

# CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

## Natale di luci in città COMMERCIANTI SUPER



Il vescovo Antonio Giuseppe Caiazzo al centro con il presidente Augusto Patrignani al termine della Messa natalizia in Confcommercio



**IL COMMENTO**  
**Confcommercio,**  
**passione**  
**e fiducia**  
**sotto**  
**l'albero**

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Confcommercio Cesena mette fiducia e passione sotto l'albero. Fiducia nel presente, nel futuro e soprattutto negli imprenditori che rappresenta. Un imprenditore non può permettersi di vivere nella paura: come diceva Franklin Delano Roosevelt, l'unica cosa di cui dobbiamo aver paura è la paura stessa. La paura paralizza, mentre la fiducia costruisce. Ogni giorno Confcommercio Cesena vede imprese

che scelgono il coraggio e la responsabilità della costruzione.

Le imprese del nostro territorio investono, rischiano sì, ma mai in modo avventato. Scommettono sul capitale umano, creano lavoro, alimentano la ricchezza diffusa della realtà cesenate. Tengono vive le città, le illuminano, le rendono più belle, autentiche, accoglienti. Dietro ogni vetrina e ogni serranda che si alza c'è un impegno serio, una storia familiare, un progetto che parla dell'identità della comunità. È questo mondo che Confcommercio cesenate tutela e valorizza ogni giorno.

Confcommercio Cesena ritiene che questi imprenditori meritino condizioni adeguate

per svolgere al meglio il loro lavoro. Il loro appello è semplice e legittimo: non essere ostacolati da barriere sempre più pesanti. Una fiscalità esosa, una burocrazia che rallenta, regolamenti che penalizzano invece di accompagnare creano un contesto difficile. Le norme devono esserci, naturalmente, ma devono essere equilibrate, applicabili, non oppressive.

Non è sostenibile che un imprenditore debba dedicare più tempo alla gestione burocratica che alla propria attività, ai clienti, ai dipendenti, alla

programmazione. Confcommercio Cesena lo denuncia da tempo: senza un'inversione di rotta, sempre meno giovani sceglieranno la via dell'impresa,

anche quando potrebbero continuare una di famiglia. E questo sarebbe un impoverimento economico, culturale e sociale per tutta la comunità cesenate.

Un pensiero speciale Confcommercio Cesena lo rivolge ai commercianti, veri angeli cittadini del Natale. Sono loro a rendere scintillante la città, a farla sentire viva e accogliente. Sarebbe bello che anche il prossimo anno le luminarie si ispirassero ancora, come quest'anno, al "Ringraziare Desidero" della poetessa cesenate Mariangela Gualtieri, e che questo ringraziamento fosse rivolto proprio ai commercianti che ogni giorno rendono vivi i centri storici. Con loro, la città diventa davvero casa.

Buon Natale a tutti i nostri lettori e alle loro famiglie. E i migliori auguri di un sereno e operoso 2026, affinché ciascuno possa crescere e migliorare, con quella fiducia che Confcommercio cesenate vuole continuare a coltivare per l'intera comunità.



UN BEL 2025

## I nostri fatti

Era il 1961 quando Confcommercio avviò la propria attività di comunicazione con il Notiziario Confcommercio.

Seguirono poi lunghe stagioni di riviste mensili come Nuova Immagine, Nuova Ascom e altre testate, fino alla scelta compiuta undici anni fa di incorporare i nostri giornali mensili nei quotidiani e nelle pubblicazioni cittadine.

Da sempre Confcommercio ha la comunicazione nel proprio DNA: comunicare ciò che è e comunicare ciò che fa, dando conto di un'attività intensa svolta quotidianamente accanto alle imprese.

Così è stato anche nel 2025, come testimonia il nostro tradizionale campionato fotografico dedicato ai principali eventi dell'anno.

Nel mese di novembre, negli Stati Uniti, si celebra una ricorrenza molto sentita: il Thanksgiving Day, la festa del Ringraziamento, durante la quale si ringrazia per ciò che si è ricevuto nel corso dell'anno e anche per ciò che si è saputo dare. Nulla è scontato.

Confcommercio ringrazia le imprese, i partner e tutti gli interlocutori sociali per questo 2025 vissuto insieme, nel segno della promozione dell'impresa, dello sviluppo, del lavoro e dell'armonia sociale.



Il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani è stato rieletto consigliere nazionale di Confcommercio in occasione dell'Assemblea di Confcommercio-Imprese per l'Italia, che ha confermato per acclamazione Carlo Sangalli alla guida della Confederazione per il prossimo quinquennio.



Gli esponenti di Confcommercio e di Fruitimprese in occasione dell'accordo stipulato tra Confcommercio cesenate e Fruitimprese Emilia-Romagna, l'associazione che riunisce molte delle più importanti realtà ortofrutticole della Regione.



La gara di cucina con un ingrediente d'eccezione: il tartufo. L'evento si è tenuto a conclusione di Truffle Week manifestazione dedicata al tartufo, nei locali di Icook Taste&Share, la scuola cesenate di cucina di Iscom Formazione.



Il sindaco Nicola Dellapasqua e la vicesindaca Stefania Morara con i rappresentanti di Confcommercio Rubicone all'incontro su viabilità, eventi, spettacoli e iniziative attrattive in centro a Savignano.



Inaugurato un nuovo ufficio dedicato alla sicurezza, alla medicina sul lavoro e alla formazione delle imprese a cura dello Studio del consulente sul lavoro Mauro Agostini insieme a One up safety, azienda del gruppo Confcommercio.



L'incontro del comitato comunale della Confcommercio di Cesena con il presidente Augusto Patrignani e gli assessori del comune di Cesena Lorenzo Plumari, Luca Ferrini e il comandante della polizia locale Andrea Piselli.



Un momento del Festival Malatestiano della Libertà tenutosi nell'Aula Magna della Biblioteca Malatestiana di Cesena dall'11 al 13 aprile sui temi della libertà e politica, politica estera, giustizia, politicamente scorretto e ambiente.



Alverio Andreoli è stato riconfermato presidente di Fiva Confcommercio regionale, Andreoli è anche consigliere nazionale Fiva e presidente di Fiva cesenate, qui con il presidente nazionale Giacomo Errico.



La mostra mercato 'Regioni d'Europa' a Cesena.



L'incontro promosso da Rigenera Impresa sul tema dell'ottimale assetto delle strutture ricettive.



Icook Taste & Share entra nella rete delle scuole di alta formazione di Fipe Confcommercio



Il presidente Confcommercio di Roncofreddo Alessandro Bernabini con il responsabile di delegazione Paolo Vangelista, all'incontro con la sindaca Sara Bartolini sul ripristino delle strade dopo le frane.



"Intelligenza artificiale per le imprese: alleati o nemici?". È il tema del seminario che si è tenuto a Cesena Fiera. L'evento è stato promosso dall'ente bilaterale Ebiter di Cesena e di Forlì, Ebert Emilia Romagna in collaborazione con Iscom Confcommercio di Forlì-Cesena.



Il tavolo dei relatori dell'importante evento promosso da Confcommercio cesenate in occasione della Giornata della legalità a cui ha assistito un folto pubblico, composto anche di autorità militari.



La riuscita manifestazione 'Azzurro come il pesce' con i vertici di Confcommercio Cesena e Cesenatico allo stand di Arte.



Gli organi dirigenziali e direttivi di Confcommercio cesenate all'Assemblea nazionale di Confcommercio dell'11 giugno tenutasi a Roma.



Il Roadshow "La via del Digitale", promosso da Edi Confcommercio in collaborazione con Groove Srl. L'incontro ha acceso i riflettori sulle sfide e le opportunità offerte dalla digitalizzazione



Lo staff di Confcommercio pronto per "la Notte Rosa" tenutasi in Luglio a Cesenatico.



Gran ritorno della manifestazione "Il Pesce fa Festa", la grande sagra d'autunno che ha visto una straordinaria partecipazione di pubblico a Cesenatico.



Il corso Ifts per "Tecnico nella valorizzazione delle tipicità enogastronomiche: tradizione, wellness e sostenibilità in cucina", tenuto presso Iscom Formazione per le imprese.



Confcommercio cesenate con i presidenti cesenate Patrignani, di Cesenatico Andrini e di Bagno di Romagna Crociani con le altre associazioni di categoria, all'incontro con l'assessora regionale al turismo, commercio export, Roberta Frisoni.



Il Convegno Fnaarc tenuto in Confcommercio dedicato al tema del rinnovo dell'Aec per gli agenti e rappresentanti di commercio con il presidente nazionale Fnaarc Alberto Petranzan.



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.



