli imprenditori del commercio, del turismo e del terziario, accompagnando la crescita economica del territorio. "Confcommercio è stata protagonista dello sviluppo di Cesenatico fin dai tempi del boom economico - rimarca il presidente Giancarlo Andrini, parlando anche a nome dei suoi predecessori -. Abbiamo sostenuto la nascita dei grandi alberghi offrendo servizi, consulenze e una rappresentanza di alto livello, grazie anche al know-how nazionale." Dalle sedi storiche a quella attuale, l'associazione è sempre stata un punto di riferimento per le imprese e un interlocutore affidabile per le amministrazioni locali. Cesenatico, Gatteo Mare e San Mauro Mare rappresentano un modello turistico riconosciuto a livello nazionale e internazionale. "Le strutture ricettive e i negozi di prossimità - aggiunge Andrini - lavorano in sinergia per offrire qualità a famiglie e giovani, contribuendo a innalzare gli standard del settore". Oggi Confcommercio continua ad affiancare gli imprenditori con soluzioni mirate. Responsabile della sede di Cesenatico è Roberto Fantini.

CONFCOMMERCIO AL CONVEGNO DI ADAC

Il borgo marinaro nel turismo che cambia

Il nuovo turismo si costruisce insieme. Si è svolto al Grand hotel Da Vinci di Cesenatico il convegno "Il borgo marinaro come smart destination: il turismo che cambia", organizzato da Adac Federalberghi a cui ha preso parte anche Confcommercio di Cesenatico. L'evento ha visto la partecipazione di numerosi operatori turistici, rappresentanti delle istituzioni e delle associazioni di categoria, tra cui l'assessore regionale al turismo Roberta Frisoni, il presidente della Camera di Commercio della

Romagna Carlo Battistini e il sindaco di Cesenatico Matteo Gozzoli, Simone Battistoni, presidente Sib Confcommercio, ha commentato la stagione come "complicata ma non disastrosa", sottolineando l'importanza di rinnovare il modello turistico senza abbandonarlo. Ha inoltre espresso preoccupazione riguardo alla concorrenza, affermando che si applica consentendo la nascita di nuove aziende e non espropriando quelle esistenti". Giancarlo Andrini, presidente di Confcommercio Cesenatico, ha evidenziato

IN PRIMA LINEA LO STAND DI ARTE CONFCOMMERCIO

'Il Pesce fa festa', cinque giorni di felicità

Gran ritorno della manifestazione "Il Pesce fa Festa". Ieri si è aperta la grande sagra d'autunno organizzata da Confcommercio e Confesercenti con il patrocinio del Comune di Cesenatico, il sostegno di RomagnaBanca Credito Cooperativo main sponsor e la collaborazione di Cooperativa stabilimenti balneari, Cesenatico Camping Village e Radio Studio Delta. L'appuntamento si concluderà domenica 2 novembre, per cinque giorni dedicati alla valorizzazione del pesce fresco dell'Adriatico e dei ristoranti di Cesenatico. Oltre agli stand gastronomici, seguendo una linea tracciata negli ultimi anni per dare maggiore spessore all'evento, ci saranno anche spettacoli, intrattenimenti musicali ed iniziative culturali. In viale Anita Garibaldi, la strada del centro che collega il porto canale

con il lungomare, ci sarà lo stand di Arte Confcommercio, che proporrà piatti iconici della cucina romagnola di mare. "Ci stiamo preparando come sempre con grande impegno ed entusiasmo - afferma il responsabile di Confcommercio Cesenatico Roberto Fantini - per rendere onore ad un evento amatissimo a Cesenatico e dai visitatori. Negli ultimi anni le presenze sono state sempre in crescita, la formula gastronomica e la bellezza del porto canale e del centro funziona bene". "Il pesce fa festa a pieno titolo è un richiamo turistico di Cesenatico che allunga la stagione e dal quale trae beneficio tutto l'indotto commerciale del centro storico e della città, unitamente ai pubblici esercizi", osserva il presidente di Cesenatico



