

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

AL FESTIVAL DI TUTTE LE PARTI LIBERTÀ A CONFRONTO



Da sinistra il presidente Confcommercio Augusto Patrignani e il presidente di Nazione Futura Francesco Giubilei in una recente edizione del Festival Malatestiano della Libertà

IL COMMENTO
Un grande evento culturale per la nostra amata Cesena

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Il Festival Malatestiano della Libertà è ormai un evento istituzionalizzato della città. Con la quarta edizione, in programma dal 18 al 21 aprile presso la Biblioteca Malatestiana e il Palazzo del Ridotto, il Festival consolida il proprio ruolo di spazio pubblico stabile di riflessione e confronto. È promosso da Nazione Futura, Valori e Libertà e Labora, con l'appoggio di

Confcommercio Cesena, a sottolineare il nesso concreto tra libertà civili e libertà economiche.

Per Confcommercio Cesena è un grande onore fungere da promotrice culturale di un evento di questo livello, capace di arricchire l'intera comunità. È una scelta coerente e lungimirante, che interpreta in modo dinamico il nostro ruolo di corpo intermedio, non limitato alla rappresentanza degli interessi economici ma pienamente al servizio delle imprese e della città, nella convinzione che senza libertà culturale e sociale non possa esistere nemmeno sviluppo economico duraturo.

Nato a Cesena, il Festival ha già esteso il proprio raggio d'azione anche a Forlì, configurandosi come un unicum non solo regionale. Alla base vi è una squadra coesa, accomunata dalla passione per la divul-

gazione delle idee e da una scelta chiara: non un festival di parte, ma di tutte le parti. Un'iniziativa autenticamente polifonica, che rifiuta l'omologazione e favorisce il confronto tra posizioni diverse.

Il tema perno è la libertà, declinata nei suoi molteplici ambiti: politica, società, cultura, ambiente, impresa. La libertà non è mai scontata, nemmeno nei sistemi democratici. Può essere compresa senza clamore, ridotta da un eccesso di regolazione, indebolita da conformismi culturali, limitata da un ambientalismo ideologico o erosa da un uso invasivo della tecnologia. Non si parla solo della libertà politica formale, garantita dal voto, ma di libertà sostanziali che riguardano la persona: libertà di espressione, di iniziativa economica, di educazione, di ricerca, di scelta. Libertà che vanno volute,

cercate, conquistate e costantemente monitorate.

Nel corso delle quattro giornate si alterneranno intellettuali di primo piano del panorama nazionale: filosofi, studiosi delle istituzioni, saggi e giornalisti, chiamati a confrontarsi senza retorica sui limiti e sulle contraddizioni della libertà contemporanea. Approcci diversi, anche confliggenti, ma uniti dal rigore dell'analisi.

L'obiettivo del Festival Malatestiano della Libertà è chiaro: riflettere seriamente su come la libertà si esercita oggi, dove arretra e perché, senza indulgenze e senza slogan. Un dono alla nostra amatissima Cesena città d'arte e città di cultura, che per il quarto anno abbiamo la gioia di poter fare, contando sulla nostra passione e sulle nostre forze.

PARTECIPATISSIMO INCONTRO CON IL CAPOGRUPPO ALLA CAMERA DI FDL

Confcommercio all' on. Bignami: "La guerra complica tutto, aiutare le imprese"

Partecipatissimo l'incontro con l'on. Galeazzo Bignami, capogruppo alla Camera di Fratelli d'Italia, tenutosi giovedì pomeriggio 19 marzo nella sede cesenate Confcommercio. È stata un'ulteriore, lampante riprova di come lavori per le imprese una grande associazione come Confcommercio, al loro fianco da ottant'anni, operando a tutti i tavoli della rappresentanza, forte di un know-how e di una reputazione consolidati e riconosciuti. L'incontro era stato promosso per fare il punto sullo stato dell'accompagnamento alle imprese in un passaggio complesso e delicato della crisi internazionale, aggravato dalla guerra in Iran, con il rincaro dei prezzi dell'energia e, più in generale, con l'ampliarsi dello stato di incertezza che rischia di paralizz-



zare azioni e investimenti delle imprese. Di questo, nel suo ficcante intervento introduttivo, ha chiesto chiarimenti all'on. Bignami il presidente di Confcommercio cesenate, Augusto Patrignani, anche in merito alle azioni che intende adottare il Governo.

Bignami con chiarezza ed efficacia ha menzionato l'intervento di riduzione delle accise su benzina e gasolio di 25 centesimi al litro fino

al 7 aprile, non risolutivo ma importante; ha richiamato il decreto energia-bollette del 20 febbraio e, più in generale, si è soffermato sull'approccio e sul senso dell'incontro: recepire le richieste delle associazioni di categoria e delle imprese per utilizzarle nei provvedimenti.

Ha inoltre rimarcato che il Governo è contro la guerra in Iran e che l'Italia non parteciperà a conflitti, per-



ché la guerra è ripudiata, come sancito dalla Costituzione. Ha aggiunto che il Governo intende sostenere le imprese motore del paese. Bignami ha sottolineato che, per quanto riguarda i prezzi del carburante, nel mirino ci sono gli speculatori che non sono i benzinai, ultimi anelli della catena.

Hanno pienamente recepito le richieste di condividere le sollecitazioni ricevute dall'onorevole

Bignami, Luca Ceccarelli, agente di commercio, Letizia Zignani, presidente di Figisc-Confcommercio (federazione regionale distributori carburanti), e Alverio Andreoli, presidente Fiva ambulanti che hanno preso la parola condividendo istanze a sostegno della categoria. All'incontro era presente anche Alice Buonguerrieri, parlamentare di Fratelli d'Italia.

L'on. Bignami e il presidente di Confcommercio Patrignani si sono lasciati con l'impegno a proseguire questo fattivo confronto, molto apprezzato dai partecipanti a un evento che ha rafforzato il legame con l'associazione, grande casa dei servizi e della rappresentanza.

Nelle foto due momenti del convegno.

CAPITALE DELLA CULTURA

Vince Ancona ma Cesena e Forlì ora collaborano insieme



La vittoria di Ancona come Capitale Italiana della Cultura 2028 non deve lasciare inesperto lo splendido dossier "I sentieri della bellezza", presentato dalla candidatura di Forlì con Cesena. Pur non avendo ottenuto il riconoscimento finale e il relativo contributo economico, il lavoro svolto rappresenta una base solida, partecipata e lungimirante su cui costruire il futuro del territorio.

I due Comuni, insieme agli attori economici e culturali, sono oggi di fronte a una sfida cruciale: trasformare quella visione in azione concreta, dando continuità a un percorso unitario di valorizzazione del patrimonio artistico, storico e identitario. La cultura non è solo espressione di bellezza, ma leva strategica di sviluppo, capace di generare valore diffuso, occupazione e innova-

zione. Rafforzare le sinergie con l'intero territorio romagnolo significa ampliare le opportunità per le imprese, migliorare la qualità della vita dei cittadini e rendere più competitivo il sistema locale. In questo contesto, Confcommercio Cesena ribadisce il proprio ruolo attivo nel sostenere e accompagnare le imprese del territorio, favorendo percorsi di crescita che integrino cultura, commercio e turismo. È fondamentale promuovere progettualità condivise che mettano al centro le imprese del terziario, valorizzandone la capacità di creare esperienze, accoglienza e servizi di qualità. La rete associativa di Confcommercio può rappresentare un punto di forza per coordinare iniziative, stimolare investimenti e facilitare il dialogo tra istituzioni e sistema economico.

Confcommercio, inoltre, sottolinea l'importanza di politiche culturali stabili e di lungo perio-

do, capaci di sostenere eventi, riqualificazioni urbane e percorsi di promozione integrata del territorio. Occorre rafforzare strumenti di supporto alle imprese, incentivare la digitalizzazione dell'offerta turistica e commerciale e sostenere la formazione degli operatori, affinché possano cogliere appieno le opportunità generate dai flussi culturali.

Le bellezze di Forlì, Cesena e della Romagna costituiscono un patrimonio straordinario che, se adeguatamente valorizzato, può diventare un motore stabile di crescita economica e coesione sociale. Il percorso intrapreso non deve arrestarsi, ma evolversi in una strategia concreta, condivisa e duratura, capace di tradurre la cultura in sviluppo reale per il territorio e per le imprese.

Augusto Patrignani
Presidente Confcommercio Cesena

SUCCESSO DEL CONVEGNO SU NUOVI OBBLIGHI E RESPONSABILITÀ

Curare la sicurezza sul lavoro diritto e dovere delle imprese

La sicurezza nei luoghi di lavoro e l'aggiornamento sugli obblighi normativi sono stati al centro del convegno "Sicurezza sul lavoro: nuovi obblighi e responsabilità", il 19 marzo presso Cesena Fiera

L'iniziativa è stata promossa da E.Bi.Ter. - Ente

Bilaterale per il Terziario del comprensorio cesenate, E.Bi.Ter. del comprensorio di Forlì ed E.B.U.R.T. - Turismo Emilia-Romagna (CST Cesena e CST Forlì), con il coinvolgimento delle organizzazioni del territorio e con l'obiettivo di approfondire le novità normative e le responsabilità legate alla tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro. Ad aprire i lavori sono stati Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio Imprese per l'Italia della provincia di Forlì-Cesena, e Gianluca Bagnolini, presidente dell'Ente Bilaterale E.Bi.Ter. Cesena.

«La sicurezza sul lavoro - sottolinea Augusto Patrignani - rappresenta una priorità assoluta per le imprese e per tutto il sistema economico. È fondamentale continuare a investire nella prevenzione, nella formazione e nella diffusione di una cultura della sicurezza che coinvolga imprenditori e lavoratori. Solo attraverso la collaborazione tra istituzioni, enti



di controllo e imprese è possibile migliorare concretamente le condizioni di lavoro e ridurre i rischi».

Il convegno ha visto la partecipazione di esperti e rappresentanti istituzionali che affronteranno diversi aspetti della normativa

e della prevenzione. Interverranno Raffaele Covino, direttore dell'Ispettorato Territoriale del Lavoro di Rimini-Forlì-Cesena; Tassi Iacopo, responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione dell'Ispettorato Territoriale del Lavoro di Rimini-Forlì-Cesena; Michelangelo Borino, comandante dei Vigili del Fuoco di Cesena; Camilla Bracciaroli, responsabile One Up Safety - Sicurezza sul lavoro; e Cristina Borghesi, responsabile Iscom Formazione per le Imprese Cesena. I saluti finali sono stati affidati a Alfonso Maini, presidente ADAC Cesenatico Federalberghi. Il convegno è stato moderato dalla giornalista Federica Mosconi. L'evento è stato valido ai fini della formazione continua obbligatoria dei consulenti del lavoro con il riconoscimento di tre crediti formativi. Al termine dei lavori si è tenuto un aperitivo per i partecipanti.