Il presidente Augusto Patrignani al centro tra il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci ad una iniziativa nazionale in occasione dell'ottantesimo di Confcommercio.

INDAGINE DI CONFCOMMERCIO, TREDICESIME DECISIVE

## Regali di Natale, spesa media di 212 euro



Il commercio natalizio a Cesena e nel territorio punta sulle tredicesime. Lo afferma il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani. "I buoni fondamentali della nostra economia e il risveglio dei consumi autorizzano un cauto ottimismo per le spese di Natale. Per consolidare questa tendenza servono segnali concreti. Confcommercio ha chiesto al Governo la defasazione degli aumenti contrattuali, anche per i contratti maggiormente rappresentativi che coinvolgono oltre milioni di lavoratori del terziario e del turismo". "Con l'inflazione sotto controllo - prosegue Patrignani - l'occupazione ai massimi e un potere d'acquisto in crescita, il mese di dicembre - potrebbe segnare un'inversione di tendenza per i consumi delle famiglie. Tra il 2019 e il 2025 la spesa delle famiglie è aumentata appena dello 0,8%, ma diversi indicatori suggeriscono un possibile miglioramento, sostenuto anche dall'ottima performance della Black Week, che ha generato un giro d'affari di 5 miliardi di euro, il 20% in più rispetto allo scorso anno. Se-

condo l'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio, realizzata in collegamento con i territori fra cui il Cesenate, le tredicesime destinate ai consumi arriveranno a 49,9 miliardi di euro, segnando un incremento di 2,4 miliardi rispetto al 2024". "La spesa media per famiglia - mette in luce Patrignani - raggiungerà così quota 1.964 euro, 53 euro in più rispetto allo scorso anno. Questo maggiore margine di consumo però non si tradurrà in un forte aumento del budget per i regali di Natale, che resterà sostanzialmente stabile: 211 euro pro capite contro i 210 del 2024. La vera novità è l'orientamento a concedersi più spesso piccoli piaceri personali. Tra le priorità emergono l'acquisto di elettrodomestici, le uscite al ristorante, le serate a teatro o al cinema, le visite ai musei e una maggiore attenzione al benessere. Nonostante la prudenza sul singolo regalo, la spesa complessiva dedicata alle "strenne" raggiungerà i 10,1 miliardi di euro, il livello più alto dal 2020. Aumenta anche la quota di chi farà regali: l'81,5% degli italiani, in crescita rispetto al 79,9% dello scorso Natale. Diminuiscono invece coloro che prevedono festività "dimesse" (dal 77,1% al 72,7%), mentre cresce la percentuale di chi affronta con piacere le spese natalizie, salita dal 44,4% al 47,8%. Insomma, uno scenario che alimenta speranza per il commercio natalizio del Cesenate".

RICHIESTA DAI PRESIDENTI CONFCOMMERCIO

## Parcheggi, un'ora gratuita sotto Natale in tutti i comuni



I presidenti di Confcommercio cesenate rivolgono un appello corale ai primi cittadini del territorio affinché seguano l'esempio virtuoso di Cesenatico e di Bagno di Romagna

e di tutti gli altri comuni che lo hanno fatto, 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 (nella foto), 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 gratuita 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.

LUMINARIE E VETRINE SCINTILLANTI LUCE DELLA CITTÀ

## I negozi illuminano il Natale



L'avvio delle illuminazioni natalizie nel centro storico di Cesena il 29 novembre, in anticipo rispetto all'8 dicembre dello scorso anno, rappresenta un ritorno all'antico che Confcommercio accoglie con grande soddisfazione. La luce torna a essere protagonista delle nostre vie, valorizzando il commercio di vicinato e creando quell'atmosfera calda e suggestiva che rende il centro una meta attrattiva per cittadini e visitatori. Illuminare la città significa darle anima: significa invogliare le persone a passeggiare, a scoprire negozi e locali, a vivere insieme lo spirito del Natale.

In questo contesto, anche l'accensione del Presepe della Marineria a Cesenatico, uno degli eventi

simbolo del nostro territorio e del periodo natalizio, suggella idealmente un nuovo inizio. È il segno di una rinnovata volontà di investire nella bellezza, nella cultura e nella capacità di accoglienza delle nostre comunità.

Confcommercio ribadisce con forza: le nostre città e i nostri paesi devono essere illuminati, vitali, ricchi di appuntamenti. Solo così il cuore urbano può competere, con la sua identità e le sue relazioni umane, con i grandi centri commerciali, forte del suo valore aggiunto e della sua incomparabile bellezza. A Cesena saranno già in programma decine di eventi, e questo calendario rappresenta un motore fondamentale per animare

la lunga maratona natalizia che ci accompagnerà fino all'Epifania. I commercianti di vicinato, come sempre, saranno protagonisti: impegnati in prima persona nelle iniziative, pronti ad accogliere e a contribuire all'atmosfera di festa, ben rappresentati dalle loro associazioni di categoria. Sul Natale non bisogna avere il "braccino corto", ma il coraggio di investire. Il ritorno a un periodo più ricco di intrattenimenti segna una svolta significativa rispetto alla sobrietà eccessiva degli ultimi anni e apre la strada a un Natale più vivo, più partecipato, più nostro.

**Augusto Patrignani**  
Presidente Confcommercio  
cesenate

LA MESSA NATALIZIA CON IL VESCOVO CAIAZZO

## Caritas pilastro del territorio

Un elemento decisivo della coesione sociale cesenate è la costante attenzione verso gli indigenti e le persone senza tetto, una sensibilità radicata nel territorio e sostenuta da istituzioni, volontari e mondo associativo. In questo quadro si inserisce l'imminente apertura del nuovo centro di accoglienza notturno, una struttura che rappresenta un tassello fondamentale nella rete dei servizi rivolti ai più fragili a Cesena.

Il presidente di Confcommercio Cesenate, Augusto Patrignani, sottolinea come la comunità locale si distingua per la capacità di collaborare, mettendo insieme l'impegno del Comune, delle associazioni e dei tanti volontari che quotidianamente si prodigano per chi vive situazioni di difficoltà. Tra le realtà più attive spicca la Caritas dioce-



sana, guidata dal vescovo Antonio Giuseppe Caiazzo.

Patrignani evidenzia: "Caritas opera da cinquant'anni al servizio degli ultimi con una rete capillare nelle parrocchie, ponendosi come luminoso punto di riferimento grazie al suo centro di accoglienza, alla mensa, ai servizi e alle strutture messe a disposizione delle persone accolte. Un impegno costante, volto ad affrontare le situazioni di criticità prima che si cronicizzino, mirando sempre a un progetto di affiancamento dal bisogno".

Il presidente ricorda inoltre che Confcommercio e le imprese associate sono da sempre vicine alla Caritas e a tutti coloro che dedi-

cano tempo, energie e professionalità ai bisognosi. Un sostegno che contribuisce a rendere la comunità più solidale, accogliente e capace di non lasciare indietro nessuno.

Patrignani rimarca che, in occasione della Messa celebrata dal vescovo Caiazzo il 15 dicembre (nella foto il presule insieme ai vertici Confcommercio), ha portato a nome di tutti gli associati un ringraziamento alla Chiesa cesenate e al suo braccio operativo nella solidarietà, la Caritas, per la loro opera instancabile. Un impegno quotidiano che si traduce in un concreto rafforzamento del senso di comunità e nella costruzione di un territorio coeso, attento agli ultimi e deciso a non permettere che il disagio diventi isolamento. Confcommercio - conclude Patrignani - continuerà a sostenere con convinzione questa missione preziosa per tutta la città.



I PRESIDENTI PER L'80°

## Da sempre con le imprese e il territorio

I presidenti dei 15 Comuni cesenati (nelle foto) - da Cesena alla riviera, dall'entroterra alla collina e alla montagna - esprimono il loro orgoglio e onore nel rappresentare, in occasione dell'80° anniversario della Confcommercio Cesenate, la prima organizzazione italiana del commercio, del turismo e dei servizi nei comuni del comprensorio.

Confcommercio non è solo un punto di riferimento per le imprese, ma un soggetto attivo a servizio del tessuto produttivo e del territorio, dando voce a migliaia di piccole e medie imprese, comprese quelle dei comuni più piccoli o delle aree interne più svantaggiate. L'associazione ha accompagnato generazioni di imprenditori: dai nonni di 80 anni fa, impegnati nella ricostruzione post-bellica, ai pronipoti di oggi, continuando a sostenere sviluppo economico, coesione sociale e vitalità dei territori.

