

CONFCOMMERCIO CESENATE

Insero di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

LA CULTURA RENDE L'UOMO PIÙ LIBERO



Il presidente Confcommercio Augusto Patrignani apre i lavori del Festival Malatestiano della Libertà 2026

IL COMMENTO

Grande Festival Malatestiano della Libertà! Record assoluto di partecipazione

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Confcommercio Cesenate è da oltre ottant'anni accanto alle imprese e, nel tempo, ha costruito e continua a consolidare sul campo una reputazione solida come organizzazione capace di accompagnare la vasta costellazione di aziende associate nelle sfide della modernità. Un punto di riferimento credibile, radicato nel territorio, che ha saputo evolversi senza perdere la propria identità, mettendo sempre al centro il valore dell'impresa e del lavoro.

Non aveva bisogno di promuovere la propria immagine, ma attraverso il Festival Malatestiano della Libertà – che Confcommercio sostiene operativamente e progettualmente insieme a Nazione Futura di Francesco Giubilei, a Valori e Libertà e a Labora, compagne di viaggio di questa felice esperienza – ha scelto di investire con passione ed entusiasmo nella promozione culturale, nella circolazione delle belle idee e del confronto dialettico costruito non gridando ma sulla forza delle argomentazioni. Una scelta che testimonia la volontà di andare oltre la rappresentanza tradizionale, contribuendo attivamente al dibattito pubblico e alla crescita culturale del territorio.

Con lo spirito di chi getta il cuore oltre l'ostacolo, Confcommercio prosegue in quest'opera, forte anche della crescente partecipazione di pubblico: una presenza ampia, attenta e qualificata con un record di presenze che ha animato la tre giorni di convegni e approfondimenti ospitati al Palazzo del Ridotto e alla Biblioteca Malatestiana. Una formula ormai

consolidata, capace di coniugare riflessione e concretezza, che pone al centro il tema della libertà declinato nei diversi ambiti della vita reale, quelli con cui ogni giorno cittadini, lavoratori e imprenditori si confrontano.

Quest'anno, in modo innovativo, è stato introdotto anche un ulteriore panel dedicato al tema "intelligenza artificiale e libertà". Esperti e filosofi, nella giornata conclusiva di domenica, in un Palazzo del Ridotto gremito (170 persone: un risultato significativo e incoraggiante), hanno aiutato il pubblico a riflettere su come l'intelligenza artificiale possa servire – oppure limitare – la libertà delle persone, sia nella vita quotidiana sia nel lavoro. Un confronto stimolante che ha evidenziato come ci si trovi di fronte a uno strumento potente, ma al tempo stesso a un'arma a doppio taglio: se mal governata, potrebbe essere l'intelligenza artificiale a guidare l'uomo, e non il contrario.

Proprio per questo Confcommercio, attraverso i propri strumenti formativi, il centro dedicato ai

percorsi di aggiornamento e tutto il suo staff associativo, è impegnata ad affermare nelle imprese una cultura del lavoro in cui l'intelligenza artificiale sia un alleato al servizio dell'uomo. Un supporto da interrogare, dosare e governare con consapevolezza, capace di aumentare l'efficienza e aprire nuove opportunità, ma sempre sotto il controllo e la responsabilità umana. La formazione, in questo senso, diventa decisiva per accompagnare le imprese in un cambiamento che è già in atto e che richiede competenze nuove e una visione chiara.

Si tratta di un nuovo ambito di impegno, una sfida della modernità che Confcommercio Cesenate, da sempre al fianco delle imprese, non intende eludere ma affrontare con determinazione, spirito di servizio e capacità di innovazione. Perché, oggi come ieri, resta fermo un principio che guida ogni azione: l'uomo viene sempre prima della tecnica e della tecnologia, che devono restare strumenti al suo servizio e mai sostituirsi alla sua libertà e responsabilità.