Giancarlo Andrini. Nel cortile del Museo della Marineria l'associazione Amici della Ccils è protagonista del pesce della solidarietà. Anche le barche si trasformano in ristoranti, in cui sarà possibile pranzare e cenare a bordo della motonave New Ghibli ormeggiata di fronte a piazza Ciceruacchio e della motonave Tritone

nel tratto centrale del porto canale. Tutti i piatti serviti rispettano un disciplinare rigoroso, con solo pesce del mare Mediterraneo e nessun prodotto d'importazione, per valorizzare la filiera locale e sostenere il pescato del territorio. Si svolgeranno nei giorni della festa anche i mercatini.

I DATI A CESENATICO NEI PRIMI OTTO MESI

Tengono gli arrivi, cala la durata dei soggiorni



La Regione Emilia-Romagna ha presentato i dati turistici relativi al periodo che va dal 1° gennaio al 31 agosto. Il bilancio di Cesenatico - mostra una sostanziale tenuta negli arrivi, ma evidenzia una flessione nelle presenze complessive. Da gennaio ad agosto 2025 si sono registrati 540.257 arrivi, in linea con lo stesso periodo del 2024. Le

presenze totali, invece, si attestano a 2.983.118, con una diminuzione del -3,8% rispetto all'anno precedente. Gli arrivi italiani sono stati 450.948 (-0,6%) mentre quelli stranieri hanno raggiunto quota 89.309 (+2,8%). Le presenze italiane calano del -5,1%, mentre quelle straniere crescono del 2,4%, con 538.630 notti trascorse. Il dato più

significativo riguarda la riduzione della durata media dei soggiorni, che incide negativamente sul numero complessivo. La diminuzione delle presenze impone una riflessione sulle strategie di fidelizzazione e sull'offerta turistica e sulla qualità dell'offerta, non più in linea con le esigenze del pubblico.

IL PRESIDENTE REGIONALE SIB BATTISTONI

"Il futuro del turismo romagnolo: la sfida degli investimenti"



Secondo gli ultimi dati su arrivi e presenze turistiche, il "modello romagnolo" continua a mantenere la sua efficacia, grazie alla tradizionale ospitalità e a un buon rapporto qualità-prezzo. Tuttavia, gli operatori del settore avvertono che, per garantire la sostenibilità del turismo nel futuro, è necessario un cambio di passo. Simone Battistoni (nella foto), presidente della Cooperativa stabilimenti balneari di Cesenatico e vicepresidente nazionale di Sib Confcom-

mercio, ha sottolineato come la mancanza di investimenti stia penalizzando pesantemente il settore, soprattutto per quanto riguarda le concessioni demaniali.

"La nostra categoria è la più penalizzata da questa incertezza normativa. Non possiamo investire in nuove strutture se non c'è garanzia sulla continuità aziendale", ha dichiarato Battistoni. La situazione, infatti, non riguarda solo i balneari, ma anche gli albergatori e i titolari di pubblici esercizi: l'incapacità di rinnovare l'offerta turistica mette a rischio l'intero sistema economico della Riviera.

In questo scenario, la Regione Emilia-Romagna

sta cercando di incentivare la ristrutturazione degli hotel, puntando a una maggiore qualità nelle strutture ricettive. "Non possiamo più contare solo su pensioni e piccoli alberghi, è necessaria una riqualificazione", ha aggiunto Battistoni. Tuttavia, per i piccoli imprenditori, gli investimenti necessari sono spesso fuori portata. Per questo, è fondamentale che vengano previsti incentivi fiscali e urbanistici, affinché il settore possa evolversi e mantenere la competitività. Senza un intervento deciso, il rischio è che la Riviera romagnola perda il suo appeal a favore di altre destinazioni turistiche più moderne.

AL VIA A NOVEMBRE

Partono i lavori per rifare il ponte del Gatto

I lavori di demolizione e ricostruzione del Ponte del Gatto a Cesenatico sono previsti per iniziare a novembre, subito dopo la manifestazione "Il Pesce fa Festa". L'amministrazione comunale ha confermato che il cantiere aprirà in autunno, con l'obiettivo di completare l'opera entro l'estate 2026.