Oggi le sfide per il commercio e il turismo sono molteplici e complesse. La competizione globale, la digitalizzazione, i cambiamenti nei comportamenti

dei consumatori e le nuove abitudini turistiche richiedono alle imprese capacità di adattamento e innovazione continue. I negozi di prossimità, vero cuore dei quartieri e presidi di socialità, devono competere con grandi catene, piattaforme online e logiche di consumo sempre più rapide. Allo stesso tempo, il turismo deve sapersi diversificare, puntando su esperienze autentiche, sostenibili e integrate con il territorio, valorizzando le risorse naturali, culturali e enogastronomiche locali.

Confcommercio Cesenate sottolinea come sia fondamentale il sostegno istituzionale a tutti i livelli - dal Governo ai Comuni - attraverso politiche incentivanti, strumenti per la digitalizzazione,

la formazione e interventi mirati a mantenere viva la rete distributiva, sostenere le imprese e contrastare il rischio di desertificazione commerciale dei centri urbani e dei piccoli comuni.

In questo contesto, Confcommercio continua a porsi accanto alle imprese anche con iniziative concrete: promuovendo la salvaguardia dei negozi di prossimità, attivando reti di volontari per supportare gli anziani soli nella spesa e monitorando costantemente l'offerta della rete distributiva per segnalare chiusure o carenze di servizi. Un impegno che unisce le istanze dei cittadini a quelle degli imprenditori, rendendo i quartieri più vivi, sicuri e inclusivi.

«Ottant'anni di storia ci insegnano che il commercio e il turismo non sono solo economia, ma tessuto sociale e presidio dei territori - affermano i presidenti dei Comuni cesenati - Confcommercio resta un punto di riferimento imprescindibile per le imprese e per l'intera comunità, con la capacità di ascoltare, accompagnare e valorizzare le potenzialità del nostro territorio».

L'associazione celebra così otto decenni di attività con la determinazione di continuare a sostenere le imprese, i cittadini e i quartieri, confermando il proprio ruolo centrale nello sviluppo economico, sociale e culturale di tutto il cesenate.

TRACCIATO IL BILANCIO DA FIMAA EMILIA ROMAGNA

## Mercato immobiliare in solida ripresa

Il mercato immobiliare dell'Emilia-Romagna si prepara a concludere il 2025 con una solida ripresa, con una crescita delle compravendite prevista del 9,3%, che porterà il totale delle transazioni a circa 69.500. È quanto emerge dall'Osservatorio Immobiliare 2025 presentato da Fimaa Emilia-Romagna presso la sede di Confcommercio Ascom Bologna. All'evento hanno partecipato, tra gli altri, il presidente di Confcommercio Emilia-Romagna Enrico Postacchini, il Presidente di Fimaa Emilia-Romagna Ivano Venturini, il presidente nazionale Fimaa Santino Taverna, il curatore dell'Osservatorio, il prof. Stefano Stanzani dell'Università di Bologna, e il Presidente della Regione Emilia-Romagna Michele De Pascale. Erano presenti anche il presidente Fimaa cesenate e provinciale Giorgio Ambrosini e massimo Montanari, coordinatore cesenate Fimaa.

Dopo un 2023 in contrazione e un 2024 di lieve recupero, il mercato dell'immobiliare tornerà a crescere nel 2025, con una ripresa diffusa ma più marcata nei capoluoghi (+9,5%) rispetto alla provincia (+9,2%). I

prezzi medi cresceranno dell'1,8%, con un valore al metro quadro che toccherà i 1.565 euro. Bologna si confermerà la città più cara, con valori circa del 50% superiori alla media regionale, seguita da Rimini e Ravenna. Il comparto delle locazioni mostra invece forti tensioni,



con una previsione di 46.200 nuovi contratti (+2,3%), ma un aumento dei canoni più significativo (+5,3%), con picchi a Bologna dove il canone medio raggiungerà i 139,7 €/mq annui. La domanda è alimentata soprattutto da studenti, lavoratori e famiglie che non riescono ad accedere al credito, creando uno squilibrio tra domanda e offerta.

Enrico Postacchini, presidente di Confcommercio Emilia-Romagna, ha sottolineato la resilienza del ter-

ritorio e la capacità della regione di attrarre investimenti, ma ha messo in guardia sulla pressione sul mercato delle locazioni, in particolare nelle città universitarie. Ha evidenziato l'importanza di politiche abitative che accompagnino lo sviluppo economico con soluzioni abitative accessibili. Ivano Venturini, Presidente Fimaa Emilia-Romagna, ha evidenziato le difficoltà di un mercato a due velocità, con una domanda che punta a immobili nuovi o ristrutturati e l'offerta che fatica a rispondere a queste esigenze, soprattutto per quanto riguarda l'efficienza energetica. Santino Taverna, Presidente Nazionale Fimaa,

ha sottolineato la necessità di incentivi strutturali per sostenere la transizione ecologica e favorire l'accesso alla casa. Infine, Michele De Pascale, Presidente della Regione Emilia-Romagna, ha ribadito l'impegno della regione nell'affrontare la sfida dell'accesso alla casa, con politiche che possano garantire equità, sostenibilità e accessibilità, rafforzando la collaborazione con gli operatori del settore.

Nella foto i presidenti Fimaa della regione Emilia Romagna

SUCCESO DELLE INIZIATIVE DOMENICALI A CESENA

## Mercati di Natale, ambulanti protagonisti



Sono tornati anche quest'anno a Cesena i mercati straordinari di Natale, un appuntamento che per i cesenati rappresenta una tradizione assoluta, un rito domenicale che accompagna l'avvicinarsi delle feste e che da decenni scandisce la vita del centro storico. Le tre date – domenica 7, 14 e 21 dicembre, dalle 8 alle 20 – hanno portato ancora una volta piazza del Popolo e viale Mazzoni a trasformarsi in un grande spazio mercatale, animato da colori, profumi e dall'incontro diretto tra venditori e cittadini. Domenica 21 dicembre gran finale. I mercati domenicali di dicembre non sono semplicemente un'estensione di quelli settimanali: sono un momento identitario, in cui la città riscopre la propria natura di piazza aperta, luogo d'incontro e scambio. Le famiglie passeggiano tra i banchi alla ricerca di idee regalo e prodotti artigianali di idee regalo e prodot-

ti artigianali, gli abituali del mercato si ritrovano per il consueto giro festivo, mentre molti visitatori provenienti da fuori colgono l'occasione per vivere un centro più caldo, accogliente, partecipato.

Il presidente di Fiva Confcommercio cesenate, Alverio Andreoli, sottolinea proprio questo valore comunitario: «Il nostro obiettivo è offrire un mercato che unisca un clima di festosità al buon rapporto qualità prezzo, atmosfera e socialità nel luogo più iconico della città. È questa miscela a rendere i mercati natalizi una tradizione irrinunciabile per i cesenati.» Il vicepresidente Massimo Sagginati richiama invece l'importanza economica di questi appuntamenti: «Il commercio su aree pubbliche affronta sfide importanti, ma continua a essere un settore dinamico, capace di adattarsi e innovare. I mercati domenicali natalizi sono un'occasione fondamentale per valorizzare il comparto e rafforzarne la qualità.» Andreoli aggiunge un elemento centrale dell'evoluzione recente del mercato: «Fiva cesenate è sempre accanto agli imprenditori per sostenerli e favorire nuovi ingressi, soprattutto di giovani motivati. L'assetto post-Covid si è consolidato e oggi possiamo offrire un mercato più agevole, spazioso, ordinato e sicuro per gli utenti.»

IL CONSUNTIVO SUL 2025

## Fiva, un anno di grande lavoro a fianco delle imprese



IL 2025 rappresenta per Fiva Cesena un anno di lavoro intenso e di risultati significativi. Il presidente Alverio Andreoli e il vicepresidente Massimo Sagginati (nella foto) tracciano un bilancio dell'attività svolta a fianco degli imprenditori del commercio su aree pubbliche, sottolineando il ruolo centrale dei mercati nel tessuto economico e sociale del territorio.

«La nostra priorità – afferma Alverio Andreoli – è sempre stata la salvaguardia del lavoro degli operatori. Anche quest'anno ci siamo impegnati per facilitare le procedure, migliorare le condizioni operative e difendere un settore che rappresenta un valore storico per le città e per le comunità locali.»

Parallelamente è proseguito il percorso di miglioramento delle aree mercatali. «Abbiamo lavorato molto sul dialogo con i Comuni – aggiunge Massimo Sagginati – e il rapporto è stato positivo e costruttivo. Fiva si pone da sempre in piena collaborazione con le amministrazioni locali, perché la crescita dei mercati è possibile solo con un confronto costante e con obiettivi condivisi.»