GRANDE PARTECIPAZIONE ALLA RASSEGNA DI NAZIONE FUTURA, VALORI E LIBERTÀ, LABORA E CONFCOMMERCIO

Festival della libertà, record di presenze



Centinaia e centinaia di partecipanti al quarto atto del Festival Malatestiano della Libertà, promosso da Nazione Futura, Valori e Libertà, Labora, con il contributo di Confcommercio. Record di presenze nei quattro anni. Un grande successo alla Biblioteca Malatestiana e al palazzo del Ridotto, non solo di pubblico, ma di apprezzamento anche nei confronti dei nuovi panel che hanno declinato la libertà per quel che attiene l'intelligenza artificiale e la violenza sulle donne. La doppia location ha consentito di poter ospitare un pubblico maggiore vista la capienza dello storico edificio comunale, che può contare su 150 posti.

“Fior di relatori, panel su tematiche che hanno declinato la libertà nei molteplici aspetti del reale dentro la modernità e anche sull'intelligenza artificiale: l'offerta – affermano i promotori attraverso i portavoce Francesco Giubilei (Nazio-

ne Futura) e Augusto Patrignani (Confcommercio) – è stata vastissima e molto apprezzata da un folto manipolo di partecipanti, non pochi dei quali hanno scelto di seguire il festival in tutti e tre i giorni del suo svolgimento al Palazzo del Ridotto, riempito nella sua capienza di 150 posti anche di domenica, e alla Biblioteca Malatestiana. Un dato che conferma non solo l'interesse suscitato dagli argomenti proposti, ma anche la qualità del dibattito e la capacità dell'iniziativa di coinvolgere un pubblico attento e partecipe”.

Sono stati dibattiti polifonici, in cui i relatori hanno interpretato il confronto come reciproco arricchimento, offrendo punti di vista differenti ma complementari e fornendo sollecitazioni e spunti per ulteriori approfondimenti. Il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani è stato protagonista del panel su libertà ed econo-

mia in cui ha dialogato con l'economista Andrea Rinaldi, moderati dal giornalista di QN Simone Arminio. Il presidente di Confcommercio ha messo in luce che per un'impresa essere libera non significa affrancata dalle regole ma poter agire, creare lavoro e ricchezza senza impedimenti e ostacoli creati dal burocrato dell'apparato amministrativo, anche in termini di fisco rapace. Molto apprezzata è stata anche la lectio magistralis del professor Ettore Gotti Tedeschi, che ha presentato la sua tesi secondo cui la libertà d'impresa non è mai esistita realmente negli ultimi secoli. “L'attenzione del pubblico - proseguono Giubilei e Patrignani - si è tradotta in una partecipazione viva, fatta di domande, interventi e momenti di dialogo diretto con gli ospiti. Ne è prova il fatto che molti presenti hanno acquistato i libri dei relatori sui temi affrontati e che diversi partecipanti hanno chiesto

indicazioni su come proseguire in maniera autonoma il percorso di approfondimento”.

“Grande protagonista è stata Cesena, città che dimostra ancora una volta di amare la cultura e il confronto, rispondendo con entusiasmo a proposte di qualità. Una comunità che non si limita ad assistere, ma che partecipa, riflette e si interroga sulle principali questioni del nostro tempo: dalle sfide politiche e sociali a quelle economiche e ambientali, fino alle trasformazioni legate all'innovazione tecnologica”. Positivi riscontri anche per i concorsi letterari e le premiazioni, che hanno valorizzato l'editoria e la creatività degli autori di tutte le età.

Al centro di tutto resta il valore della libertà, declinato come fondamento della persona e della comunità, oggi più che mai messo alla prova da dinamiche complesse e da cambiamenti

profondi che attraversano la società contemporanea. Il festival ha saputo offrire chiavi di lettura utili per comprendere queste trasformazioni e per affrontarle con maggiore consapevolezza.

“Il percorso prosegue. Il Festival Malatestiano - concludono i promotori - è ormai radicato in città con un'eco nazionale e già siamo al lavoro per una quinta edizione, dopo che la quarta si è rivelata la più seguita e apprezzata in assoluto. Un risultato che testimonia una crescita continua, sia in termini di partecipazione sia di qualità dei contenuti, e che lascia intravedere prospettive ancora più ambiziose per il futuro”.

Nelle foto l'inaugurazione del Festival con Francesco Giubilei di Nazione Futura, nelle altre foto il folto pubblico convenuto al Festival.