Nelle foto un momento del convegno



Campagna associativa 2026 e Primo Open Day gruppo Confcommercio

Ti aspettiamo al nostro OPEN DAY
per presentarti il mondo Confcommercio

Un momento per raccontarci ed ascoltarci, per farti conoscere la nostra dimensione organizzativa, il nostro staff e le tante attività che siamo in grado di erogare per accompagnare la nascita e lo sviluppo delle piccole e medie imprese

Sarà l'occasione per presentarti:



Una esemplificazione pratica di costruzione del budget per avvio di impresa



Come si organizza un corretto Assessment digitale e informatico



Come si costruisce un modello di prevenzione aziendale in materia di sicurezza sul lavoro

In più ti presenteremo le convenzioni Confcommercio che fanno risparmiare costi e tanto altro...

Nella occasione ai partecipanti sarà rilasciato materiale informativo e il **GADGET DELL'OPEN DAY PER IL 2026**

PRENOTA LA TUA VISITA: info@ascom-cesena.it ☎ 0547639824 🌐 www.confcommerciocesenate.it

DAL 10 AL 12 APRILE ALLA MALATESTIANA E AL PALAZZO DEL RIDOTTO PROMOSSO DA NAZIONE FUTURA E CONFCOMMERCIO

Il gran ritorno del Festival Malatestiano della Libertà

Economia, cultura, ambiente e società: dibattiti polifonici con tutte le posizioni

Torna a Cesena, dal 10 al 12 aprile, il Festival Malatestiano della Libertà, giunto alla quarta edizione, con un format itinerante tra la Biblioteca Malatestiana e il Palazzo del Ridotto. L'evento, promosso da Nazione Futura insieme a Valori e Libertà, Labora e con il contributo di Confcommercio Cesena, si conferma un appuntamento culturale di rilievo nazionale che affronta il tema della libertà nelle sue molteplici sfaccettature economiche, sociali, politiche e culturali. «Dopo il successo delle prime edizioni – spiega Francesco Giubilei, presidente di Nazione Futura e ideatore del festival – vogliamo esportare il modello in tutta la Romagna, mantenendo l'obiettivo di far convergere voci da ogni schieramento politico e culturale per favorire il dibattito e la circolazione delle idee. Quest'anno la scelta di spostare parte delle attività al Palazzo del Ridotto ci permetterà di ospitare un pubblico più ampio e accogliere con ancora maggiore qualità gli ospiti che intervengono.»

L'importanza del festival è sottolineata da Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio Cesena, tra i principali sostenitori dell'iniziativa: «Un moderno corpo intermedio al servizio delle imprese e della città deve saper promuovere eventi culturali come il Festival della Libertà. Solo così si crea

Il programma della tre giorni è ricco e articolato. Si parte venerdì 10 aprile alle 16 con l'inaugurazione e la premiazione del concorso letterario "Racconti emiliano romagnoli". Seguirà, alle 17.30, il primo grande panel su "Libertà e Occidente", con interventi di Lorenzo Castellani, Giovanni Sallusti, Mar-

Alle 16.45 la Lectio Magistralis di Ettore Gotti Tedeschi si concentrerà sulla mancanza di una vera libertà economica in Occidente negli ultimi cento anni. La giornata si chiuderà con la presentazione del libro di Daniele Capezzone "Trumpisti o muskisti, comunque fascisti", arricchita dagli interventi di de-

Palazzo del Ridotto con un focus sull'"Intelligenza artificiale e libertà", tema attualissimo e denso di implicazioni etiche e filosofiche. Tra i relatori Alberto Di Benedetto, Giuseppe Girgenti, Marina Improta e Simone Regazzoni, con la moderazione di Letizia Magnani. Nel pomeriggio, spazio alla premiazione del concorso "No alla violenza contro le donne", promosso in collaborazione con la Comunità A. Merlara, con interventi di Maria Lucia Macagnino e Suor Mirella Ricci.

Il Festival Malatestiano della Libertà si conferma così un'occasione unica di confronto e crescita



un ambiente favorevole allo sviluppo economico e sociale. Il festival rappresenta una full immersion nei grandi temi della contemporaneità, dove culture liberali, conservatrici e progressiste dialogano in modo vivace e costruttivo. Siamo orgogliosi di contribuire a consolidare la reputazione di Cesena come città di confronto e libertà.»

co Rizzo, Francesco Maria Del Vigo e moderazione di Emanuele Chesi. Nel pomeriggio sarà approfondito il tema "Libertà ed economia" con l'introduzione di Michele Navacchia e interventi di Antonio Maria Rinaldi e del presidente Confcommercio Patrignani, che rappresentano un ponte tra il mondo imprenditoriale e il dibattito culturale.

putati e giornalisti. Sabato 11 aprile, presso la Biblioteca Malatestiana, si discuterà di "Libertà e educazione" con l'intervento di figure di rilievo quali Maddalena Falaschi, Elena Ugolini, Carlo Lottieri, Suor Anna Monia e Paolo Gambi. Seguirà la premiazione del concorso letterario "Favole e fiabe". Domenica 12 aprile si aprirà al

culturale per Cesena e l'intera Romagna, capace di attrarre intellettuali, giornalisti, scrittori e pubblico da tutta Italia, contribuendo a creare un ambiente fertile per il dialogo libero e rispettoso. Nelle foto in alto da sinistra Alberto Giubilei Augusto Patrignani, Daniele Capezzone e Suor Maria Monia, sotto le locandine dell'evento.

culturale per Cesena e l'intera Romagna, capace di attrarre intellettuali, giornalisti, scrittori e pubblico da tutta Italia, contribuendo a creare un ambiente fertile per il dialogo libero e rispettoso. Nelle foto in alto da sinistra Alberto Giubilei Augusto Patrignani, Daniele Capezzone e Suor Maria Monia, sotto le locandine dell'evento.

FESTIVAL MALATESTIANO della Libertà

CESENA | 10-11-12 APRILE 2026
BIBLIOTECA MALATESTIANA | PALAZZO DEL RIDOTTO

INTERVENGONO

Daniele Capezzone
Ettore Gotti Tedeschi
Marco Rizzo
Suor Anna Monia
Giovanni Sallusti
Roberto Arditti
Augusto Patrignani
Francesco Giubilei
Elena Ugolini

e tanti altri...

PROGRAMMA COMPLETO
www.festivaldellaliberta.it



FESTIVAL MALATESTIANO della Libertà

CESENA
10-11-12 APRILE 2026
BIBLIOTECA MALATESTIANA
PALAZZO DEL RIDOTTO

VENERDÌ 10 APRILE

PALAZZO DEL RIDOTTO | PIAZZA ALMERICI 12

16.00 Inaugurazione

16.30 Premiazione del concorso letterario
Racconti emiliano romagnoli

17.30 LIBERTÀ E OCCIDENTE

Introduce: Pasquale Ferraro, Nazione Futura
Intervengono: Michele Silenzi, editore,
Giovanni Sallusti, direttore Radio
Libertà, Marco Rizzo, autore, Roberto Arditti,
giornalista
Modera: Emanuele Chesi, "Il Resto del Carlino"

SABATO 11 APRILE

BIBLIOTECA MALATESTIANA | PIAZZA BUFALINI 1

10.30 LIBERTÀ E EDUCAZIONE

In collaborazione con Associazione Ex alunni scuola del Sacro Cuore
Introduce: Associazione Ex alunni scuola del Sacro Cuore
Intervengono: Elena Ugolini, consigliere regionale, Domenico Tallonico, insegnante e scrittore FSC, Suor Anna Monia, autrice, Paolo Gambi, autore
Modera: Francesco Zanotti, direttore "Corriere Cesenate"

15.00 Premiazione del concorso letterario
Favole e fiabe

16.00 LIBERTÀ E ECONOMIA

In collaborazione con Società Italia S.r.l.
Introduce: Michele Navacchia, Labora
Intervengono: Antonio Maria Rinaldi, economista, Augusto Patrignani, presidente Confcommercio Cesenate
Modera: Simone Arminio, "Il Resto del Carlino"

16.45 Lectio Magistralis

Perché in Occidente negli ultimi cento anni non abbiamo mai avuto una vera libertà economica
di Ettore Gotti Tedeschi

17.30 LIBERTÀ E POLITICA

Presentazione del libro di Daniele Capezzone
Trumpisti o muskisti, comunque fascisti
Introduce: Francesco Mondardini, Nazione Futura
Intervengono: Alice Buonguerrieri, deputato,
Daniele Capezzone, autore e direttore Il Tempo,
Francesco Giubilei, Nazione Futura, Jacopo
Marrone, deputato, Rosaria Tassinari, deputato
Modera: Federica Mosconi, Teleromagna

DOMENICA 12 APRILE

PALAZZO DEL RIDOTTO | PIAZZA ALMERICI 12

16.00 LIBERTÀ E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Introduce: Egle Bellentini, Valori e Libertà
Intervengono: Savino Balzano, saggista,
Giuseppe Girgenti, filosofo, Simone
Regazzoni, filosofo
Modera: Letizia Magnani, giornalista

17.15 NO ALLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE

In collaborazione con la Comunità A. Merlara e la Comunità
Introduce: Maria Lucia Macagnino, Valori e Libertà
Intervengono: Suor Mirella Ricci, responsabile
Comunità A. Merlara, Letizia Ravio, coordinatrice
comunità mamma-bambini e donna vittime di
violenza, Signora Assunta, testimone del percorso
vittime di violenza

A SEGUIRE...

Premiazione del concorso letterario
No alla violenza contro le donne

INGRESSO LIBERO
Info: festivaldellaliberta@gmail.com

CONFCOMMERCIO CONTRO LA DESERTIFICAZIONE COMMERCIALE

Patti locali per riattivare i negozi sfitti



La desertificazione commerciale non è solo un problema economico, ma una questione che riguarda la qualità della vita delle città, la sicurezza dei quartieri e la tenuta del tessuto sociale.

È il messaggio che emerge dall'analisi diffusa da Confcommercio sul progressivo calo dei negozi di prossimità nei centri urbani italiani e territoriali, un fenomeno che senza interventi strutturali rischia di cambiare profondamente il volto delle città entro il 2035.