Fiere, eventi tematici e iniziative con gli ambulanti protagonisti hanno animato Cesena e i comuni del comprensorio, contribuendo a valorizzare i centri urbani e a rafforzare il legame con i cittadini. Nonostante le difficoltà generate dalla contrazione del potere d'acquisto, i mercati di Cesena e del territorio continuano a registrare una grande affluenza: un segnale di fiducia che conferma la forza di un modello fondato sulla qualità, sulla relazione diretta e sulla convenienza.

«I mercati restano luoghi vivi, dinamici, capaci di attrarre persone e creare socialità – sottolinea Andreoli –. Il nostro impegno è renderli sempre più accoglienti e moderni.»

In quest'ottica, Fiva rinnova anche la propria attenzione al ricambio generazionale. «Dobbiamo aprire le porte ai giovani – conclude Sagginati –. Il mestiere dell'ambulante può ancora essere un'opportunità vera di impresa: servono condizioni favorevoli, sostegno e una visione che valorizzi il futuro della categoria».

ESULTANZA DELLA FIPE

## La cucina italiana patrimonio Unesco

Fipe Confcommercio Cesenate accoglie con grande orgoglio la notizia del riconoscimento della cucina italiana come Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità Unesco, un risultato che conferma quanto il nostro Paese – e i suoi territori – siano capaci di raccontarsi attraverso sapori, gesti e tradizioni che uniscono.

«È un traguardo che sentiamo profondamente nostro – affer-

mano Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi, presidenti Fipe Cesenate – perché la cucina italiana è fatta di mille identità locali. Dalla Romagna all'Alto Adige, dalla Sicilia al Piemonte, ogni territorio custodisce preparazioni, riti familiari e prodotti che parlano di una comunità. E la Romagna, con la sua convivialità, la sua passione per la tavola e il valore dato all'ospitalità, è parte viva di questo patrimonio».

Il riconoscimento Unesco non premia una singola ricetta, ma la cultura del cucinare, l'arte del tramandare, la capacità di trasformare ingredienti semplici in simboli di identità. In questo mosaico nazionale, la Romagna porta con sé la piadina, i cappelletti fatti in casa, le



paste tirate al mattarello, i sapori dell'Adriatico, i vini delle nostre colline. «Sono prodotti e tradizioni che raccontano chi siamo – proseguono Lucchi e Malossi – e che i nostri ristoratori custodiscono ogni giorno, con professionalità e passione. La cucina romagnola incarna perfettamente quei valori di condivisione, stagionalità, biodiversità e rispetto della terra che hanno convinto l'Unesco».

La partecipazione massiccia dei locali del territorio alla campagna promossa da Fipe – oltre diecimila ristoranti in Italia e nel

mondo – conferma la forza di una rete che sa lavorare insieme. Per Fipe Cesenate questo riconoscimento è anche uno stimolo: valorizzare sempre più le tipicità del territorio, sostenere la qualità delle filiere locali e promuovere una cultura gastronomica che mette al centro persone, comunità e territorio.

La prossima Giornata della Ristorazione di Fipe sarà l'occasione per celebrare non solo un successo italiano, ma anche il contributo della nostra Romagna, che continua a essere esempio di accoglienza, calore e tradizione.

OLTRE ALL'INGROSSO IL NEGOZIO AL DETTAGLIO

## Prodotti per capelli, ha aperto Lu-Me a Martorano



A Cesena ha aperto Lu-Me, nuova attività specializzata nella vendita di prodotti per la cura dei capelli, con una proposta che include anche articoli per il corpo e l'estetica. Il punto vendita, situato in via Ravennate 25, è gestito dai fratelli Elisa e Marco Foschi. L'azienda è associata a Confcommercio Cesenate.

L'inaugurazione del negozio ha visto la partecipazione dell'assessore allo sviluppo economico Lorenzo Plumari e del vicepresidente di Confcommercio Cesena Alverio Andreoli, a testimonianza del sostegno delle istituzioni e delle associazioni di categoria a questa nuova realtà imprenditoriale.

«Vendiamo prodotti per la cura dei capelli – spiega Elisa Foschi, titolare di Lu-Me – e siamo un'azienda che da anni opera nel mercato all'ingrosso, servendo parrucchieri e professionisti con prodotti e consulenze specializzate. Dopo aver gestito l'attività a Forlimpopoli, siamo felici di tornare a Cesena, nostra sede d'origine, con un punto vendita

al dettaglio che offre prodotti per capelli, corpo ed estetica. Io e mio fratello Marco siamo affiancati da un team di collaboratori esperti e appassionati». Oltre alla vendita, Lu-Me propone anche servizi formativi per parrucchieri e professionisti del settore, arricchendo la propria offerta e confermandosi come punto di riferimento per clienti privati e operatori del settore. Martorano, con l'ottimo passaggio pedonale e la posizione facilmente raggiungibile dalle altre zone della città, si pone luogo ideale per l'apertura di attività innovative e di qualità come Lu-Me.

«La rete distributiva si potenzia con una attività di alto livello in un settore specializzato e di grande richiamo e siamo lieti che ciò avvenga nella popolosa area di Martorano e del Ravennate che grazie alle sue attività come Lu-Me può potenziare l'attrattività», dichiara il vicepresidente Confcommercio cesenate Alverio Andreoli.

Nella foto il taglio del nastro.

GRANDE AFFLUENZA A SOGLIANO

## La 50ª Fiera del formaggio di Fossa conquista la Romagna



La 50ª Fiera del Formaggio di Fossa di Sogliano Dop (nelle foto) si è conclusa con un'edizione da ricordare, capace di richiamare un pubblico numerosissimo da tutta la Romagna e da molte regioni italiane. Nelle tre domeniche del 23 e 30 novembre e del 7 dicembre 2025, il centro storico di Sogliano al Rubicone è stato letteralmente invaso da appassionati, visitatori e turisti, che hanno celebrato insieme un traguardo importante per uno dei prodotti simbolo del territorio.

Il Formaggio di Fossa è stato il fulcro della manifestazione, affiancato dai prodotti tipici

soglianesi – Savòr, Saba, miele, salumi e le celebri teglie in argilla di Montetiffi – e da molte eccellenze enogastronomiche provenienti da tutta Italia. Molto partecipati gli appuntamenti di punta: “4 Ristoranti in Piazza”, che ha offerto menù dedicati in un'ampia area riscaldata, ed “E Zir dal Fosi”, il percorso di degustazione nelle cinque fosse storiche, realizzato in collaborazione con il Consorzio Vini di Romagna. Grande riscontro anche per il tradizionale pranzo della Pro Loco e per il ricco programma culturale: visite guidate, spettacoli, musica, laboratori e attività per bambini, che

hanno animato ogni angolo del borgo.

A tracciare il bilancio è Andrea Carghini, presidente Confcommercio di Sogliano: “Questa 50ª edizione ha coinvolto migliaia di persone da tutta la Romagna, con un'importante ricaduta su negozi, pubblici esercizi e produttori. Le fosse si confermano un luogo identitario del nostro territorio. Un evento riuscito, che rappresenta il vero biglietto da visita nazionale di Sogliano e che merita di essere ulteriormente potenziato nelle prossime edizioni”.

VALLE SAVIO

## Le luci del commercio accendono le città

Confcommercio Valle Savio applaude con entusiasmo lo sforzo dei commercianti del territorio, che con vetrine addobbate e luminose hanno reso i centri storici dei nostri comuni luoghi accoglienti e festosi. Il loro impegno nel decorare le attività e nel partecipare attivamente agli eventi natalizi contribuisce in modo decisivo a creare l'atmosfera magica che caratterizza questo periodo dell'anno.

A Bagno di Romagna, il villaggio di “Magico Natale” e il presepe a grandezza naturale hanno offerto ai visitatori un'esperienza coinvolgente, capace di affascinare grandi e piccini. A Sarsina, il percorso “Natale nei percorsi del Savio” ha valorizzato le tradizioni locali con mercatini, laboratori creativi e attività cul-



turali, rafforzando il senso di comunità. A Mercato Saraceno, “Il Borgo del Natale” ha animato il centro storico con esposizioni artigianali, spettacoli e degustazioni, stimolando l'economia locale e favorendo la partecipazione dei cittadini. Infine, a Verghereto, le luminarie e le iniziative culturali hanno reso il borgo più accogliente, valorizzando il patrimonio storico e sociale. Confcommercio

Valle Savio ringrazia amministrazioni, commercianti e associazioni per l'impegno dimostrato, sottolineando come queste iniziative rappresentino un esempio di collaborazione e di valorizzazione del territorio.