I relatori all'incontro "Libertà e Occidente": Marco Rizzo, Pasquale Ferraro, Giovanni Sallusti, Emanuele Chesi e Michele Silenzi.



I relatori all'incontro "Libertà ed Educazione": Francesco Zanotti, Suor Anna Monia, Paolo Gambi, Elena Ugolini, Domenico Tallarico e Francesco Mondardini.



L'incontro "Libertà ed Economia" con Augusto Patrignani, Simone Arminio, Antonio Maria Rinaldi e Michele Navacchia.



Il folto pubblico nell'Aula Magna della Biblioteca Malatestiana.



La Lectio Magistralis dell'economista Ettore Gotti Tedeschi.



L'incontro "Libertà e Politica" con Federica Mosconi, Augusto Patrignani, Daniele Capezzone, Alice Buonguerrieri, Francesco Giubilei, Jacopo Morrone e Rosaria Tassinari.



L'incontro "Libertà e Intelligenza Artificiale" con Letizia Magnani, Savino Balzano, Giuseppe Girenti, Simone Regazzoni e Egle Bellettini.



I relatori dell'incontro "No alla violenza contro le donne": Letizia Ravaioli, Lucrezia Roviello, Suor Mirella Ricci, Signora Assunta e Maria Lucia Macagnino.

ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE ASSOCIATA A CONFCOMMERCIO

Qbio & Qcorner ha aperto al Foro



È stato inaugurato sabato 11 aprile al Foro Annonario il nuovo punto "Qbio & Qcorner", realtà imprenditoriale nel settore della ristorazione guidata da Luca Montanari, che amplia così la propria presenza sul territorio romagnolo con un progetto innovativo dedicato alla ristorazione e alla produzione artigianale.

All'evento hanno partecipato numerose autorità e rappresentanti istituzionali e del mondo associativo, tra cui esponenti di Confcommercio cesenate, di cui l'imprenditore è associato. Il presidente di Confcommercio cesenate, Augusto Patrignani, ha elogiato il progetto definendolo "lungimirante e ambizioso", e sottolineando come Qbio & Qcorner rappresenteranno un valore aggiunto e distintivo per il Foro Annonario nel suo progetto di rilancio.

Al taglio del nastro erano presenti, tra gli altri, l'assessore allo Sviluppo economico Lorenzo Plumari, l'amministratore delegato di Cia Conad Luca Panzavolta e Alverio Andreoli,

presidente di Fiva Confcommercio regionale, il direttore di Confcommercio Cesenate Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci.

I nuovi spazi precedentemente occupati da Agrintesa, ospitano adesso dunque "Qbio & Qcorner", già attive in via Dei Mulini "Qcorner", ha spiegato il titolare Montanari, è un laboratorio dedicato alla produzione di cornetti e lievitati, pensato per offrire un'ampia scelta per la colazione e il brunch. "Qbio", invece, propone pizze gourmet realizzate con impasti a base di farine biologiche e lievito madre.

Il locale è aperto tutti i giorni dalle 7.30 alle 23.30, garantendo un servizio continuativo nell'arco della giornata: dalle proposte del mattino come pancake e avocado toast, fino alla pizza in teglia alla romana servita anche al taglio. L'aperitivo rappresenta un momento di transizione verso la sera, quando lo spazio si trasforma in una pizzeria da circa 90 posti a sedere, con un'offerta che include anche

opzioni vegane e senza glutine. La ristrutturazione dei locali è stata curata da Cia Conad, che ha la gestione degli spazi e delle strutture del Foro, mentre il progetto imprenditoriale è di Luca Montanari, già titolare di sei punti vendita e di una realtà che impiega circa sessanta persone in Romagna.

Il team di lavoro include anche Elisa Sangiorgi, Fabio Fontana, Abdhull Safdari, Alessandro Manucci e Cristina Severi. Tutti i prodotti sono realizzati con farine biologiche provenienti da "Qfarm", azienda agricola riconducibile allo stesso Montanari.

Con questa nuova apertura al Foro Annonario, Qbio & Qcorner si propone come un format integrato capace di unire produzione artigianale, qualità delle materie prime e un'offerta gastronomica disponibile per l'intera giornata.