Il progetto prevede la demolizione dell'attuale

ponte e la costruzione di una nuova struttura con fondamenta in cemento armato e una sovrastruttura in acciaio. Il nuovo ponte sarà a doppia corsia carrabile, includerà una corsia ciclabile protetta e presenterà un'area panoramica con panchine e belvedere, situata di fronte al Museo della Marineria.

In vista dell'avvio dei lavori, sono già state adot-

tate misure per limitare il traffico pesante sul ponte, come il senso unico in direzione Rimini-Ravenna e il divieto di accesso ai veicoli superiori a 3,5 tonnellate.

Confcommercio, che ritiene questo intervento fondamentale per la città, auspica che durante i lavori vengano limitati i disagi a cittadini e imprenditori e che si studino soluzioni per destinare ristori alle attività danneggiate dai cantieri.



l'importanza di un approccio condiviso e concordato tra le diverse associazioni e rimarcato la necessità di un sistema economico coeso e di un ecosistema territoriale integrato per rafforzare la competitività e la reputazione del territorio. Il convegno ha rappresentato un'im-

portante occasione di confronto per immaginare insieme il futuro del turismo nei borghi marinari, con un focus su sostenibilità, innovazione e collaborazione tra pubblico e privato.

Nella foto i partecipanti al convegno con il presidente Andrini.

Groove e Moxoff portano l'intelligenza artificiale nelle imprese manifatturiere italiane

Appuntamento il 13 novembre 2025 a Cesena Fiera con l'evento "L'AI che orchestra ogni nota d'impresa".

Groove Srl, azienda cesenate specializzata in soluzioni digitali per le imprese, e Moxoff Srl, realtà milanese attiva nello sviluppo di soluzioni di Intelligenza Artificiale e Modellistica Matematica, annunciano una nuova partnership strategica per supportare la trasformazione digitale nel settore manifatturiero. L'accordo unisce due mondi complementari: da un lato l'esperienza di Groove nella gestione di infrastrutture tecnologiche e di rete, dall'altro Moxoff con il proprio know-how nello sviluppo di soluzioni AI. Insieme, le due realtà puntano a rendere l'Intelligenza Artificiale uno strumento concreto e utile per le aziende, capace di migliorare la produttività e la competitività del tessuto economico italiano a partire proprio dal territorio romagnolo.

Per presentare ufficialmente la collaborazione, le due aziende organizzano l'evento "L'AI che orchestra ogni nota d'impresa", in programma giovedì 13 novembre 2025 dalle 9.30 alle 12.30 presso Cesena Fiera.

Un incontro dedicato alle imprese locali per



scoprire come l'Intelligenza Artificiale possa diventare una leva concreta di crescita e innovazione, grazie a un approccio data-driven ma centrato sull'uomo.

La collaborazione ruota attorno all'introduzione di tecnologie AI nelle imprese italiane attraverso la finalizzazione di progetti su misura e l'offerta dei prodotti Omniscient e Tide.

Omniscient: offre soluzioni verticali per ogni esigenza di business – dalla gestione dei clienti alle risorse umane – automatizzando interi processi e migliorando l'efficienza operativa.

Tide: valuta il livello di preparazione delle aziende nell'adozione dell'Intelligenza Artificiale e identifica una roadmap strategica per la sua implementazione.

In un momento in cui l'AI suscita ancora dubbi e incertezze, Groove e Moxoff propongono un approccio chiaro, sicuro e centrato

sulla valorizzazione dei dati interni delle aziende, garantendo riservatezza e controllo.

"Il nostro obiettivo è rafforzare il collegamento tra Intelligenza Artificiale e casi d'uso concreti, guidando le aziende in una trasformazione solida, misurabile e orientata ai risultati", afferma David Moscato, Ceo di Moxoff. "Per noi la tecnologia non è mai fine a sé stessa, ma deve essere uno strumento al servizio delle imprese", dichiara Enrico Marchesini di Groove. "Grazie a questa partnership vogliamo portare soluzioni concrete e misurabili alle imprese del territorio, capaci di generare benefici reali e duraturi per il settore manifatturiero e non solo."