Nella foto i presidenti Confcommercio della Valle del Savio

COMMERCANTI PROTAGONISTI

## Rubicone, i negozi creano il Natale

Confcommercio Area Rubicone desidera esprimere il più sentito apprezzamento nei confronti dei commercianti del territorio, che con entusiasmo e impegno hanno contribuito ad arricchire l'atmosfera natalizia attraverso le luci e gli addobbi delle proprie vetrine. Il loro contributo rappresenta un elemento centrale per la valorizzazione dei centri storici, rendendo le vie più accoglienti e favorendo la partecipazione dei cittadini e dei visitatori. L'Associazione sottolinea come tali iniziative, realizzate con cura e creatività, costituiscano un concreto stimolo all'attrattività del territorio e

un sostegno alla ripresa economica delle attività commerciali, artigianali e di servizio. Confcommercio evidenzia inoltre che l'impegno dei commercianti rafforza la coesione sociale e promuove il senso di comunità, creando un contesto festivo che valorizza le tradizioni locali e incoraggia la socialità. In questo quadro, l'Associazione ringrazia calorosamente tutti coloro che, con dedizione e responsabilità, hanno reso possibile un Natale luminoso e partecipato, confermando il ruolo centrale del commercio locale nella vitalità e nella bellezza dei nostri centri storici.

GAMBETTOLA

## Sostegni alle imprese nei primi due anni

Si è tenuto nella sala consiliare del Municipio, l'incontro promosso dall'Amministrazione comunale di Gambettola con i titolari delle nuove attività aperte nel 2025 e beneficiarie del contributo comu-

nale a fondo perduto. All'appuntamento sono intervenuti il Sindaco Eugenio Battistini e l'Assessore allo Sviluppo economico Pietro Pierantoni, insieme ai rappresentanti delle associazioni di categoria fra cui Confcommercio e ai referenti dell'associazione “Non solo ruggine”

Durante l'incontro è stato illustrato il sostegno economico previsto per i primi due anni di attività delle imprese, articolato in due tranche annuali. Per il 2025 sono stati assegnati 7.500 euro alle nuo-

LE PROPOSTE DI CONFCOMMERCIO

## Il centro deve essere più attrattivo

Nel centro storico di Savignano sul Rubicone la crisi del commercio è sempre più evidente: si contano oggi circa 40 negozi sfitti, un numero che testimonia una progressiva desertificazione delle vie storiche. Le serrande abbassate e le vetrine vuote stanno cambiando il volto della città, riducendo la vitalità di un'area un tempo animata da attività, residenti e visitatori. Di fronte a questa situazione, Confcommercio lancia un appello deciso al Comune, chiedendo interventi correttivi immediati. A guidare la richiesta è il presidente dell'associazione, Roberto Renzi, (nella foto con il segretario Confcommercio Rubicone Paolo Vangelista) che sottolinea l'urgenza di un piano organico per rilanciare il cuore della città. Renzi ribadisce come la crisi del centro storico non sia un fenomeno improvviso ma il risultato di anni di difficoltà per il commercio di vicinato, aggravate dalla concorrenza della



grande distribuzione e da una frequentazione in costante calo. Confcommercio propone diverse misure: rivedere la viabilità e migliorare l'accessibilità al centro, introdurre incentivi fiscali e agevolazioni per chi apre nuove attività,

valorizzare gli spazi sfitti con progetti di rigenerazione e potenziare gli eventi anche nei mesi autunnali e invernali. «È necessario – afferma Renzi – restituire attrattività e identità al centro storico. Servono scelte condivise e una strategia che guardi al futuro, salvaguardando anche la sicurezza in centro prerequisito fondamentale della qualità della vita e del fare impresa». Per l'associazione, solo un intervento coordinato tra istituzioni, commercianti e residenti potrà invertire una tendenza che rischia di compromettere in modo irreversibile il ruolo sociale ed economico del centro cittadino.

SUCCESSO A SAVIGNANO

## Fiera di Santa Lucia col botto

La Fiera di Santa Lucia si è confermata anche quest'anno un grande successo, capace di riportare in città migliaia di visitatori e un clima di festa diffuso. Le iniziative promosse dalle associazioni – dallo stand Aido e Avis alle attività degli Scout, dalle mostre alla vivace programmazione culturale – hanno arricchito un weekend già ricchissimo, ma il cuore pulsante della Fiera è stato ancora una volta il tessuto commerciale di Savignano.

“Confcommercio - dichiara il presidente Roberto Renzi - ha rimarcato con forza la propria collaborazione all'evento, sostenendo l'organizzazione e affiancando le attività del centro, che hanno risposto con grande entusiasmo. I negozianti hanno preparato vetrine dedicate e garantito accoglienza e disponibilità, contribuendo a creare un'atmosfera calda e coinvolgente. Gli ambulanti, con la loro presenza storica, hanno riportato in piazza la tradizione del mercato, offrendo colori, profumi e qualità che da sempre caratterizzano la Fiera”.

Il successo di questa edizione nasce da un impegno corale: associazioni, volontari, cittadini e soprattutto chi lavora ogni giorno nel commercio e nei pubblici esercizi. A negozianti e ambulanti va il mio più sentito ringraziamento per aver contribuito in modo determinante alla riuscita della Fiera di Santa Lucia, ancora una volta momento identitario e prezioso per Savignano.

RONCOFREDDO

## La Fiera d'autunno ha fatto il pieno



La 22ª Piccola Fiera d'Autunno di Roncofreddo è confermata un appuntamento unico nel panorama delle fiere romagnole, capace di unire accoglienza, tradizione e valorizzazione del territorio attraverso le sue eccellenze enogastronomiche. Due giornate di festa che hanno richiamato migliaia di visitatori da tutta la Romagna, dall'Emilia e dalle Marche, accolti dall'inconfondibile ospitalità romagnola, dalla qualità dei prodotti e da un clima di familiarità che fa sentire tutti “come a casa”.

Per la prima volta la Fiera ha aperto uno spazio culturale dedicato, con l'incontro “La fiera del sapere: Agricoltura, sostenibilità e territorio”, occasione di confronto su temi attuali e sulla necessità di adottare comportamenti e progetti più sostenibili. Grande partecipazione anche all'angolo Slow Food di Cesena, con laboratori per bambini e degustazioni guidate, una collaborazione ormai consolidata che darà vita a nuovi progetti anche oltre la Fiera. Soddisfazione per osterie, produttori e artigiani: lunghe file hanno animato le 19 osterie, i ristoranti del centro e la piadineria, con visitatori desiderosi di assaggiare ogni proposta gastronomica. Il presidente di Confcommercio Roncofreddo, Bernabini, sottolinea il contributo determinante di tutte le attività commerciali e dell'intera comunità, unite nel rendere la Fiera un successo indimenticabile.

Nella foto il presidente Bernabini con la sindaca di Roncofreddo Sara Bartolini

«La vitalità del commercio locale – ha affermato Paolo Vangelista, Confcommercio – è un valore da accompagnare e sostenere con continuità, perché le nuove aperture rappresentano un investimento per l'intera comunità».

L'Amministrazione rinnova il proprio impegno a supportare le imprese con strumenti concreti, ascolto e politiche di valorizzazione del territorio. Se vuoi, posso adattarlo ulteriormente o verificarlo con precisione la lunghezza in caratteri.

## INTESA RAGGIUNTA PER IL PROGETTO FALKENSTEINER

### Confcommercio: "Accordo storico"

È stato raggiunto un importante accordo tra il Comune di Cesenatico e il Gruppo Falkensteiner per il progetto di riqualificazione dell'area più degradata della città. Questo progetto, che promette di cambiare radicalmente il volto di una zona finora caratterizzata da vecchie colonie abbandonate e ruderi fatiscenti, rappresenta un passo fondamentale per il futuro della città e del turismo locale.

Giancarlo Andrini, presidente di Confcommercio Cesenatico, dichiara con grande soddisfazione l'intesa. Il presidente sottolinea che Confcommercio non è certo un sostenitore dell'ultima ora del progetto, ma che l'associazione crede in questa iniziativa fin dall'inizio. "Abbiamo sempre sostenuto fermamente il progetto del Gruppo Falkensteiner, prima di tutto perché si tratta di un gruppo imprenditoriale importante e affidabile, con una lunga esperienza nella realizzazione e gestione di strutture ricettive sia in Italia che all'estero - dichiara Andrini - "In secondo luogo, l'intervento va a riqualificare l'area più degradata della città, quella tra le Vie Magellano e Cavour, dove sono presenti vecchie colonie abbandonate e ruderi fatiscenti." Andrini aggiunge anche che la forza mediatica e commerciale del Gruppo Falkensteiner rap-



presenta un importante volano promozionale per l'intera città. Confcommercio è stata tra i primi a sostenere il percorso, sin dalle prime fasi di sviluppo, naturalmente salvaguardando gli interessi pubblici della città e con il giusto compromesso tra ricettivo e residenziale, siamo sempre stati convinti della bontà di questa iniziativa."