Nella foto il titolare Luca Montanari con collaboratori, Luca Panzavolta (Cia Conad), l'assessore Lorenzo Plumari e i vertici di Confcommercio cesenate

LUCI E OMBRE NEL RAPPORTO DELLA FIPE CONFCOMMERCIO

La ristorazione cresce, ma resta sotto il pre-Covid

Il Rapporto Ristorazione 2026 di Fipe Confcommercio, presentato nei giorni scorsi e realizzato in collegamento con i territori, evidenzia come il settore della ristorazione continui a rappresentare un pilastro dell'economia nazionale e territoriale, pur trovandosi in una fase di trasformazione. Nel 2025 si contano oltre 324.000 imprese attive, in lieve calo rispetto all'anno precedente, ma capaci di generare una domanda vicina ai 100 miliardi di euro, in crescita del 3,7%.

"La crescita si registra in pari dimensione anche nel territorio cesenate - affermano i presidenti Fipe territoriali Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi (nelle foto) -". Si tratta di uno sviluppo moderato che conferma la solidità del comparto, anche se non consente ancora di recuperare pienamente i livelli pre-pandemia in termini reali. Accanto ai segnali positivi emergono criticità strutturali rilevanti, come la riduzione dell'occupazione dipendente, la crescente difficoltà nel reperire personale qualificato e una produttività ancora debole, legata a un modello fortemente basato sul lavoro umano. Il settore mostra inoltre una fragilità diffusa, testimoniata da un turnover elevato, segno di modelli di business spesso poco sostenibili. I prezzi continuano a crescere (+3,2%), riflettendo gli effetti dell'inflazione, mentre gli investimenti risultano più cauti e selettivi".

Il rapporto sottolinea però soprattutto la dimensione umana dell'imprenditoria nella ristorazione: la maggior parte degli operatori sceglie questo lavoro per passione, tradizione fami-

liare o desiderio di autonomia, più che per necessità economica.

"Questo forte coinvolgimento personale - proseguono Malossi e Lucchi - si traduce in carichi di lavoro molto elevati, spesso superiori alle 40 ore settimanali e in circa la metà dei casi oltre le 60 ore, delineando un modello di "imprenditore-lavoratore" fortemente impegnato nell'operatività quotidiana. La ristorazione resta profondamente legata alla dimensione familiare: oltre un terzo delle imprese nasce da una tradizione tramandata e circa il 70% degli imprenditori è affiancato quotidianamente da familiari. Il passaggio generazionale non è più scontato come in passato, poiché molti imprenditori, pur legati alla propria attività, sono consapevoli delle difficoltà del mestiere e preferirebbero per i figli percorsi diversi".

Nel complesso, il quadro che emerge dal Rapporto Fipe descrive un settore in equilibrio tra continuità e cambiamento, ancora fortemente radicato nei valori tradizionali ma chiamato ad affrontare sfide decisive come la sostenibilità economica, l'innovazione e il ricambio generazionale.

"Le crescenti difficoltà delle imprese nel reperimento del personale - concludono Malossi e Lucchi - trovano riflesso nella flessione dell'occupazione dipendente, confermando l'esigenza di politiche attive che favoriscano l'incrocio tra domanda ed offerta di lavoro, la continua riqualificazione professionale e una migliore strategia sugli orientamenti scolastici per i giovani".


'SALPA E GUSTA' DI LONG ZHENG

Ristorante cinese di pesce a pranzo e a cena



Dopo aver lavorato come dipendente in diversi ristoranti cinesi, Long Zheng, cinese di nascita ma residente in Italia da 25 anni, ha aperto da oltre un mese "Salpa e Gusta", un ristorante specializzato in piatti a base di pesce situato in via Giordano Bruno, all'interno del grande complesso che ospita anche la sede di Confcommercio.