Confcommercio chiede una strategia condivisa tra i diversi livelli istituzionali per arrivare alla definizione di una vera Agenda Urbana Nazionale, capace di coordinare politiche, fondi e programmi dedicati alla rigenerazione urbana e al rafforzamento delle economie locali. Un percorso che richiama anche il progetto Cities di Confcommercio, nato proprio per contrastare la desertificazione commerciale e promuovere un uso più equilibrato dello spazio urbano.

Un tema che riguarda da vicino anche il territorio cesenate. A sottolinearlo è il direttore di Confcommercio Cesena, Giorgio Piastra (nella foto). «Quando un negozio chiude - spiega Patrignani - non si perde soltanto un'attività economica. Si perde un presidio sociale, un punto di riferimento per il quartiere e un elemento di vitalità per la città. Difendere il commercio di vicinato significa difendere la qualità della vita dei nostri centri urbani». Secondo il direttore cesenate,

anche a livello locale è necessario rafforzare strumenti e politiche che possano sostenere le imprese del terziario di mercato e favorire la riattivazione degli spazi sfitti.

«Il nostro territorio ha ancora un tessuto commerciale diffuso e vitale, ma non possiamo pensare che questa situazione si mantenga da sola. Servono politiche coordinate tra Comuni, associazioni di categoria e imprese per contrastare la desertificazione commerciale e valorizzare l'economia di prossimità». Tra le azioni ritenute più efficaci ci sono i patti locali per la riattivazione dei negozi sfitti, con canoni calmierati e incentivi condivisi tra pubblico e privato, ma anche iniziative di animazione urbana, sostegno alle nuove imprese e interventi sulla logistica urbana e sulla digitalizzazione dei servizi. «Le città vivono se i loro centri e i loro quartieri sono vivi. Per questo è fondamentale lavorare su programmi pluriennali che mettano insieme rigenerazione urbana, commercio, servizi e socialità. Il negozio di prossimità non è solo economia: è comunità», prosegue Patrignani. Accanto alle politiche locali, resta però fondamentale un intervento nazionale. Confcommercio chiede infatti misure fiscali più eque per le imprese del commercio, un accesso al credito più semplice e strumenti specifici per accompagnare le attività nella transizione economica e digitale.

«Le imprese del terziario stanno affrontando cambiamenti profondi - conclude Piastra - e hanno bisogno di essere accompagnate. Una strategia nazionale sulle città, integrata con le politiche territoriali, può essere decisiva per sostenere i negozi di vicinato e garantire città più attrattive, sicure e vivibili».

CONFLITTI MONDIALI, IMPENNATA DEI PREZZI

Contrastare la speculazione ai danni delle imprese

Mentre continua ad infuriare la guerra in Medio Oriente, con il relativo e inevitabile corollario di conseguenze sull'economia mondiale, il Governo italiano cerca il modo di porre un minimo di rimedio sul rialzo dei prezzi dei carburante.

Impossibile prevedere di quanto le accise saranno effettivamente tagliate, l'unica certezza è che il gasolio "servito" è arrivato a toccare quota 2,6 euro al litro in autostrada (2 euro la benzina).

Di fronte ai recenti rincari della benzina e del gasolio legati alla crisi

in Medio Oriente Confcommercio osserva che l'aumento dei prezzi non deve diventare una forma di speculazione anche perché, se il prodotto c'è e le riserve tengono, eventuali aumenti incontrollati dei prezzi, in particolare per il gasolio, non hanno alcuna giustificazione. Nessun allarmismo, quindi, ma la guerra in Iran non può e non deve diventare un pretesto per fare cassa.

Pur in un quadro di grave tensione in Medio Oriente per Confcommercio occorre mantenere un approccio improntato a equilibrio e responsabilità. In presenza di

condizioni di approvvigionamento regolari e di un quadro che, allo stato, non presenta elementi tali da compromettere la disponibilità del prodotto, non vi sono ragioni per alimentare aumenti dei prezzi non coerenti con l'andamento reale del mercato.

Serve una linea chiara da parte delle istituzioni. Per questo Confcommercio ha chiesto al Governo di intervenire per evitare che il clima di incertezza internazionale si traduca in tensioni speculative che finirebbero per gravare sulle imprese -

in particolare quelle del trasporto e della logistica - e, più in generale, sull'intero sistema economico. È evidente che qualora il quadro di crisi dovesse protrarsi secondo Confcommercio sarà opportuno valutare interventi mirati, come fatto durante la crisi energetica nel 2022, a sostegno dei comparti maggiormente esposti, come le attività legate alla mobilità delle merci e delle persone, oltre alle filiere logistiche e distributive, che rappresentano un'infrastruttura essenziale per il Paese.

Augusto Patrignani
presidente Confcommercio cesenate

Infrastrutture per la mobilità romagnola, recuperare il tempo perduto. In un contesto economico e turistico sempre più competitivo, Confcommercio cesenate ribadisce l'importanza cruciale delle infrastrutture per lo sviluppo della Romagna. «Infrastrutture, ciò che ci collega, ciò che ci unisce: è stato il titolo di un convegno che ha coinvolto le forze economiche fra cui Confcommercio a nome della quale sono intervenuto. Senza infrastrutture nevralgiche non esiste competitività. Industria, artigianato, agricoltura, commercio, servizi e turismo vivono di mobilità veloce, certa e moderna», afferma il presidente Augusto Patrignani. Per il presidente, collegare persone e merci significa «ridurre costi, attrarre investimenti e creare lavoro stabile. Per un territorio manifatturiero, commerciale e turistico come la Romagna la rete infrastrutturale non è un'opzione, è la condizione essenziale di crescita».

Particolarmente strategico è il tema del turismo lungo la Riviera romagnola. «La

CONFCOMMERCIO CHIEDE DI CAMBIARE PASSO

Romagna in ritardo per le infrastrutture

Riviera è il nostro petrolio. Il turismo balneare, congressuale, fieristico e sportivo rischia di restare una potenzialità inespresa se non investiamo in portualità efficiente, intermodalità, mobilità sostenibile, metropolitana di costa e collegamenti rapidi. Le infrastrutture non sono cemento, sono valore aggiunto per il territorio e per le comunità che vi lavorano e vivono», sottolinea Patrignani.

Il presidente evidenzia poi i ritardi storici che penalizzano la competitività. «Troppi progetti annunciati e mai completati hanno rallentato lo sviluppo in Romagna, che sconta un gap rispetto all'Emilia. Ogni anno perso significa opportunità mancate. Serve un cambio di passo reale, decisioni rapide, cronoprogrammi certi e responsabilità chiare». Tra le opere più urgenti Patrignani indica la valorizzazione degli aeroporti di Rimini e in particolare Forlì, integrati con Bologna, il collegamento veloce Forlì-Cesena, l'alta velocità con fermata stabile a Forlì, nuovi caselli e la quarta corsia della A14 fino a Cattolica. «Dob-

biamo ragionare in ottica romagnola. La viabilità interna arretrata frena lo sviluppo economico e sociale e richiede interventi urgenti - aggiunge Patrignani -. Il passante di Bologna ma anche il lotto zero a Cesena devono sgravare il traffico urbano e rendere più fluidi i collegamenti da e verso la Riviera. La metropolitana di costa e le infrastrutture intermodali rappresentano strumenti per una logistica moderna e sostenibile», spiega.

Secondo Patrignani, migliorare i collegamenti significa anche superare la sensazione di isolamento dei cittadini e delle imprese. «Ancora oggi imprese e cittadini percepiscono distanze interne e lentezze eccessive, ma collegamenti più rapidi uniscono territori, economie e persone». Difendere il turismo significa investire ora in accessibilità: «Senza infrastrutture adeguate rischiamo il nostro petrolio. Non chiediamo privilegi, ma pari opportunità di sviluppo. È il momento delle scelte concrete: meno annunci, più cantieri».

INDAGINE FIPE, CRESCONO LE TITOLARI ROSA

Publici esercizi, le imprenditrici sono quasi il 30%

Il settore dei pubblici esercizi si conferma uno dei principali motori per l'occupazione e l'imprenditoria femminile in Italia e nel territorio cesenate. I dati elaborati dal Centro Studi di Fipe-Confcommercio restituiscono infatti la fotografia di un comparto in cui la leadership femminile è una solida realtà strutturale: nel 2024 le imprese attive guidate da donne erano pari al 28,8% del totale, una quota nettamente superiore a quella dell'intero tessuto imprenditoriale nazionale, dove le imprese femminili si fermano a circa il 22%. Una conferma viene anche dal fronte dell'occupazione dipendente, con le donne che rappresentano il 50,7% della forza lavoro del comparto, in crescita annua poco sotto i sei punti percentuali.

«Il dinamismo del nostro settore trae oggi una linfa vitale dalla presenza femminile, la cui spinta imprenditoriale non solo supera la media nazionale, ma funge da vero traino per l'intero comparto, generando ricadute sociali profonde e positive su tutti i territori. Sostenere e incentivare il lavoro femminile nei pubblici esercizi - dichiara il presidente di Fipe Confcommercio cesenate Angelo



Malossi - non solo migliora la condizione femminile, ma migliora il settore perché spinge verso scelte di welfare economico e sviluppo culturale, fatto di pari diritti, doveri, dignità e opportunità. Anche l'opportunità per tutte le donne di poter scegliere orgogliosamente dietro quali 'fornelli' stare: di casa propria, di un grande ristorante, della propria vita».

«La realtà del nostro comparto parla chiaro: le donne non rappresentano solo una componente essenziale della forza lavoro, ma guidano i pubblici esercizi con visione e determinazione - prosegue Malossi. Avere quasi un'impresa su tre a trazione femminile significa innestare nei territori modelli di business naturalmente orientati all'inclusione, capaci di generare nuovo lavoro per

altre donne e di sperimentare soluzioni concrete per l'equilibrio tra professione e famiglia», aggiunge. Il nostro Paese sta registrando progressi incoraggianti, inserendosi in un percorso di crescita che guarda con fiducia agli standard europei. Il tasso di occupazione femminile, che ha raggiunto il 57,6%, rappresenta una base solida su cui continuare a costruire per avvicinarsi alla media Ue del 71%. questo si aggiunge la necessità di garantire ambienti sicuri, impegno che Fipe porta avanti in prima linea attraverso il progetto #SicurezzaVera, siglato insieme alla Polizia di Stato per prevenire e contrastare la violenza di genere. Le recenti celebrazioni dell'8 marzo non bastano: è necessario un impegno costante. Come Fipe continuiamo a investire in formazione, mentoring e sicurezza, ma alle istituzioni chiediamo un'alleanza coraggiosa. Gli incentivi economici sono fondamentali, ma da soli non bastano se non smantelliamo le barriere sistemiche che rallentano l'accesso ai ruoli decisionali. Dobbiamo imporre un vero e proprio cambio di paradigma: l'empowerment femminile è la chiave di volta per la competitività».