Il progetto, che segna una svolta nella riqualificazione di Cesenatico, è stato possibile anche grazie all'impegno di Confcommercio, quando le negoziazioni sembravano compromesse, abbiamo sollecitato la ripresa del dialogo e delle trattative, affinché non andasse persa questa irripetibile opportunità. Oggi possiamo esprimere la nostra piena soddisfazione, dichiara Andrini, e vogliamo ringraziare il sindaco Matteo Gozzoli e l'amministrazione comunale di Cesenatico per aver lavorato con determinazione a questo risultato storico.

Roberto Fantini, responsabile di Confcommercio per l'area Costa, sottolinea anche l'importanza dell'accordo per il futuro economico della città. "Questa riqualificazione non è solo un'operazione urbanistica, ma una grande opportunità per rilanciare il turismo a Cesenatico, il

principale settore economico della città. La costruzione di una nuova struttura ricettiva di alta qualità non farà che potenziare l'immagine di Cesenatico come una destinazione turistica di eccellenza, sia in Italia che all'estero". L'accordo, dunque, non solo darà nuova vita a una zona in declino, ma rappresenta anche una pietra miliare per lo sviluppo economico della città. Confcommercio Cesenatico continua a sostenere investimenti come questo, che sono fondamentali per il futuro del turismo e dell'economia locale. "In conclusione, l'intesa con il Gruppo Falkensteiner è un passo decisivo per il miglioramento delle infrastrutture turistiche di Cesenatico, con un impatto positivo a lungo termine sulla città e sul suo tessuto economico. "Ciò che oggi vediamo come una sfida, domani sarà il motore del rilancio e della crescita di Cesenatico," mette in luce Giancarlo Andrini.

### TORNEO A CESENATICO

## Eventistica in bassa stagione, arriva il grande tennis

Confcommercio Cesenatico accoglie con favore l'annuncio del primo trofeo "Città di Cesenatico" - Star Romagna Cup, il nuovo Challenger ATP 50 che dal 2 all'8 febbraio porterà sui campi del Circolo Tennis "A. Godio" atleti di livello internazionale. Da tempo l'associazione auspica un rafforzamento degli eventi nei periodi di minore affluenza, e questo appuntamento rappresenta esattamente la direzione desiderata: qualità, richiamo sportivo e capacità di generare movimento anche in pieno inverno.

«Eventi come questo - sottolinea Giancarlo Andrini, presiden-

te Confcommercio Cesenatico - sono fondamentali per sostenere commercio, ristorazione e accoglienza nei mesi normalmente più tranquilli. È un segnale importante: Cesenatico può essere viva e attrattiva tutto l'anno, e investire nello sport di alto livello è una scelta strategica. Siamo certi che questo torneo porterà pubblico, visibilità e un ritorno economico positivo per tutta la città».

Il torneo, programmato nella settimana successiva agli Australian Open, segna il ritorno in Europa del circuito professionistico e sarà diretto da Carlos Bernardes, storico giudice di

sedia ATP, conferendo ulteriore prestigio alla manifestazione. Confcommercio rende merito all'Amministrazione comunale, alla Regione Emilia-Romagna, a Start Romagna e al Circolo Tennis "A. Godio" per l'impegno dimostrato nel rendere possibile un evento di questa portata. «Ci auguriamo - conclude Andrini - che questo sia un ulteriore passo di una programmazione sportiva e culturale sempre più ricca, capace di sostenere l'economia locale e valorizzare Cesenatico nei cosiddetti 'tempi morti'. Il Challenger ATP 50 è un primo, significativo passo».

## NEGOZI IN CAMPO PER LA CITTÀ PIÙ BELLA

### Il Natale illumina Cesenatico



Il centro storico, il Porto Canale, i mercatini natalizi, piazza Costa e viale Carducci rappresentano anche quest'anno il cuore pulsante del Natale di Cesenatico, un percorso diffuso che unisce tradizione, atmosfera e qualità dell'offerta commerciale. Confcommercio Cesenatico esprime grande soddisfazione per il lavoro svolto da negozianti, operatori e allestitori, che con impegno e creatività hanno contribuito a rendere la città ancora più accogliente e suggestiva.

«Cesenatico sta vivendo uno dei periodi più belli dell'anno - dichiara Giancarlo Andrini, presidente di Confcommercio Cesenatico - e il merito va soprattutto ai nostri commercianti, che hanno allestito vetrine curate, installato luminarie di grande impatto e contribuito a rendere ogni angolo del centro storico un luogo da vivere e scoprire. La loro passione è un valore aggiunto che si percepisce passeggiando tra i negozi, nei mercatini e lungo il Porto Canale. È questa energia, unita alle nostre eccellenze, che rende Cesenatico così attrattiva per residenti e turisti».

Le iniziative e gli eventi natalizi stanno animando ogni fine settimana, arricchendo un'offerta già straordinaria grazie ad attrazioni uniche come il magico Presepe della Marineria sull'acqua, simbolo identitario della città e richiamo culturale tra i più apprezzati in Italia, insieme al Museo della Marineria, che con le sue vele storiche racconta la tradizione marittima locale.

«Il Natale - prosegue Andrini - non è solo un periodo di festa, ma anche un momento fondamentale per la nostra economia. I negozi del centro, che restano uno dei veri punti di forza di Cesenatico, offrono qualità, accoglienza e unicità. Investire sulla loro valorizzazione significa investire sul futuro turistico e commerciale della città. Ringraziamo tutti coloro che contribuiscono a rendere speciale questo periodo: la collaborazione tra operatori, associazioni e istituzioni è la chiave del nostro successo».

Cesenatico si conferma così un palcoscenico a cielo aperto, dove l'atmosfera natalizia si fonde con arte, tradizione e commercio, attirando visitatori da tutta la regione e oltre. Un invito a vivere la città, lasciarsi sorprendere e sostenere le attività che animano da sempre il suo cuore.

### SIB CONFCOMMERCIO

## Polizze anticatastrofali, scatta la proroga

Il Consiglio dei Ministri ha approvato una nuova proroga riguardo alla polizza assicurativa contro i rischi catastrofali, spostando il termine per l'obbligo di sottoscrizione, per ora, al 31 marzo 2026. L'auspicio di Sib è che la proroga possa slittare al 31 dicembre 2026. Questo riguarda soprattutto le piccole e microimprese, come quelle balneari, che ora avranno più tempo per mettersi in regola. Il termine iniziale era fissato al 31 dicembre 2025.

Tuttavia, non è stata approvata la proroga per permettere ai minorenni di lavorare come assistenti bagnanti, come previsto da un precedente decreto. Nonostante gli sforzi, questo punto non è stato incluso nella proroga a causa di motivi formali, anche se il Ministero delle Infrastrutture aveva mostrato disponibilità a sostenere la causa. Senza que-

sta modifica, si rischia di avere un numero insufficiente di nuovi assistenti bagnanti, il che potrebbe compromettere la sicurezza sulle spiagge italiane già dalla prossima stagione estiva.

Per risolvere questa situazione, Sib Confcommercio continuerà a fare pressione affinché venga modificato il decreto, con l'obiettivo di ridurre l'età minima per lavorare come assistente bagnante.

Inoltre, abbiamo suggerito al Governo di introdurre incentivi normativi per promuovere il conseguimento del brevetto e facilitare l'assunzione di assistenti bagnanti, soprattutto nei concorsi pubblici.

**Simone Battistoni**

**Presidente Sib Confcommercio Regionale**

**Roberto Zanucoli**

**Presidente Sib Confcommercio Cesenate**

### LAVORI A CESENATICO DAL 7 GENNAIO

## Nuovo Ponte del Gatto, alleviare i disagi

Dal 7 gennaio cominciano i lavori di demolizione e ricostruzione del nuovo Ponte del Gatto a Cesenatico e la nuova viabilità entrerà invece in vigore nei giorni successivi, e ne verrà data adeguata e puntuale comunicazione su tutti i canali ufficiali.

Per l'entrata da Cesenatico verrà istituito un senso unico di marcia da via Cesenatico in direzione Ponente; per l'uscita invece, alla rotonda di via Gaza (di fronte alla stazione) sarà predisposto un obbligo di svolta a sinistra deviano il traffico veicolare verso via Mazzini.