"Mi affianca la mia compagna - afferma il titolare - e il nostro locale è aperto sia a pranzo che a cena, tranne il lunedì e il martedì sera. Cerchiamo di offrire il miglior servizio possibile, con pesce di qualità, in una zona della città che ci piace molto perché è molto frequentata: c'è un parcheggio molto ampio e transitano nume-

rose persone dirette agli uffici, agli ambulatori, ai negozi e al supermercato. Ho quindi individuato questa zona come ideale per aprire il ristorante, a cui abbiamo dato un nome legato al nostro piatto più tipico, il pesce".

Dopo tanti anni in Italia, Long Zheng parla bene la lingua e sottolinea quanto sia importante il rapporto con i clienti: "Mi piace stabilire relazioni piacevoli, che sono alla base del mio mestiere. Un ristoratore deve offrire cucina di qualità, ma anche una bella ospitalità. In questo primo mese di attività ho iniziato a costruire una clientela che, grazie al passaparola e alle buone referenze, potrà crescere: questo è il nostro obiettivo".

Il titolare evidenzia anche il supporto ricevuto: "Devo davvero ringraziare Confcommercio - sottolinea - per come mi è stata vicina nella fase preparatoria, con ottimi servizi e anche con una grande attenzione umana. Essendo associato, posso avvalermi delle sue utilissime consulenze, che mi fanno sentire parte di una grande famiglia. Per di più, si trova proprio vicino al mio ristorante".

Un progetto imprenditoriale giovane ma già ben avviato, che punta su qualità, accoglienza e legame con il territorio.

Nella foto il titolare con i membri di giunta Confcommercio Angelo Malossi e Alverio Andreoli.

CONSIGLI DI QUARTIERE CONFCOMMERCIO

Priorità: più sicurezza e negozi di vicinato



Un decalogo di priorità per migliorare la qualità della vita nei quartieri

e sostenere il commercio locale. È il documento elaborato dal presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (nella foto) insieme ai presidenti dei dodici Consigli di quartiere dell'associazione, attivi sul territorio dal 2006.

I commercianti che fanno parte dei nostri Consigli di quartiere - evidenzia Patrignani - sono vere sentinelle del territorio, impegnate quotidianamente a servizio delle persone, delle attività economiche e della vivibilità urbana. Il loro osservatorio privilegiato consente di individuare

bisogni concreti e proporre interventi mirati".

Tra le priorità trasversali indicate nel decalogo figura il sostegno alle attività commerciali di prossimità, anche attraverso una mobilità più efficiente e accessibile per tutti i mezzi di locomozione. A questo si affianca la necessità di realizzare e potenziare le aree di sosta, dal centro alla periferia, per facilitare l'accesso ai servizi e alle imprese locali.

Grande attenzione è riservata al tema della sicurezza, intesa come tutela dei luoghi e delle persone. In questa direzione si collocano il rafforzamento del controllo di vicinato, la collaborazione con le forze dell'ordine e le azioni di contrasto al degrado urbano. Un ulteriore ambito di intervento riguarda la sicurezza stradale e la riduzione dell'incidentalità, da perseguire con interventi efficaci lungo

le principali arterie di traffico, salvaguardando al contempo le esigenze dei cittadini.

Nel decalogo trovano spazio anche lo sviluppo e la valorizzazione delle aree verdi, la promozione di iniziative culturali e di spettacolo e il sostegno ad attività di volontariato promosse direttamente dai quartieri. Tra queste, assume particolare rilievo l'accompagnamento degli anziani a fare la spesa: un servizio che non si limita alla consegna a domicilio, ma che favorisce la partecipazione attiva e il valore sociale dell'esperienza di acquisto.

Il documento rappresenta una sintesi delle principali esigenze emerse nei quartieri e un contributo concreto al miglioramento della vita della comunità, con al centro persone, imprese e relazioni.

PORTE APERTE ALLE IMPRESE

Open Day, felice debutto per Confcommercio

Per la prima volta nel territorio un'associazione di categoria ha adottato la formula dell'Open Day, tipica del mondo della scuola, e la porta nel sistema dei servizi alle imprese.

"Abbiamo aperto e fatto toccare con mano i nostri spazi, lo staff, i consulenti e i servizi - spiegano il presidente Augusto Patrignani, il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci (nelle foto) -". Per rendere concreta la rappresentanza e le consulenze offerte dall'associazione, mostrando dal vivo come nascono e si sviluppano i servizi a supporto delle piccole e medie imprese del territorio".