RIGENERA IMPRESA ACCANTO ALLE IMPRESE

Sportello Next Gen per favorire il ricambio generazionale



Il ricambio generazionale è una delle sfide più urgenti per le piccole imprese del commercio, del turismo e dei servizi nel territorio della Romagna. Per offrire strumenti concreti alle aziende che si trovano ad affrontare questa fase delicata, Confcommercio Cesenate ha organizzato un seminario e presentato NextGen Impresa, un nuovo sportello di consulenza dedicato alla transizione generazionale.

L'appuntamento si è tenuto il 12 marzo nella sede di Confcommercio Cesenate in via Giordano Bruno. L'iniziativa è stata realizzata in collaborazione con Rigenera Impresa, società specializzata nell'assistenza economica, finanziaria e gestionale alle imprese.

Secondo i dati della Camera di commercio della Romagna nel territorio oltre la metà dei titolari di impresa ha più di 50

anni, con valori particolarmente elevati nei settori del commercio (oltre il 55,6%) e dell'alloggio e ristorazione (circa il 56,5%). L'età media dei titolari è di circa 51,9 anni, una condizione che indica come molte aziende si troveranno nei prossimi anni a dover pianificare il passaggio generazionale per garantire continuità e competitività.

«Il ricambio generazionale non può essere lasciato al caso - spiega Alberto Pesci, (nella foto) coordinatore di Rigenera Impresa e vicedirettore di Confcommercio Cesenate -. È un processo complesso che va gestito per tempo, combinando competenze imprenditoriali e innovazione, così da preservare valore, esperienza e continuità aziendale».

Lo sportello NextGen Impresa si propone di affiancare le aziende con orientamento, consulenza e strumenti operativi per pianificare una transizione ordinata tra generazioni, valorizzando ruoli e competenze e trasformando un momento delicato in un'opportunità di crescita.

La questione ha portata nazionale e locale. In Italia le imprese familiari rappresentano la stragrande maggioranza del

tessuto produttivo e spesso faticano a gestire il passaggio tra generazioni: solo una parte riesce ad arrivare con successo alla seconda o terza generazione. Studi recenti evidenziano che, sebbene molte aziende riconoscano l'importanza della successione, raramente viene pianificata formalmente o per tempo, con il rischio di perdita di competenze e know how.

Sono intervenuti nel corso del seminario Roberta Fabbri, commercialista e consulente di direzione aziendale, e Manuel Titi, consulente di Rigenera Impresa. L'introduzione sarà affidata al presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani che ha guidato i presenti nella presentazione dei servizi e delle opportunità offerte da NextGen Impresa per le imprese del territorio inserendoli nelle molteplici azioni sindacali e di servizio di Confcommercio dirette alle imprese.

Nella foto un momento del convegno.

CONFCOMMERCIO SODDISFATTA PER L'EROGAZIONE DAL GOVERNO

“Fondi per il Lago di Quarto, segnale concreto per il rilancio della vallata”

Il finanziamento da parte del Governo da quasi un milione di euro destinato alla riqualificazione del

Lago di Quarto viene accolto con grande favore anche dal mondo delle imprese. A esprimere soddisfazione è il presidente di Confcommercio Cesena, Augusto Patrignani, che da anni indica l'invaso come uno degli asset strategici per il rilancio turistico e ambientale della Valle del Savio.

“È una notizia che attendevamo da tempo – sottolinea Patrignani – perché il Lago di Quarto non è solo un'infrastruttura idrica importante, ma può e deve diventare un vero motore di sviluppo per tutto il territorio. Da anni Confcommercio ne sostiene il recupero e la valorizzazione, convinta che possa trasformarsi in un nuovo polo di attrazione per residenti e visitatori”.

Secondo il presidente, l'intervento rappresenta un primo passo fondamentale: “Riqualificare significa



mettere in sicurezza, migliorare la fruibilità, investire in decoro e servizi. Attorno al lago può nascere un sistema fatto di percorsi naturalistici, attività sportive, iniziative culturali e opportunità per le imprese della ristorazione e dell'accoglienza. È così che si crea economia diffusa”.



Patrignani evidenzia anche il valore simbolico dell'opera: “Per la Vallata del Savio il lago è da anni il simbolo di un potenziale inespresso. Oggi, con questo stanziamento, si pro-

gramma un'opera strategica che guarda al futuro. L'acqua sarà sempre

più una risorsa preziosa e avere un bacino efficiente e valorizzato significa rafforzare la resilienza dell'intero territorio romagnolo”. Infine, l'auspicio è che il finanziamento sia solo l'inizio di un percorso più ampio: “Serve continuità negli investimenti e una visione condivisa tra istituzioni e categorie economiche. Confcommercio è pronta a fare la propria parte, mettendo a disposizione idee e progettualità per fare del Lago di Quarto un punto di riferimento per il turismo sostenibile e per la crescita della vallata. Da anni ci battiamo per questo, siamo orgogliosi di aver contribuito a promuovere l'attenzione e la sensibilità su questo bacino idrografico che deve diventare meta del circuito turistico”.

Nelle foto i presidenti dei comuni della Valle del Savio

CONFCOMMERCIO SULL'INTERVENTO NEL CENTRO DI CESENA

Bene i portici illuminati, ma vanno anche rigenerati



L'illuminazione dei portici del centro di Cesena, unitamente a quella degli edifici culturali, inserita negli interventi dell'hub urbano del centro vede Confcommercio cesenate favorevole, visto che da molto tempo l'associazione chiede interventi di rigenerazione dei porticati cittadini, che versano, almeno alcuni di essi come quello di via Zeffirino Re.

I portici che insistono sugli edifici privati sono di proprietà dei titolari degli immobili sovrastanti. La manutenzione ordinaria e straordinaria, così come eventuali lavori di riqualificazione, spettano ai proprietari. I portici, tuttavia, sono spesso gravati da servitù di uso pubblico, perché costituiscono parte integrante dello spazio urbano e del percorso pedonale. Per questo motivo le amministrazioni comunali possono intervenire con regolamenti, linee guida estetiche o contributi economici per favorire interventi coordinati, soprattutto nei centri storici, dove i portici rappresentano un elemento architettonico identitario.

In questo contesto si inserisce la posizione di Confcommercio. L'associazione

vede con favore l'illuminazione prevista nell'ambito del progetto dell'hub urbano, considerandola un primo passo verso un piano più ampio di valorizzazione.

Secondo il presidente Augusto Patrignani, “l'occasione sarà propizia per impostare un piano ancora più ambizioso di riqualificazione delle strutture, per renderle non solo più illuminate e sicure, ma anche aderenti a parametri estetici di qualità attraverso un restyling”. Per Confcommercio un intervento di questa portata dovrebbe essere sostenuto anche dall'amministrazione comunale, a supporto dei proprietari degli immobili su cui insistono i portici, spesso impossibilitati ad affrontare da soli interventi così consistenti.

“Serve un progetto condiviso – sottolinea Patrignani – con il sostegno pubblico ai proprietari, perché i portici sono un patrimonio di tutta la città”.

“In un'ottica di abbellimento del centro storico, di cui i portici costituiscono uno degli elementi più attrattivi e invitanti, sotto i quali si concentrano numerose attività commerciali – prosegue Patrignani – Confcommercio ritiene necessario avviare un percorso programmato di rigenerazione, che si colleghi agli interventi condotti sulle piazze del centro. Nel frattempo l'associazione attende l'avvio dei lavori in galleria Urtoller, programmato per l'inizio dell'anno, e auspica che in futuro possano essere previsti interventi anche nelle altre gallerie commerciali cittadine”.

INDAGINE CONFCOMMERCIO.

La riscoperta dei consumi culturali

Nel 2025 la cultura torna a pesare di più nel bilancio delle famiglie italiane e anche cesenate. La spesa media mensile per consumi culturali sale a 94 euro, in crescita rispetto ai 90 euro del 2024, pur restando lontana dai 113 euro registrati prima della pandemia. È la fotografia scattata dall'Osservatorio Impresa Cultura Italia-Confcommercio che include il territorio cesenate.

“Il quadro che emerge è quello di un Paese e di un territorio che, dopo gli anni difficili del Covid, recupera terreno soprattutto sul fronte dell'audiovisivo e delle esperienze dal vivo – afferma il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani –. Tra le attività culturali più diffuse si confermano ai primi posti la visione di programmi e film in televisione (90%), l'ascolto di musica (83%) e della radio (81%), oltre alla lettura di libri (66%). Ma è sul terreno della partecipazione che si registra il segnale più dinamico. Tra le attività fuori casa guidano feste popolari, sagre e manifestazioni folkloristiche (53%), seguite da visite a musei, mostre e siti archeologici (50%), cinema (48%), spettacoli all'aperto (42%) e concerti (39%). Il comparto audiovisivo, cinema, televisione e musica, ha ormai recuperato i livelli pre-pandemici, mentre concerti, teatro e rassegne all'aperto mostrano una crescita ancora più marcata, superando i risultati del 2019. La trasformazione non è solo quantitativa, ma anche qualitativa. La cultura viene sempre meno percepita esclusivamente come strumento di conoscenza e apprendimento e sempre più come esperienza capace di generare emozione, piacere e sorpresa. Un cambiamento che segnala una ridefinizione del rapporto tra pubblico e offerta culturale”.

“I dati dell'Osservatorio ci consegnano un Paese e un territorio che torna a investire in cultura, con una spesa in crescita e un forte rilancio delle attività dal vivo – aggiunge Patrignani –. Ma emergono anche segnali che richiamano alla responsabilità, come l'aumento di chi percepisce i consumi culturali come un costo. Una tendenza che impone di rafforzare la capacità delle imprese culturali di generare valore economico e sociale nei territori, puntando su competenze manageriali e innovazio-

STRATEGIE E RICHIESTE DI FIDA CONFCOMMERCIO

Negozi alimentari di vicinato, arrestare il declino

Il ridimensionamento dei negozi alimentari di vicinato è una tendenza nazionale che si avverte anche nel territorio cesenate. Lo rimarca Fida Confcommercio cesenate, la federazione dei piccoli alimentaristi. Negli ultimi cinque anni nel

Paese hanno chiuso oltre 11.700 attività della distribuzione alimentare di prossimità, con la perdita di circa 20mila posti di lavoro. Un fenomeno che riguarda panifici, macellerie, fruttivendoli ma anche minimarket e piccoli supermercati indipendenti, e che rischia di lasciare intere comunità senza un presidio commerciale essenziale.