L'evento rappresenta un momento di incontro e confronto tra mondo digitale e media grande impresa, con l'obiettivo di costruire un dialogo aperto sull'innovazione tecnologica e sulle opportunità offerte dall'Intelligenza Artificiale per le imprese del territorio.

Nella foto lo staff di Groove e Moxoff.



IL FENOMENO DEL DUMPING

Lotta senza quartiere ai contratti pirata

Il dumping contrattuale rappresenta una vera e propria emergenza per l'economia reale, soprattutto per territori come il nostro, dove le imprese del terziario e del turismo operano quotidianamente con serietà, rispettando le regole e valorizzando il capitale umano". Così Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio cesenate interviene sull'analisi realizzata da Confcommercio nazionale che ha tracciato un quadro dettagliato del fenomeno dei contratti pirata.

"Parliamo di contratti sottocosto – spiega Patrignani – firmati da sigle prive di reale rappresentatività, che offrono condizioni economiche e normative al ribasso, generando concorrenza sleale tra imprese e spingendo verso il basso i diritti e le tutele dei lavoratori. È un meccanismo distortivo che danneggia chi rispetta le regole e impoverisce il tessuto produttivo locale, già messo alla prova da crisi e rincari". Confcommercio propone misure concrete: "La Confederazione richiede – sottolinea Patrignani – la certificazione obbligatoria dei contratti, il rafforzamento degli strumenti di vigilanza e il sostegno alla bilateralità, che per noi è un valore fondamentale nel territorio perché garantisce servizi e welfare aggiuntivo ai lavoratori e supporto concreto alle imprese".

PRESIDENTI DI QUARTIERE CONFCOMMERCIO

"I giovani 'adottino' gli anziani per spesa e servizi

Spazio ai giovani nel nuovo regolamento dei quartieri che sarà approvato dal Consiglio comunale. I dodici presidenti di quartiere di Confcommercio Cesena, insieme al presidente Augusto Patrignani, accolgono con favore l'apertura ai sedicenni, che potranno candidarsi come consiglieri di quartiere.

«È positivo – sottolinea Patrignani – che sia prevista l'eleggibilità dei sedicenni: una scelta che può stimolare partecipazione civica e responsabilizzazione dei giovani». Altrettanto apprezzabile, viene rimarcato, il progetto che prevede il coinvolgimento delle scuole e degli studenti, per informarli su cosa siano i quartieri e quale ruolo svolgano nella vita cittadina.

Tuttavia, i rappresentanti di Confcommercio evidenziano come la priorità assoluta sia oggi garantire in ogni quartiere luoghi di aggregazione giovanile, fondamentali per contrastare il rischio di devianza e di marginalità. «Le nuove generazioni hanno bisogno di spazi dove ritrovarsi, crescere e condividere esperienze positive – osserva Patrignani –. È indispensabile attivare sinergie con parrocchie, oratori, associazioni sportive e di volontariato per mettere a disposizione strutture e opportunità».

Secondo Confcommercio Cesena, ogni quartiere dovrebbe inoltre adottare un progetto dedicato al volontariato giovanile, così da rafforzare senso civico

e solidarietà. Tra le iniziative proposte, particolare rilievo potrebbe assumere l'impegno dei ragazzi nella "spesa e servizi vari per anziani soli", attività utile non solo a rispondere a un bisogno sociale concreto, ma anche a stimolare la sensibilità e la responsabilità dei più giovani. Potrebbero farla loro per gli anziani più in difficoltà o accompagnarli.

«La vera sfida – conclude Patrignani – è costruire comunità coese, capaci di mettere insieme generazioni diverse in un percorso di reciproco arricchimento. Solo così si rafforza il tessuto sociale e si previene l'isolamento».