La giornata si è inserita in nella "Campagna associativa 2026" e ha proposto un percorso pratico e interattivo: una dimostrazione di costruzione del bud-

get per l'avvio d'impresa, indicazioni su come organizzare un corretto assessment digitale e informatico e un focus su come strutturare modelli di prevenzione aziendale in materia di sicurezza sul lavoro. Non è mancata la presentazione delle convenzioni Confcommercio, pensate per ridurre i costi operativi delle aziende.

L'idea, mutuata dal mondo scolastico, è la vera novità: trasformare un ente di rappresentanza in uno spazio aperto, accessibile e trasparente, dove l'imprenditore può orientarsi, fare domande e conoscere direttamente chi lo affiancherà nel percorso di crescita. Un cambio di paradigma che punta a rafforzare il rapporto umano, oltre quello professionale. Ai partecipanti sono stati consegnati materiali informativi e un gadget dedicato all'edizione 2026.



IL FORUM CONFCOMMERCIO AMBROSETTI A ROMA

Allarme, la crescita è bloccata dalla fiscalità eccessiva

Il Forum 2026 organizzato da Confcommercio nazionale in collaborazione con Ambrosetti dal titolo "I protagonisti del mercato e gli scenari per gli anni 2000", a Roma a Villa Miani, si colloca in una fase particolarmente delicata per l'economia internazionale e italiana, caratterizzata da profondi cambiamenti economici e geopolitici. Vi hanno partecipato il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, il direttore Giorgio Piastra e il vicedirettore Alberto Pesci. I lavori sono stati aperti dal presidente nazionale Carlo Sangalli e tra i giornalisti presenti anche Bruno Vespa.

In questo contesto, le due giornate di lavoro sono dedicate non solo all'analisi degli scenari, ma soprattutto all'individuazione delle leve necessarie per sostenere la crescita, rafforzare la competitività e valorizzare il ruolo delle imprese.

L'apertura della due giorni romana ha messo subito in evidenza le conseguenze di quanto sta accadendo sullo scacchiere geopolitico mondiale. "Il rallentamento della crescita dell'Italia - e' emerso - non è imputabile agli shock internazionali, ma a fattori strutturali interni presenti da decenni. Dopo il boom economico, la crescita è progressivamente crollata: dal +4,7% del periodo 1966-1980 all'1,8% tra il 1981 e il 2007, fino allo zero dell'ultimo ventennio, mentre la pressione fiscale è salita dal 25,3% al 42,2%, comprimendo investimenti e sviluppo". È pur vero, però, che sul piano congiunturale, "l'economia italiana mostrava segnali positivi prima del conflitto - inflazione contenuta all'1,5%, consumi e PIL in crescita e occupazione ai massimi - ma le tensioni energetiche legate alla guerra rischiano di ridurre il reddito disponibile e i consumi - evidenzia la Confederazione -. Nel biennio 2026-2027, la perdita stimata arriva fino a 963 euro per famiglia nello scenario più negativo, con effetti su crescita e occupazione. E le stime di crescita, sempre nello scenario peggiorativo, sono di appena +0,3% per il 2026 e +0,4% per il 2027".

Il quadro complessivo resta, dunque, improntato a una sostanziale incertezza e con una forte preoccupazione: "senza interventi strutturali su fisco, lavoro, competenze e qualità della contrattazione, il rischio è quello di un nuovo decennio di stagnazione, con effetti permanenti su crescita, occupazione e coesione

sociale. Prospettiva che l'Italia non può certo permettersi" è l'analisi di Confcommercio. Il nodo centrale, secondo la Confederazione, "è rappresentato dalla "fiscocrazia": eccesso di tasse e burocrazia che riduce l'orizzonte di crescita, penalizza l'innovazione e limita la propensione al rischio imprenditoriale. A questo si sommano tre fattori strutturali: meno capitale per occupato, contrazione dell'offerta di lavoro e riduzione delle competenze".