La rete della piccola distribuzione alimentare contava circa 156mila punti vendita nel 2019; nel 2025 sono scesi a 144.439, con un calo dell'8%. L'occupazione è passata da 355mila a poco più di 334mila addetti. A pesare sono diversi fattori: lo spopolamento dei piccoli centri, l'inflazione che incide sui consumi e la forte concorrenza della grande distribuzione organizzata.

Anche i minimarket e i supermercati indipendenti, spesso considerati un'argine alla desertificazione commerciale, hanno registrato una flessione, mentre l'occupazione è scesa del 5%. Nei comuni più piccoli, tuttavia, restano spesso l'unico riferimento per la spesa quotidiana.



Nel Cesenate la rete dei negozi alimentari di prossimità si è ridotta, ma continua comunque a svolgere

un ruolo sociale oltre che economico. «I piccoli negozi alimentari rappresentano un presidio fondamentale per i quartieri e per le comunità locali», sottolinea Marino Pieri (nella foto), presidente Fida Confcommercio Cesena. «Non sono solo

luoghi dove fare acquisti: molti esercizi offrono servizi aggiuntivi, come la consegna della spesa a domicilio, e mantengono un rapporto diretto e personale con i clienti». Un legame che si è rafforzato soprattutto negli anni della pandemia, quando i negozi di quartiere sono diventati un punto di riferimento per tante famiglie, in particolare per le persone anziane o con difficoltà negli spostamenti. «Durante quel periodo – ricorda Pieri – tanti cittadini hanno riscoperto il valore del negozio sotto casa».

Sulla stessa linea anche Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio cesenate, che evidenzia il ruolo di queste attività nella vita quotidiana delle comunità. «I negozi alimentari di vicinato sono veri presidi sociali oltre che commerciali. Offrono un servizio di prossimità, garantiscono relazioni di fiducia e contribuiscono a mantenere vivi i quartieri. La sfida dei prossimi anni sarà proprio quella di sostenere queste realtà, valorizzando il loro ruolo nel tessuto urbano e nei piccoli centri, dove la presenza di un negozio alimentare può fare la differenza per la qualità della vita della collettività”.

CONFCOMMERCIO CHIEDE AZIONI DI CONTRASTO

L'emergenza abitativa danneggia anche le imprese

Cesena vive una emergenza abitativa che riflette negativamente sul suo sviluppo economico e sulla qualità della vita dei suoi cittadini. La carenza di case in affitto a prezzi accessibili e la difficoltà di trovare abitazioni a costi sostenibili incidono pesantemente anche sul mercato del lavoro, rendendo sempre più complicato attrarre e trattenere lavoratori nel cesenate.

Secondo Augusto Patrignani (nella foto), presidente di Confcommercio Cesenate, la situazione minaccia di compromettere la competitività del territorio. “Se non affrontiamo questa criticità, Cesena rischia di diventare un territorio poco attraente per le imprese. La mancanza di case, unita ai costi esorbitanti degli affitti e delle compravendite, crea un clima di insostenibilità che penalizza tanto i cittadini quanto le imprese”, dichiara Patrignani.

La situazione diventa sempre più urgente e richiede un intervento immediato. Patrignani sottolinea la necessità di un “patto di sistema” che coinvolga istituzioni locali, enti pubblici e imprenditori per affrontare insieme l'emergenza. Un piano che prevede un incremento dell'offerta abitativa e la velocizzazione dei tempi di realizzazione dei progetti edilizi, come quello relativo al Quartiere No-



vello. “Il progetto di Novello, pur essendo una risposta importante, non basta. I tempi di realizzazione con i ritardi verificatisi sono troppo lunghi e il numero di abitazioni previste è inferiore a quello inizialmente pianificato”, afferma Patrignani.

La carenza di abitazioni a prezzi calmierati si trasforma in una vera e propria emergenza sociale. Le difficoltà nell'accesso alla casa influenzano anche la qualità della vita delle famiglie cesenate, che si vedono costrette a trasferirsi in altre zone o a fare fronte a un mercato immobiliare sempre più speculativo. A ciò si aggiungono i costi, che continuano a salire sia per gli affitti che per l'acquisto di immobili, creando ostacoli per chi cerca di stabilirsi o di avviare una propria attività.

“Cesena non può permettersi di perdere la sua capacità di attrarre persone e imprese. Serve un'azione concreta per fare in modo che il nostro territorio torni ad essere competitivo e accogliente”, conclude Patrignani.

Confcommercio Cesenate ribadisce quindi la necessità di una visione condivisa e di una rapida attuazione di soluzioni strutturali che garantiscano l'accesso alla casa per tutti e permettano alla città di rimanere un punto di riferimento per lo sviluppo economico e sociale della Romagna.

SAVIGNANO, NUOVA ATTIVITÀ ASSOCIATA A CONFCOMMERCIO

Ha aperto Rift, ludo pub con fumetteria

A Savignano ha aperto i battenti Rift, nuovo ludo pub con fumetteria in via della Repubblica 139. Il locale è nato dall'iniziativa di due amici, Luca Galassi, 40 anni, e Dimitri Rinaldi, 35 anni, che hanno deciso di trasformare una passione coltivata fin dall'adolescenza in una vera attività imprenditoriale.

Galassi lavora insieme al padre Gian Paolo Galassi in un negozio di accessori per calzature a Borgo San Rocco, a Savignano, mentre Rinaldi, originario della città, da circa dieci anni vive a Santarcangelo nella casa dei nonni ed è barman di professione. I due raccontano che l'idea di aprire un locale di questo tipo li accompagna fin da quando avevano circa 15 anni. Il Rift si propone come uno spazio dedicato in particolare ai giochi da tavolo e alle carte collezionabili, elementi centrali della proposta. A questa dimensione ludica i titolari



hanno affiancato anche una parte gastronomica in stile pub: nel menù trovano posto hamburger, pinse e fritti, oltre a una proposta di bevande che punta soprattutto su birre artigianali e su una selezione di gin tonic. Il locale sarà aperto dal primo pomeriggio fino a tarda notte con l'obiettivo di diventare un punto di ritrovo per i giovani, ma anche per tutti coloro che vogliono condividere momenti di svago tra giochi, fumetti e buona compagnia. L'attività è associata a Confcommercio. Il responsabile della Confcommercio Valle del Rubicone, Paolo Vangelista, ha espresso apprezzamento per l'iniziativa, sottolineando il

dinamismo e lo spirito imprenditoriale dimostrato dai due giovani titolari. Vangelista ha evidenziato come la scelta di puntare su una tipologia di locale ori-

ginale, capace di unire gioco, fumetti e ristorazione, rappresenti un valore aggiunto per il territorio e per l'offerta commerciale della città.

Alla cerimonia inaugurale e al taglio del nastro ha preso parte anche il sindaco Nicola Dellapasqua, che ha salutato con favore l'apertura della nuova attività. Con Rift, Savignano si arricchisce così di uno spazio pensato per la socialità e il tempo libero, capace di attrarre appassionati e curiosi di tutte le età.

Nella foto i titolari con il responsabile Confcommercio Paolo Vangelista

PREMIATE ATTIVITÀ STORICHE DI BORGHI

Confcommercio rende onore a Mandato, Rigoni e Briigliadori

Premiate le attività commerciali storiche che hanno tenuto alto il nome di Borghi. Alcuni imprenditori storici del territorio non avevano potuto partecipare alla cerimonia organizzata a Cesenatico per celebrare gli 80 anni di



Confcommercio, ospitata al Grand Hotel Da Vinci. Per questo motivo la consegna del riconoscimento è stata organizzata successivamente presso la sede Confcommercio di Savignano sul Rubicone, dove sono state assegnate targhe e pergamene agli associati con oltre mezzo secolo di attività.

A consegnare i premi è stato il responsabile della zona Rubicone Paolo Vangelista, alla presenza del sindaco di Borghi, Silverio Zabberoni (nella foto), intervenuto perché tutti i premiati sono imprenditori legati proprio alla comunità borghigiana. Il riconoscimento fedeltà di Confcommercio vuole valorizzare le attività che nel tempo hanno contribuito allo sviluppo economico e sociale del territorio, mantenendo vivo il tessuto commerciale anche nei piccoli centri.

In realtà come Borghi, infatti, le imprese di vicinato non rappresentano soltanto un presidio economico, ma anche un punto di riferimento per la vita quotidiana e per la coesione della comunità. Le botteghe e i locali storici diventano luoghi di incontro e relazioni, contribuendo a dare identità e vitalità al paese.

Tra i premiati figura Antonio Mandato, titolare dell'azienda Bama con sede in via Cornacchiarra. L'attività, avviata nel maggio del 1976, opera nel commercio di biancheria, abbigliamento e intimo. Mandato vive a Borghi dal 1961 insieme alla moglie Mara Baschetti e negli anni l'azienda è diventata una realtà familiare: oggi a portarla

avanti sono anche i figli Simone Mandato, Emanuele Mandato e Andrea Mandato, che hanno progressivamente assunto la guida dell'impresa. Altro riconoscimento è andato a Adamo Rigoni, oggi 92enne, che nel 1962 aprì il ristorante Belvedere

a San Giovanni in Galilea. Nel corso degli anni è stato affiancato dalla moglie Gabriella Bianchi, scomparsa meno di un anno fa. L'attività è poi proseguita grazie al coinvolgimento dei familiari, tra cui la nipote Mariarosa Rigoni, insieme ai fratelli Paola Rigoni e Romano Rigoni, oltre al nipote Alberto Rigoni, mantenendo viva una tradizione di accoglienza e ristorazione che dura da oltre sessant'anni.

Il terzo premio è stato consegnato a Mattias Briigliadori, titolare insieme al fratello Simone Briigliadori dell'azienda di famiglia specializzata nella vendita di abbigliamento e accessori. Le origini dell'attività risalgono ai primi anni Cinquanta, quando il nonno Enrico Briigliadori, conosciuto da tutti come Rico, avviò l'impresa a Tribola di Borghi. In seguito la gestione passò al figlio Gianni Briigliadori e alla moglie Laura Bugli, fino ad arrivare oggi alla terza generazione rappresentata da Mattias, 52 anni, e Simone, 49. La consegna dei riconoscimenti ha rappresentato un momento di particolare valore simbolico: attraverso queste storie imprenditoriali, Confcommercio ha voluto rendere omaggio a realtà che da decenni contribuiscono alla vita economica e sociale del territorio, dimostrando come anche nei piccoli comuni la continuità delle imprese familiari possa essere un elemento fondamentale di identità e coesione per tutta la comunità.