Per alcune specifiche lavorazioni, sarà necessaria la chiusura integrale del traffico anche in entrata ma queste lavorazioni si riferiranno a giorni specifici di cui verrà data sempre puntuale e adeguata comunicazione.

Il tratto di via Cecchini - dalla rotonda di via Negrelli al ponte - sarà consentito al traffico veicolare fino allo sbarramento del cantiere.

Confcommercio di Cesenatico chiede al comune di rispettare la tabella di marcia dei lavori e di limitare i disagi a cittadini e imprese.

### CONFCOMMERCIO CHIEDE EQUITÀ PER LE IMPRESE

## Sarsina e Mercato Saraceno, cambia la tariffa sui rifiuti

La tariffa differenziata per la TARI che entrerà in vigore a Sarsina e Mercato Saraceno dal 2026 è un nuovo modo di calcolare il costo del servizio di gestione dei rifiuti con la tariffazione puntuale o "differenziata", che collega l'im-

porto da pagare alla quantità effettiva di rifiuti indifferenziati conferiti. In pratica chi differen-

zia bene e produce meno rifiuti residuali paga di meno, mentre chi conferisce più rifiuti non riciclabili contribuisce maggiormente ai costi del servizio. Questo sistema ha l'obiettivo di incentivare comportamenti virtuosi, ridurre i rifiuti e premiare chi si impegna nella raccolta differenziata.



za bene e produce meno rifiuti residuali paga di meno, mentre chi conferisce più rifiuti non riciclabili contribuisce maggiormente ai costi del servizio. Questo sistema ha l'obiettivo di incentivare comportamenti virtuosi, ridurre i rifiuti e premiare chi si impegna nella raccolta differenziata.

### CAPODANNO IN PIAZZA A SARSINA

## Festa per salutare il nuovo anno

Sarsina si prepara a salutare l'arrivo del nuovo anno con la tradizionale Festa di Capodanno in piazza, in programma la sera del 31 dicembre in piazza Plauto, a partire dalle ore serali e fino allo scoccare della mezzanotte. Un appuntamento atteso da cittadini e visitatori, pensato per vivere insieme un momento di festa, musica e convivialità nel cuore della città. L'evento rappresenta anche il simbolico punto di arrivo di un anno ricco di iniziative, come sottolinea Confcommercio di Sarsina, che con questa serata chiude un calendario di eventi, intrattenimenti e rassegne capaci di valorizzare il folclore locale, insieme all'anima culturale e artistica che rende Sarsina un punto di riferi-

mento nel territorio.

«Il Capodanno in piazza Plauto - dichiara il presidente di Confcommercio Sarsina, Romano Rossi - non è solo una festa, ma il coronamento di un percorso condiviso che, mese dopo mese, ha animato la città, sostenuto il commercio e rafforzato l'identità di Sarsina. Abbiamo lavorato per unire tradizione, cultura e intrattenimento, elementi che ci permettono di primeggiare e distinguerci».

La serata del 31 dicembre sarà quindi l'occasione per brindare insieme, salutare l'anno che si chiude e accogliere il nuovo con entusiasmo, confermando Sarsina come luogo di incontro, vitalità e cultura.



## TITOLARE KATIA FABBRETTI ASSOCIATA A CONFCOMMERCIO Ha aperto il ristorante Ca' Nostra con menù attenti alle intolleranze

Si arricchisce l'offerta gastronomica di Cesena con l'apertura di Ca' Nostra, il nuovo ristorante di Katia Fabbretti situato sotto il porticato di corso Garibaldi, di fronte al Teatro Bonci. Un valore aggiunto per la città, che accoglie un'insegna già affermata: Ca' Nostra infatti ha operato per dodici anni a Cesenatico, conquistando una clientela affezionata.

«La scelta è stata quella di portare Ca' Nostra a Cesena – spiega la titolare, Katia Fabbretti – per una nuova sfida della mia avventura professionale. Mi coadiuvano alcuni collaboratori in un ristorante a conduzione familiare. Le pietanze sono varie, dal pesce alla carne, dai piatti vegani a quelli vegetariani, con grande attenzione alle in-

tolleranze alimentari, a partire dalla celiachia».

Fabbretti aggiunge: «Vengo dalla pasticceria e ho studiato a lungo le farine, arrivando naturalmente a specializzarmi nel senza glutine già dal 2014. Sono anche nutrizionista e ho scritto un libro sulla celiachia e sul diabete, pubblicato dalla casa editrice Ponte Vecchio. Questo bagaglio professionale lo porto in Ca' Nostra, con l'obiettivo di unire gusto, salute e inclusività alimentare».

Il locale dispone di 25 posti e sarà aperto tutti i giorni, a pranzo e a cena, con la qualità dell'offerta come tratto distintivo.

All'inaugurazione erano presenti il presidente Fipe Confcommercio Cesenate, Angelo Malossi, e l'assessore allo Sviluppo Economico del Comune di Cesena, Lorenzo Plumari.

«Quella proposta da Ca' Nostra – af-

ferma Angelo Malossi – è un'offerta innovativa, che a Cesena mancava e che sarà certamente apprezzata. Per fare questo mestiere occorre essere imprenditori: è importante saper lavorare bene, ma anche saper lavorare in modo corretto, con attenzione ai conti. Con il riconoscimento della cucina italiana come patrimonio Unesco, aprire oggi un ristorante rappresenta un bel messaggio e anche una responsabilità».

L'assessore Lorenzo Plumari sottolinea: «Un grande in bocca al lupo a Katia Fabbretti, che ha scelto di investire nel centro storico. La sua presenza e la sua proposta rappresentano un valore aggiunto per tutta la città. Grazie per aver scelto Cesena e per contribuire alla vitalità del nostro cuore urbano».

Nella foto il taglio del nastro di Ca' Nostra.

### INDAGINE CONFCOMMERCIO CESENA

## Black Friday, spesa pro capite di 268 euro

Sette su dieci hanno fatto acquisti durante la settimana del Black Friday, il 3% in più rispetto al 2024, spendendo in media 268 euro, in leggera crescita rispetto allo scorso anno (261 euro). Lo attesta un'indagine realizzata da Confcommercio in collaborazione con Format Research, che comprende anche il territorio cesenate.

«Emerge che a trainare lo shopping sono state soprattutto le donne, i giovani tra i 18 e i 34 anni - dichiara il direttore Confcommercio Giorgio Piastra -, con il 66,7% che ha approfittato

dell'occasione per comprare i regali di Natale (si tratta del 47% del budget complessivo destinato al Natale). Il 90,9% ha speso fino a 500 euro, mentre il 50,2% ha utilizzato sia i negozi fisici che quelli online, comprando in primo luogo elettronica ed elettrodomestici, anche quest'anno in cima alla lista degli articoli più gettonati, seguiti da abbigliamento, prodotti per la cura della persona e giocattoli».

Confermato anche il ruolo centrale della comunicazione digitale: il 41,5% dei consumatori dichiara di essere in-

fluente dal web advertising, il 34,6% dall'intelligenza artificiale (in crescita per la ricerca di informazioni e ammortamento dei tempi) e il 29,1% da Instagram. Se il 50,2% ha utilizzato sia i negozi fisici che quelli online, tre su dieci (il 32,3%, per la precisione) ha acquistato solo online e il 17,5% esclusivamente nei negozi fisici. Tra i canali offline, i centri commerciali si confermano i luoghi preferiti con un aumento di 5,2 punti percentuali rispetto al 2024.

### SIMBOLO RINNOVATO PER L'80°

## Nuovo logo istituzionale di Confcommercio

Confcommercio ha presentato il nuovo logo istituzionale, un simbolo rinnovato che accompagna l'organizzazione nell'anno del suo ottantesimo anniversario. Il restyling arriva a sedici anni dall'ultimo aggiornamento e segna l'avvio di una fase di modernizzazione che punta a rafforzare identità, riconoscibilità e capacità di dialogo con imprese, istituzioni e nuove generazioni di imprenditori. Il nuovo segno grafico, più essenziale e contemporaneo, mantiene continuità con la tradizione della Confederazione, esprimendo al tempo stesso un approccio orientato all'innovazione e alla trasformazione in atto nel terziario italiano.

La storia di Confcommercio affonda le sue radici nella fase immediatamente successiva alla Seconda guerra mondiale: nasce a Roma il 29 aprile 1945



come organismo di collegamento tra le prime 38 associazioni aderenti, impegnate nella ricostruzione economica e morale del commercio. Nel 1946 il processo di unificazione tra le realtà del Centro-Sud e del Nord porta alla configurazione nazionale dell'organizzazione sotto la guida di Amato Festi, primo presidente. Nei decenni successivi, con le presidenze di Solari, Casaltoli, Orlando e Colucci, Confcommercio amplia la rappresentanza di-

ventando punto di riferimento per commercio, turismo e servizi, sostenendo la crescita del terziario e opponendosi a liberalizzazioni considerate dannose per la rete distributiva.