SOS DI CONFCOMMERCIO

"Calano le imprese giovanili, va invertita la rotta"

Tra il 2011 e il 2024 l'Italia ha perso 193mila imprese guidate da under 35, pari a un calo del 30,6%, a fronte di una riduzione complessiva del 4,2%. Anche nel territorio cesenate la tendenza è evidente e preoccupante, con una progressiva diminuzione delle imprese giovani che indebolisce la vitalità economica locale.

"La riduzione delle imprese giovanili – afferma Augusto Patrignani, presidente Confcommercio Cesena – è un segnale d'allarme che non possiamo ignorare. Ogni impresa che chiude o non nasce rappresenta un'occasione persa di sviluppo e innovazione per il territorio. I giovani portano nuove competenze, capacità digitali e idee fresche: senza di loro il sistema produttivo rischia di invecchiare e perdere slancio».

Le imprese under 35, spiega Patrignani, mostrano una maggiore propensione agli investimenti in tecnologie e una crescita

più dinamica in termini di occupazione, ma si scontrano con burocrazia, difficoltà di accesso al credito e costi iniziali troppo alti.

"Per invertire la tendenza – prosegue Patrignani – servono incentivi fiscali stabili, un sistema di garanzie pubbliche per il credito e un ambiente locale favorevole alla nascita di nuove attività. Confcommercio Cesena propone inoltre percorsi di formazione imprenditoriale e sportelli dedicati all'avvio d'impresa per accompagnare i giovani nel loro progetto».

Il presidente conclude: "Sostenere i giovani imprenditori significa investire nel futuro di Cesena. Dove nascono nuove imprese si creano lavoro, innovazione e fiducia nel domani. Il nostro territorio deve credere di più nei suoi giovani e dar loro gli strumenti per costruire qui il proprio futuro».

CONFCOMMERCIO DOPO FATTORE R

Lavoriamo insieme per la California d'Europa



Confcommercio cesenate ha molto apprezzato la definizione del presidente Abi, Antonio Patuelli, che ha chiamato a Fattore R la Romagna, definendola la California d'Europa: «Per noi romagnolisti convinti come siamo da sempre e impegnati per assegnare alla Romagna il ruolo che merita – afferma il presidente di Confcommercio cesenate, Augusto Patrignani (nella foto) – è un attestato importante che ci sprona a fare fronte comune per realizzare le straordinarie

potenzialità del nostro territorio, facendo anche pressione sulle istituzioni pubbliche affinché la valorizzazione con dotazioni, infrastrutture e interventi adeguati a sostenere lo sviluppo del turismo e dei settori produttivi fondati sul modello della piccola impresa».

Il futuro della Romagna si gioca sulla capacità di crescere e investire con visione condivisa e strategica. Per questo, secondo Patrignani, è necessario dare continuità al confronto avviato a Fattore R, impreziosito anche dal contributo del Premio Nobel per l'economia Acemoglu, una piattaforma di dialogo fondamentale che deve evolversi aprendo un tavolo permanente e inclusivo, coinvolgendo istituzioni, imprese, mondo bancario, università e formazione.

La nona edizione del forum ha messo al centro temi cruciali: in-

frastrutture materiali e immateriali, attrattività degli investimenti, semplificazione amministrativa, export e capitale umano. È emersa chiaramente la necessità di un approccio sistemico, in grado di far dialogare pubblico e privato su una visione comune dello sviluppo romagnolo. «Questo è anche il nostro impegno – osserva Patrignani – di corpi intermedi. Dobbiamo far proseguire nel dibattito e nelle azioni conseguenti la full immersion di Fattore R».

Dall'alta formazione, dalla logistica alla digitalizzazione, ogni ambito richiede programmazione, chiarezza normativa e una regia condivisa. «Abbiamo gli strumenti e le competenze – sottolinea Patrignani – ma serve metodo. Nessuno può pensare di agire in solitudine. È su questi punti che dobbiamo intervenire, facendo sistema».

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'auto-lavaggio 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 valoriz-

zarle. 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.