POSSIBILE PRESENTARE LA PROPOSTA ALLA REGIONE

Hub urbano di Longiano, raggiunte le adesioni Confcommercio appoggia l'iniziativa



Prosegue con un risultato significativo il percorso per la candidatura degli hub urbani di Longiano: è stato infatti già raggiunto il numero minimo di adesioni necessario per poter presentare la proposta alla Regione. Un passaggio importante che consente all'amministrazione comunale

di continuare con fiducia nel progetto di valorizzazione delle aree urbane, coinvolgendo attività economiche e proprietari di immobili che hanno scelto di aderire all'iniziativa.

Le manifestazioni di interesse raccolte permettono di proseguire nell'iter di candidatura degli hub individuati nelle zone di Longiano centro storico, Ponte Ospedaletto-Crocetta e Budrio. L'obiettivo è quello di accedere alle opportunità di finanziamento previste dalla Legge Regionale 12/2023, che punta a sostenere interventi di riqualificazione e sviluppo del commercio e dei servizi nei centri urbani.

C'è comunque ancora tempo per aderire al progetto: le attività economiche e i proprietari interessati possono presentare la propria adesione fino al 15 marzo, contribuendo ad ampliare ulteriormente la rete dei soggetti coinvolti e a rafforzare la candidatura.

CROCCETTA DI LONGIANO

Cantina Baldini premiata da Confcommercio: cinque generazioni al servizio del territorio



Un riconoscimento che celebra una lunga storia di lavoro, passione e radicamento nel territorio: la cantina Baldini di Crocetta di Longiano è stata premiata da Confcommercio, che ha voluto valorizzare un'impresa capace di attraversare il tempo rinnovandosi senza perdere la

propria identità.

Fondata come osteria dal pioniere Ottavio Baldini, l'azienda è oggi guidata da Carlo Baldini insieme ai figli Andrea e Alberto, rappresentando con orgoglio la quinta generazione familiare. Una continuità rara, che testimonia solidità e capacità di adattamento, mantenendo sempre vivo il legame con la comunità locale.

La cantina produce circa 60mila bottiglie all'anno e nelle

TORNA IL 6 GIUGNO

Giro del Mito, Alta Valsavio sempre più attrattiva



Confcommercio di Bagno di Romagna ribadisce con il valore strategico degli eventi sportivi per lo sviluppo turistico dell'Alta Valle del Savio. Come sottolinea il presidente Giuseppe Crociani (nella foto), l'offerta del territorio si fonda su un sistema integrato che unisce turismo sportivo, ambientale, enogastronomico, termale e culturale. In questo contesto, ogni manifestazione capace di attrarre visitatori rappresenta un'opportunità concreta di crescita.

Tra gli eventi di punta spicca il Giro del Mito,

Sul tema interviene anche Giovanni Anselmi (nella foto), presidente della Confcommercio Cesena, che sottolinea l'importanza dell'iniziativa per il tessuto commerciale locale. «Il progetto degli hub urbani rappresenta un'opportunità concreta per sostenere e rilanciare il commercio di prossimità, che è uno degli elementi fondamentali per mantenere vivi i centri storici e le frazioni – spiega Anselmi –. Per questo come Confcommercio seguiamo con grande attenzione questo percorso e partecipiamo attivamente al confronto con l'amministrazione e con le imprese».

Secondo il presidente dell'associazione di categoria, le aspettative sul progetto sono elevate. «La creazione di una rete tra attività economiche, proprietà immobiliari e istituzioni può generare nuove occasioni di sviluppo e attrarre risorse utili per migliorare l'attrattività del territorio. È importante che il maggior numero possibile di operatori scelga di aderire, perché la forza di questi progetti sta proprio nella partecipazione condivisa».

L'attenzione resta quindi alta sugli sviluppi del percorso di candidatura, che nelle prossime settimane entrerà in una fase decisiva in vista della presentazione ufficiale alla Regione. Per Confcommercio si tratta di un passaggio strategico per il futuro del commercio locale e per il rafforzamento del ruolo dei centri urbani come luoghi di incontro, servizi e vitalità economica.

etichette compaiono spesso le effigi della torre civica e del borgo di Longiano, simboli di un'identità profondamente territoriale. Un segno distintivo che racconta, già a partire dall'immagine, l'amore per le proprie radici.

«Una dinastia di enorme valore per il territorio e la comunità», ha dichiarato il presidente Giovanni Anselmi, sottolineando come Confcommercio sia onorata di annoverare l'azienda tra i propri associati e di premiarla per meriti straordinari nell'attività produttiva e commerciale. La cantina Baldini rappresenta anche un esempio virtuoso di ricambio generazionale, capace di coniugare tradizione e innovazione, contribuendo a tenere alto il nome della frazione, del comune e dell'intero territorio. Un'autentica storia d'impresa che guarda al futuro senza dimenticare il passato.

Nella foto il sindaco di Longiano Mauro Graziano premia Carlo Baldini all'80° di Confcommercio al Grand Hotel da Vinci di Cesenatico.

in programma domenica 7 giugno 2026. Una granfondo che, già al debutto nel 2025, si è affermata come una delle novità più apprezzate nel calendario ACSI nazionale, distinguendosi per organizzazione e partecipazione. Il simbolo del fulmine, emblema della gara, incarna energia, passione e ambizione.

Il team River22 Sporting Club, guidato dalla famiglia Para e supportato dall'amministrazione comunale, è già al lavoro sulla seconda edizione, che promette importanti novità. La prima ha richiamato centinaia di ciclisti da 12 regioni e oltre 30 province, trasformando Piazza Ricasoli in un vivace villaggio sportivo.

Per Confcommercio, eventi aggreganti come questo rappresentano un'arma in più per attrarre turisti e valorizzare il territorio. L'auspicio è che iniziative simili continuino a crescere, rafforzando l'identità dell'Alta Valle del Savio come meta d'eccellenza per sport e turismo.

CONFCOMMERCIO PROTESTA: CITTADINI E IMPRESE DANNEGGIATI

Mercato, Roncofreddo e Sogliano, ingiusto escluderli dai comuni montani

Confcommercio esprime forte preoccupazione per l'esclusione di Mercato Saraceno, Sogliano al Rubicone e Roncofreddo dalla normativa sui Comuni montani, con la conseguente perdita della qualifica. Una scelta che viene giudicata sbagliata nei criteri e pericolosa negli effetti su territori già fragili, dove imprese, agricoltura, artigianato e servizi di prossimità garantiscono presidio, sicurezza e tutela ambientale.

Per Confcommercio, la riclassificazione non può basarsi sui meri parametri altimetrici, ignorando spopolamento, difficoltà di accesso, carenza di servizi e condizioni socio-economiche. In gioco non c'è una bandierina politica, ma il futuro di intere comunità. Servono criteri più inclusivi, risorse stabili e una visione condivisa per collina e montagna,

senza mettere territori uno contro l'altro.

«Questa decisione penalizza chi ogni giorno tiene vivo il territorio», afferma Alessandro Bernabini, presidente Confcommercio Roncofreddo. «Qui le imprese svolgono anche una funzione sociale: chiudere loro la porta significa indebolire il presidio locale».

Sulla stessa linea Bruno Bracciaroli, presidente

Confcommercio Mercato Saraceno: «La collina e la montagna cesenate devono fare corpo. Le richieste avanzate dai sindaci dei Comuni esclusi vanno ascoltate, perché sono richieste concrete, non rivendicazioni astratte».

Netta anche la posizione di Andrea Carghini, presidente Confcommercio Sogliano al Rubicone: «In ballo ci sono contributi, fondi e incentivi essenziali per cittadini e imprese. Senza questi strumenti si accelera il declino. Serve un patto vero tra Governo, Regione ed enti locali per una montagna vissuta, sicura e con prospettive di futuro».

CONFCOMMERCIO DI CESENATICO APPOGGIA L'INIZIATIVA

Hub urbani, opportunità per il rilancio del commercio



Gli hub urbani rappresentano una grande opportunità per il rilancio del commercio a Cesenatico, un progetto che ottiene il sostegno di Giancarlo Andriani (nella foto), presidente di Confcommercio Cesenatico. Secondo Andriani, il progetto che coinvolge tre aree centrali della città - il Centro Storico Levante, il Centro Storico Ponente e il Viale Carducci - è un'opportunità fondamentale per dare nuova vita al commercio di prossimità e favorire una rigenerazione urbana sostenibile che potenzi anche il settore turistico. Confcommercio, che da sempre supporta le esigenze delle imprese locali, è direttamente coinvolta in questo percorso di sviluppo, che mira a consolidare la vocazione commerciale e turistica di Cesenatico.

Andriani sostiene che il progetto degli hub urbani rappresenta una "straordinaria opportunità di valorizzazione per il commercio di prossimità" e per l'intera economia della città. Il piano di riqualificazione delle tre aree strategiche mira a integrare le esigenze dei residenti con quelle dei turisti, migliorando la vivibilità e la fruibilità degli spazi pubblici. Il progetto non si limita alla sola riqualificazione urbana, ma prevede anche una forte componente di innovazione, che permetterà

de una rifunzionalizzazione dell'asse viario, è un esempio concreto di come il progetto miri a coniugare tradizione e innovazione. La creazione di un corridoio urbano polifunzionale, con l'integrazione della mobilità dolce, contribuirà a rendere questa zona più sicura, vivibile e accessibile, non solo per i turisti ma anche per i residenti. Inoltre, il progetto mira a trasformare le aree del centro storico di Levante e Ponente in veri e propri distretti culturali e residenziali, dove il commercio, la cultura e la storia della città si fondono in un'offerta



IL 26 APRILE IN BICI DA CESENA E CESENATICO

Social Pedaleda esca per "Azzurro come il pesce"



Una "Social Pedaleda" da Cesena al mare lungo il Pisciatello con l'obiettivo di promuovere l'utilizzo della bicicletta come alternativa all'auto per raggiungere la spiaggia.