Dal 2006, con la presidenza di Carlo Sangalli (nella foto con il nuovo logo e il direttore Confcommercio nazionale, la

Confederazione avvia una profonda stagione di trasparenza, riforme statutarie e modernizzazione, accompagnando le imprese nei processi di innovazione, digitalizzazione e sostenibilità. Il nuovo logo si inserisce in questo percorso come simbolo visibile di un'identità solida, capace di valorizzare le radici storiche e affrontare con visione le sfide future del Paese.

### SI SONO TENUTE LE ELEZIONI DEI NUOVI CONSIGLI

## Confcommercio a fianco dei quartieri in tutta la città

Quartieri alle urne a Cesena, l'evento interpella cittadini e imprenditori per Confcommercio cesenate. Nel sistema amministrativo di Cesena, i Consigli di Quartiere rappresentano un presidio essenziale di partecipazione civica. Sono organismi a elezione diretta, aperti anche ai sedicenni, con funzioni consultive e propositive: raccolgono le esigenze dei cittadini, segnalano criticità e collaborano con il Comune nella coprogettazione degli interventi pubblici. Un momento importante per la vita democratica della città e' stato il voto dal 10 al 14 dicembre, che per la prima volta si è svolto sia alle urne sia online, ampliando la partecipazione e rendendola più accessibile.

Accanto ai quartieri istituzionali opera Confcommercio Cesenate, che ha istituito propri Consigli di Quartiere dei commercianti, vere sentinelle locali costituite da imprenditori che vivono quotidianamente le dinamiche del territorio. Questa rete garantisce un monitoraggio costante su sicurezza, decoro, vivibilità e servizi, contribuendo alla qualità urbana.

Il presidente di Confcommercio Cesenate, Augusto Patrignani (nella foto), insieme ai dodici presidenti dei consigli di quartiere dei commercianti, ribadisce l'importanza di valorizzare questi

organismi. Confcommercio chiede che le segnalazioni dei cittadini sui disagi dei quartieri vengano rivolte prioritariamente ai Consigli di Quartiere, prima della piattaforma digitale Cesena Segnala, perché il confronto diretto consente una lettura più completa e immediata delle problematiche.

Patrignani sollecita inoltre un impegno concreto anche dei dodici nuovi consigli di quartiere per la salvaguardia dei negozi di prossimità, fondamentali per socialità, sicurezza e presidio urbano. Il presidente propone di attivare in ogni quartiere una rete di volontari per accompagnare gli anziani soli a fare la spesa, sostenendo le persone fragili e il commercio di vicinato. Chiede inoltre che ogni quartiere monitori la rete distributiva, segnalando tempestivamente chiusure di attività, carenze di servizi e situazioni a rischio desertificazione commerciale.

«I quartieri sono i primi custodi della qualità della nostra città – afferma Patrignani –. Tutelare i negozi di vicinato, aiutare gli anziani e monitorare i servizi significa rafforzare la coesione sociale e migliorare la vita quotidiana della comunità».

Confcommercio conferma il proprio impegno a fianco dei quartieri, sostenendo una partecipazione attiva e una città più attenta, solidale e viva.



### FORUM NAZIONALE DONNE IMPRESA Crescono le imprenditrici, vanno sostenute

Crescono le imprenditrici del terziario e anche quelle straniere nel Cesenate. La sede nazionale di Confcommercio ha ospitato il Forum annuale organizzato dal Gruppo Nazionale Terziario Donna Confcommercio sul tema "Donne, Imprese, Futuro – Rappresentanza, Rappresentatività, Rappresentazione". Nel corso dei lavori è stata presentata un'analisi realizzata dall'Ufficio Studi di Confcommercio sull'imprenditoria femminile nel terziario di mercato con un focus sulla componente straniera. Incluso nell'indagine anche il territorio cesenate e provinciale "Dall'analisi emerge che il terziario di mercato si conferma l'ambito di elezione delle imprenditrici – spiega il direttore Confcommercio cesenate Giorgio Piastra - il 68,5% delle imprese femminili in Italia opera in questo settore, percentuale che sale al 76% per le imprese straniere e per le imprese under 35. Quello dell'imprenditoria straniera femminile nel terziario di mercato si presenta come un elemento dinamico, in rapida e continua crescita: in questo settore dal 2016 al 2024 le imprese femminili straniere sono cresciute del 24,9%, e sono 109.144, il 30% di tutte le imprese straniere.

La presenza delle imprese femminili straniere ed i loro tassi di crescita sono più alti rispetto a quelle italiane, mentre diversa è la distribuzione fra i comparti».

«I dati dimostrano che più imprenditoria femminile significa più sviluppo anche nel nostro territorio - aggiunge il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani -. Tra i temi centrali c'è l'imprenditoria femminile straniera, in forte crescita: per rappresentarla davvero servono conoscenza dei dati e ascolto delle testimonianze, valorizzando chi opera secondo il principio "stesso mercato, stesse regole. Questo è il compito di Terziario donna Confcommercio: generare opportunità per territori, comunità ed economia. Il terziario è la casa della maggior parte delle imprese femminili italiane, incluse quelle straniere. La nostra rappresentatività è rafforzata anche dalla contrattazione collettiva nazionale, che tutela milioni di lavoratori e soprattutto lavoratrici, con strumenti di welfare, conciliazione vita-lavoro, sanità integrativa, formazione, previdenza e norme specifiche per la genitorialità e contro la violenza di genere».

### CONFCOMMERCIO DI GAMBETTOLA COINVOLTA

## Hub urbano, percorso avviato

si approfondita del territorio e un confronto costante con associazioni di categoria, operatori economici e cittadinanza.

Dopo i primi incontri con le associazioni, il dialogo proseguirà nei prossimi mesi attraverso momenti pubblici dedicati alla raccolta di idee e proposte utili a definire le strategie dell'Hub urbano, il cui documento finale sarà presentato alla Regione entro il 31 marzo 2026. A inizio gennaio è previsto un nuovo incontro rivolto agli operatori economici. Confcommercio Gambettola partecipa attivamente al percorso, offren-

do il proprio contributo nell'analisi delle esigenze del comparto e nella definizione delle priorità per il futuro del centro storico. «Siamo convinti – afferma il presidente Francesco Tomasini – che questo progetto rappresenta un'opportunità concreta per sostenere il commercio di vicinato e rendere Gambettola ancora più attrattiva. La collaborazione tra amministrazione e imprese è fondamentale per costruire un Hub urbano capace di rispecchiare le reali potenzialità della nostra comunità».

Nella foto, il sindaco Eugenio Battistini, gli assessori e i rappresentanti delle associazioni di categoria.

### CONFCOMMERCIO GAMBETTOLA

## Area Sacra, ripartire senza perdere tempo



Confcommercio Gambettola non può nascondere la preoccupazione per il futuro dell'Area Sacra. Il presidente Francesco Tomasini (nella foto) sottolinea come il nuovo stop al progetto di riqualificazione

rappresenti una battuta d'arresto significativa per il rilancio economico e sociale della città. La sospensione è dovuta a diversi fattori: in primo luogo, il mancato finanziamento regionale previsto per la realizzazione della Casa di comunità, considerata

elemento centrale dell'intervento. A ciò si aggiungono vincoli tecnici e urbanistici legati alla storica struttura dell'ex tabacchificio, che ne rendono complicata la trasformazione. Le mutate condizioni politiche e amministrative, con la nuova giunta, hanno inoltre imposto revisioni sostanziali del progetto, riducendo la parte residenziale e modificando destinazioni d'uso, rendendo l'iniziativa originaria economicamente non più sostenibile per la proprietà privata. Tomasini evidenzia che, nonostante questi ostacoli, la riqualificazione dell'Area Sacra resta un'opportunità cruciale per stimolare nuovi insediamenti, rivitalizzare il centro e sostenere il commercio locale. Confcommercio invita quindi istituzioni e privati a trovare soluzioni condivise e concrete, affinché l'Area Sacra possa essere un volano di sviluppo urbano, sociale ed economico per Gambettola.



Il Comune di Gambettola ha avviato il percorso per la realizzazione dello studio di fattibilità dell'Hub urbano, con l'obiettivo di rafforzare il ruolo del centro storico come spazio di relazioni, servizi e attività economiche. L'iniziativa, sostenuta dalla Legge Regionale 12/2023, prevede un'analisi