Si svolgerà il 26 aprile la seconda edizione di "La Social Pedaleda", una pedalata collettiva da Cesena a Cesenatico lungo la Ciclovía del Pisciatello, in occasione della Festa del pesce che si tiene a Cesenatico. L'evento è gratuito e aperto a tutti, sportivi e non, ragazzi, adulti e famiglie. Il percorso prevede la partenza da Cesena, alle 10, in piazza della Libertà. Per raggiungerla, è consigliato utilizzare mezzi sostenibili. Chi viene in auto dovrà parcheggiare fuori dal centro storico (il parcheggio è gratuito di do-

menica). Si pedalerà prevalentemente lungo la Ciclovía del Pisciatello, per poi arrivare a Cesenatico, in piazza Ciceruacchio, verso le 12. Il tracciato sarà pianeggiante e per il 90% su pista ciclabile e ciclopedonale, con incroci e attraversamenti controllati dalla Polizia Locale. Non ci saranno frecce e indicazioni per indicare il percorso, in quanto si cercherà di pedalare in gruppo, con



un'andatura piacevole e adatta a tutti. All'arrivo ci sarà un apposito spazio per parcheggiare le bici, e si potrà passare del

tempo in compagnia e gustare dei piatti di pesce, grazie alla manifestazione "Azzurro come il pesce".

Un altro elemento chiave del progetto è il finanziamento regionale di 40.000 euro, che il Comune di Cesenatico ha ricevuto per redigere uno studio di fattibilità sugli Hub Urbani. Questo è solo il primo passo di un processo che vedrà il Comune concorrere per un bando da 14 milioni di euro, che la Regione emetterà entro la fine dell'anno. Le risorse destinate a Cesenatico saranno utilizzate per migliorare l'accessibilità delle aree e sostenere l'innovazione delle imprese, con un particolare focus sull'imprenditoria giovanile e femminile, due settori fondamentali per il futuro economico della città. Giancarlo Andriani conclude ribadendo che Confcommercio, tenendo conto degli errori commessi in passato da noi evidenziati, è pronta a supportare l'Amministrazione Comunale e le imprese locali in questo importante processo di trasformazione. Gli hub urbani, infatti, rappresentano non solo un'opportunità di riqualificazione, ma anche una chance per costruire un modello di sviluppo sostenibile e resiliente, capace di rispondere alle esigenze del presente e di proiettarsi verso il futuro. In questo contesto, Confcommercio si impegna a garantire che il commercio di prossimità rimanga un pilastro fondamentale per la città, attraverso politiche di valorizzazione che tengano conto delle esigenze economiche, culturali e sociali di Cesenatico.

tempo in compagnia e gustare dei piatti di pesce, grazie alla manifestazione "Azzurro come il pesce". Il ritorno a casa sarà autogestito. Ognuno potrà scegliere se ripercorrere il percorso dell'andata oppure prendere i mezzi. Da Cesenatico sarà possibile raggiungere le stazioni di Bologna e Rimini in treno. L'evento è in collaborazione con Legambiente Forlì-Cesena, Matilde Studio, e "Azzurro come il Pesce"; con il patrocinio del Comune di Cesena e del Comune di Cesenatico. "Eventi collaterali alla importante iniziativa 'Azzurro come il pesce' - rimarca il responsabile di Confcommercio Cesenatico Roberto Fantini - sono fondamentali per rendere ancora più attrattiva la manifestazione e promuovere il turismo sostenibile verso Cesenatico, valorizzando le bellezze ambientali e paesaggistiche".

CONVEGNO A GATTEO

Turismo tra innovazione digitale e opportunità finanziarie



Investimenti per il turismo. Si terrà mercoledì 25 marzo, dalle ore 15.30 alle 17.30, presso l'Hotel Estense di Gatteo a Mare, l'incontro dal titolo "Il futuro del turismo tra innovazione digitale e opportunità finanziarie", un appuntamento dedicato alle imprese del settore turistico che vogliono crescere, innovarsi e affrontare le nuove sfide del mercato.

L'evento, sostenuto dalla Regione Emilia-Romagna e cofinanziato dall'Unione europea, si propone di offrire strumenti concreti, bandi e tecnologie a supporto dello sviluppo delle attività turistiche. In un contesto in continua evoluzione, segnato dalla trasformazione digitale e da una domanda sempre più esigente, il comparto dell'accoglienza è chiamato a ripensare modelli e strategie.

Ad aprire i lavori saranno Marco Morigi (nella foto) presidente associazione Albergatori di Gatteo e Augusto Patrignani presidente Confcommercio cesenate. Patrignani nel suo intervento si concentrerà sull'importanza di cogliere le opportunità offerte da finanziamenti e innovazione per rafforzare la competitività delle aziende.



Morigi, alla guida degli albergatori di Gatteo Mare, porterà invece la voce diretta degli operatori turistici, sottolineando come il settore alberghiero sia oggi in prima linea nel processo di cambiamento. Gli hotel, infatti, rappresentano uno dei punti di contatto principali tra territorio e visitatori: innovare significa migliorare l'esperienza del cliente, ottimizzare la gestione e rispondere a nuove esigenze legate a sostenibilità, digitalizzazione e personalizzazione dei servizi. Nel corso dell'incontro, esperti del settore approfondiranno temi centrali come la finanza agevolata, le nuove tecnologie e la consulenza strategica. L'obiettivo è fornire strumenti pratici per aiutare le imprese a investire in innovazione, aumentare l'efficienza e rafforzare la propria posizione sul mercato.

In un momento in cui il turismo è chiamato a reinventarsi, eventi come questo rappresentano un'occasione preziosa per fare rete, aggiornarsi e costruire nuove prospettive di crescita. Al termine dell'incontro è previsto un buffet, ulteriore momento di confronto tra professionisti e operatori del settore.

AVVICENDAMENTO A FEDERALBERGHI CONFCOMMERCIO

Faenza presidente, dopo Giorgetti: "Tuteleremo con forza il settore"



Cambio al vertice per l'ospitalità emiliano-romagnola: l'Assemblea elettiva di Federalberghi Emilia Romagna, riunitasi lo scorso 24 febbraio 2026, ha eletto per acclamazione Amedeo Faenza (nella foto) - già presidente di Federalberghi Modena - alla guida regionale della principale federazione del comparto alberghiero.

Il passaggio di testimone si è svolto in un clima di riconoscenza nei confronti del presidente uscente Alessandro Giorgetti, al quale l'Assemblea ha rivolto un sentito ringraziamento per il lavoro svolto in anni complessi, segnati da profonde trasformazioni del mercato turistico. Nel suo intervento, Giorgetti ha evidenziato come il risultato più significativo del suo mandato sia stato quello di mantenere la Federazione unita e coesa, capace di rappresentare con autorevolezza le istanze delle imprese associate.

A raccogliere questa eredità è ora Amedeo Faenza, che nel suo discorso ha sottolineato il valore della continuità e della re-

sponsabilità condivisa: "Raccogliamo una struttura solida - ha dichiarato - e siamo pronti a lavorare con determinazione per rafforzare la competitività dell'offerta turistica regionale, affrontando con lucidità le sfide future".

Nel corso dell'Assemblea è stata inoltre eletta vicepresidente vicario Patrizia Rinaldis (Rimini) e rinnovata la squadra dei quattro vicepresidenti con deleghe tematiche: Emio Incerti (Parma) per le Terme, Ludovica Cella (Piacenza) per l'Appennino, Giovanni Trombetti (Bologna). Completano la Giunta Gianni Casadei (Cervia Milano Marittima), Claudio Montanari (Riccione) e Alfonso Maini (Cesenatico). Sono stati nominati provvisori i i Marco Morigi (Gatteo Mare) Paolo Teverini (Appennino romagnolo) e Enrico Illotta (Forlì).

Un assetto che rafforza ulteriormente il radicamento territoriale della Federazione. In particolare, anche il territorio cesenate e l'intera Riviera romagnola continuano a riconoscere in Federalberghi un punto di riferimento imprescindibile per la categoria: una realtà capace di fare sintesi tra esigenze diverse, rappresentare con forza le imprese e accompagnarle in un contesto turistico sempre più competitivo. In un sistema che vive di identità locali ma necessita di visione condivisa, il ruolo della Federazione si conferma centrale per lo sviluppo equilibrato e sostenibile dell'intero comparto regionale.

IL COMMENTO DI CONFCOMMERCIO

Dati turistici 2025 della costa cesenate: segnali positivi e criticità da analizzare



I dati turistici 2025 per le località della nostra costa delineano una situazione di apparente tenuta, con alcuni distinguo che meritano una valutazione attenta. Come Confcommercio sostiene da anni, gli indicatori tradizionali di arrivi e presenze non rappresentano più in modo fedele il risultato economico della stagione turistica. Offerte promozionali, sconti, turismo sociale e tornei sportivi, pur utili per riempire le strutture ricettive, spesso non si traducono in un ritorno economico adeguato per le imprese del settore. Un fenomeno particolarmente evidente è la divergenza tra il segno positivo negli arrivi e quello negativo nei pernottamenti. Questo conferma una tendenza ormai consolidata: le nostre località si riempiono nei fine settimana, mentre i giorni feriali restano caratterizzati da ampi vuoti. Durante i mesi estivi principali, questo trend era facilmente osservabile: parcheggi quasi introvabili nei weekend e ampia disponibilità nei restanti giorni della settimana. Gatteo Mare registra un incremento del 3,43% negli arrivi ma una flessione dell'1,23% nei pernottamenti, un chiaro segnale di soggiorni più brevi. San Mauro Mare, località di dimensioni contenute, mostra segnali positivi sia negli arrivi (+14,89%) sia nelle presenze (+11,87%). Tuttavia, è importante sottolineare che in realtà si tratta di un contesto in cui l'apertura o la chiusura di una o due strutture ricettive può influenzare significativamente i dati complessivi. Savignano a Mare segna anch'essa valori positivi: +1,61% negli arrivi e +2,09% nelle presenze. Qui il principale motore della performance è il Camping Village Rubicone dei fratelli Grotti, unica struttura di rilievo.

Cesenatico, invece, richiede un'analisi più approfondita, sia per l'ampiezza e la varietà delle strutture ricettive, sia per la necessità di una diversificazione dell'offerta turistica, non esclusivamente legata alla balneazione. I dati evidenziano un incremento complessivo degli arrivi del 2,77%, ma una contrazione dei pernottamenti del 3,01%, confermando il trend dei weekend pieni e dei giorni feriali scarichi. Un dato incoraggiante è l'aumento dei turisti stranieri, su cui sarà strategico concentrare le azioni

promozionali per il 2026. Incrementare la presenza di clientela internazionale significa non solo aumentare la capacità di spesa media, ma anche prolungare la durata del soggiorno. Spicca però il calo delle presenze, distinguendo tra strutture alberghiere, che hanno registrato una flessione più contenuta, e strutture extra-alberghiere, che invece hanno sofferto maggiormente, a differenza di altre località della costa dove la dinamica è opposta. Particolare attenzione va dedicata alla diminuzione delle presenze nei tre principali mesi estivi: giugno, luglio (-4,83%) e agosto. Sebbene anche altre località vicine abbiano subito riduzioni, queste sono risultate generalmente più contenute e meno continue nel corso della stagione. Il turismo sta attraversando un cambiamento strutturale: la concentrazione delle ferie in pochi mesi estivi si riduce progressivamente, a favore di vacanze più brevi distribuite durante l'anno e visite a più destinazioni. È positivo che Cesenatico venga scelta come meta turistica in tutti i mesi dell'anno, grazie anche ai numerosi eventi sportivi e gastronomici come la Nove Colli, il triathlon, la Spartan Race, la Festa del Pesce e, naturalmente, il Presepe della Marineria durante il periodo natalizio. I mesi di bassa stagione, da aprile a maggio e da ottobre a dicembre, mostrano performance in crescita, talvolta con incrementi percentuali rilevanti. Va tuttavia sottolineato che un aumento percentuale del 1% nei mesi di bassa stagione corrisponde a poche migliaia di turisti, mentre una flessione simile nei mesi estivi può comportare perdite fino a 10.000 presenze. Per rispondere a queste sfide, il Comune di Cesenatico e le associazioni di categoria, all'interno della DmoO, hanno avviato una serie di azioni strategiche: dall'analisi comparativa dei dati alla valorizzazione del brand città, fino all'implementazione di azioni promozionali diversificate e aggiornate, affidandosi a professionisti del settore. L'obiettivo è migliorare la capacità attrattiva della città durante tutto l'anno, con una particolare attenzione alla clientela straniera e alla diversificazione dell'offerta turistica. In conclusione, i dati turistici 2025 ci consegnano un quadro complesso: segnali positivi negli arrivi, criticità nei pernottamenti, un cambiamento nel modo di intendere la vacanza e l'indispensabile necessità di strategie mirate per consolidare e incrementare il successo turistico della nostra costa.

Roberto Fantini,

Responsabile Confcommercio Cesenate Area Costa

IL COMMENTO

Senza certezze le imprese non crescono



Si parla molto di incertezza come condizione strutturale in cui operano oggi le imprese. Dazi, conflitti, tensioni geopolitiche, instabilità dei mercati energetici e finanziari: tutto concorre a creare un contesto nel quale programmare investimenti e assunzioni diventa sempre più complesso. Eppure le imprese, per loro natura, hanno bisogno di certezze. Senza un quadro chiaro e stabile è difficile pianificare, innovare, rischiare. È in questo scenario che il ruolo delle istituzioni diventa decisivo. Lo Stato, a tutti i livelli – centrale, regionale e

locale – deve farsi garante di un perimetro di massima certezza possibile. Regole chiare, tempi amministrativi definiti, fiscalità stabile, semplificazione burocratica: sono queste le condizioni minime per consentire al tessuto imprenditoriale di esprimere il proprio potenziale. Come Confcommercio Cesenate lo ribadiamo con forza: le imprese del commercio, del turismo e dei servizi non chiedono privilegi, ma un contesto favorevole. A livello nazionale servono politiche fiscali prevedibili, incentivi strutturali agli investimenti e una strategia industriale che sostenga la competitività. A livello regionale occorre una programmazione coerente su infrastrutture, formazione e accesso al credito. Nei territori, Comuni e Province devono puntare su rigenerazione urbana, sicurezza, valorizzazione dei centri storici e dialogo costante con le categorie economiche. L'incertezza si combatte con politiche serie

per creare un ambiente favorevole allo sviluppo, e questo se vogliono. Le amministrazioni comunali possono farlo.

Confcommercio cesenate insiste da tempo sulla necessità di una vera alleanza tra pubblico e privato. La concertazione non deve essere un atto formale, ma uno strumento operativo per anticipare i problemi e costruire soluzioni condivise. Solo così si può ridurre l'incertezza percepita e rafforzare la fiducia, che è il primo motore dell'economia. Confcommercio cesenate continuerà a fare la propria parte, rappresentando le istanze delle imprese e proponendo interventi concreti. Ma è indispensabile un impegno corale. In un mondo instabile, la differenza la fanno istituzioni capaci di offrire stabilità normativa e visione strategica. Dare certezza alle imprese significa dare futuro ai territori.

Augusto Patrignani

Presidente Confcommercio cesenate

INDAGINE DI CONFCOMMERCIO

Il caro energia mette in ginocchio le imprese del terziario

Da un'analisi di Confcommercio su energia, mercati e competitività delle imprese, elaborata alla luce delle tensioni in Medio Oriente, emerge un quadro di forte preoccupazione per il terziario di mercato. Il rischio di un deterioramento dei flussi energetici internazionali riporta infatti il tema dell'energia tra le principali criticità per le imprese del settore. Già oggi il conto è pesante: rispetto al 2019, ultimo anno prima della pandemia e della successiva crisi energetica, le imprese del terziario pagano l'energia elettrica in media il 28,8% in più, mentre il costo del gas è aumentato del 70,4%. Lo scenario potrebbe aggravarsi ulteriormente. Un eventuale intensificarsi delle tensioni nell'area del Golfo, insieme al rischio di restrizioni nel transito delle forniture energetiche attraverso lo Stretto di Hormuz, potrebbe infatti innescare nuovi rincari delle bollette. Secondo stime prudenziali, i costi potrebbero crescere mediamente del 4,3% per l'energia elettrica e del 3% per il gas. Ma nello scenario più critico gli aumenti potrebbero risultare molto più consistenti: oltre il 13% per l'elettricità e fino al 43% per il gas.

li effetti si farebbero sentire direttamente sui bilanci delle imprese. Per gli alberghi, ad esempio, la spesa mensile potrebbe crescere di circa 900 euro per l'elettricità e 1.000 euro per il gas. Nei grandi supermercati l'incremento stimato sarebbe di 700 euro per l'energia elettrica e 400 euro per il gas. Per bar, ristoranti e negozi, alimentari e non, i rincari oscillerebbero invece tra 100 e 300

euro per l'elettricità e tra 200 e 500 euro per il gas. Di fronte a questo quadro, Confcommercio chiede di rafforzare il presidio pubblico contro la volatilità dei mercati energetici e i fenomeni speculativi. Secondo la Confederazione è necessario dare piena attuazione alle misure previste dal cosiddetto decreto bollette, affiancandole però a nuovi interventi emergenziali in grado di produrre effetti rapidi sui costi sostenuti dalle imprese. Tra le priorità indicate c'è in particolare la necessità di attenuare l'impatto dei rincari energetici sulle micro, piccole e medie imprese, le più esposte alla volatilità dei prezzi. Allo stesso tempo, l'organizzazione sollecita la piena operatività degli strumenti previsti dal decreto per favorire l'aggregazione della domanda energetica, così da permettere anche alle imprese più piccole di accedere a contratti di lungo periodo per l'energia da fonti rinnovabili. Un ulteriore passaggio ritenuto fondamentale riguarda la semplificazione delle procedure per gli investimenti in efficienza energetica e per la diffusione delle fonti rinnovabili distribuite.

Il Presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha sottolineato che "di fronte all'aggravarsi del conflitto in Medio Oriente è prioritario evitare al nostro sistema imprenditoriale un nuovo shock energetico. In particolare alle micro, piccole e medie imprese che sono le più esposte alla volatilità dei prezzi. Servono, dunque, misure rapide per contenere i costi dell'energia, a partire, subito, dall'ulteriore riduzione degli oneri generali di sistema".

UNA RAPPRESENTANZA INDISPENSABILE PER LE IMPRESE

La bellezza dei corpi intermedi

Sarebbe bello se nell'ambito delle lezioni di educazione civica, per rendere consapevoli gli studenti delle risorse del nostro Paese, si parlasse anche dei corpi intermedi. Potessimo farlo

noi, e ci piacerebbe molto, intitoleremmo la conversazione "La bellezza dei corpi intermedi".

I corpi intermedi sono organizzazioni o gruppi che si collocano tra il singolo cittadino e lo Stato. Servono a rappresentare interessi, bisogni e valori di determinate categorie di persone all'interno della società, ma mirano sempre, dovrebbero sempre mirare, all'interesse collettivo. Nel caso di Confcommercio allo sviluppo del Paese, del territorio, della comunità. Sviluppo socio-economico.

In altre parole, i corpi intermedi non sono né individui singoli né istituzioni pubbliche, ma realtà collettive che fanno da "ponte" tra società civile e potere politico. Confcommercio cesenate è tra questi.

La rappresentanza esercitata dai corpi intermedi promossi dalle organizzazioni datoriali e dei lavoratori ha storicamente contribuito al dialogo fra l'interesse generale del Paese e le istituzioni. Ha reso anche possibile l'ascolto delle tante istanze attraverso una visione d'insieme e la capacità di coniugare l'interesse particolare con le ragioni di uno sviluppo economico diffuso e di largo respiro. Anni



fa gli enti bilaterali del terziario, distribuzione e servizi di Forlì e Cesena hanno promosso una ricerca quali-quantitativa, realizzata dalla Fondazione per la Sussidiarietà, volta ad analizzare "Il

valore della partecipazione agli organi di rappresentanza degli enti bilaterali di Cesena e Forlì". Cosa spinge imprese e lavoratori ad essere rappresentati? Come cambia la domanda di rappresentanza? Ci sono valori immateriali che spingono ad associarsi? Noi crediamo fermamente di sì.

Le prossime sfide, imposte da una società che si evolve e che deve poter mettere al centro il valore della persona, richiedono certamente un impegno più consapevole e una forte propensione al cambiamento innovativo anche ai corpi intermedi, che possono ricomprendere e rivalorizzare il loro ruolo centrale nella progettualità e nella spinta dal basso verso la creazione di un futuro migliore per le imprese, per i lavoratori e per le loro famiglie. Confcommercio si interroga, si mette in discussione, cerca ogni giorno di essere un corpo intermedio più performante a servizio delle imprese, della comunità e del territorio. Confcommercio offre servizi, consulenza, accompagnamento e una casa per le imprese e le persone. Perché insieme, in una casa ben attrezzata, siamo più forti.

Nella foto Augusto Patrignani, Giorgio Piastra e Alberto Pesci