Il Paese deve poi fare i conti anche con l'andamento demografico: l'Italia ha perso circa 9 milioni di giovani under 30 rispetto agli anni '80, con effetti diretti sulla capacità produttiva. "La leva principale per contrastare il declino è l'aumento della partecipazione femminile al lavoro - rileva Confcommercio: un allineamento ai livelli europei consentirebbe, infatti, circa 290mila occupate in più all'anno per il prossimo decennio".

Accanto alla quantità, pesa sempre di più la qualità del lavoro: le competenze crescono meno della domanda delle imprese e l'obsolescenza professionale riduce la produttività e la capacità di adattamento del sistema economico. In questo contesto, il terziario di mercato si conferma il vero motore dell'economia italiana: "tra il 1995 e il 2025 il settore ha creato quasi 4 milioni di posti di lavoro, a fronte di un calo nell'industria e nella pubblica amministrazione", sono i dati emersi durante il Forum. Il modello competitivo del Paese si fonda sempre più sull'integrazione tra beni e servizi, il cosiddetto "Sense of Italy", che rappresenta la principale domanda internazionale verso l'Italia.

Tuttavia, questo sistema è indebolito da distorsioni interne come il dumping contrattuale: "nel terziario circa 154mila lavoratori sono coinvolti in contratti meno tutelanti, con perdite fino a 8mila euro annui, assenza di welfare e effetti negativi sulla concorrenza e sulla produttività - sottolinea la Confederazione-. Il fenomeno genera anche un impatto sulla finanza pubblica, con un minor gettito contributivo e tributario di circa 560 milioni nel 2025".

Nelle foto il presidente Augusto Patrignani al microfono e con il presidente nazionale Carlo Sangalli e con Bruno Vespa, in una foto anche con il direttore Giorgio Piastra e il vice direttore Alberto Pesci.



IL PRESIDENTE SANGALLI AL FORUM AMBROSETTI

"Nuova guerra, adesso commercio e turismo sono più vulnerabili"



Il contrasto ai cosiddetti "contratti pirata", la definizione di criteri più stringenti per la rappresentanza delle organizzazioni d'impresa e la tutela della qualità del lavoro sono tra le principali proposte avanzate da Confcommercio. Temi che il presidente nazionale Carlo Sangalli (nella foto) ha rilanciato nel suo intervento alla venticinquesima edizione del Forum Confcommercio, dove ha anche richiamato con forza l'impatto delle tensioni internazionali sull'eco-

nomia italiana.

"Il messaggio è molto chiaro: all'inizio del 2026 avevamo condizioni favorevoli, poi è arrivata la guerra in Iran", ha dichiarato Sangalli, sottolineando come lo scenario geopolitico pesi in modo diretto sui settori più esposti: commercio, turismo, trasporti e servizi. "Sono i comparti più vulnerabili all'aumento dei costi, alla riduzione dei flussi di domanda e al rallentamento dei consumi. Le tensioni internazionali alimentano incertezza, frenano la domanda e colpiscono soprattutto le imprese più legate al territorio e ai consumi delle famiglie. E quando si fermano i consumi, si ferma il cuore stesso della nostra economia". Nel suo intervento, il presidente confederale ha però invitato a guardare anche ai nodi interni del Paese. "Il vero nodo dell'Italia è interno e viene da lontano: non siamo fragili per colpa delle crisi ma perché non abbiamo risolto i nostri problemi struttu-

rali", ha affermato Sangalli, richiamando la necessità di interventi strutturali e non emergenziali.

A supporto dell'analisi, Confcommercio ha richiamato i risultati della ricerca dell'Ufficio Studi presentata in vista del Forum, che evidenziano le difficoltà legate al rallentamento della domanda interna e all'aumento della pressione sui costi per le imprese dei servizi.

Ampio spazio è stato dedicato al tema del lavoro e alla lotta ai "contratti pirata", definiti da Sangalli "un danno anche per il Paese". "È inaccettabile tollerare che in un Paese civile ci sia spazio per contratti che pagano di meno i lavoratori, alterano la concorrenza e creano disparità tra imprese e tra lavoratori", ha sottolineato.

Confcommercio ha quindi indicato alcune proposte operative: la storicità delle organizzazioni rappresentative, la presenza di sistemi di welfare contrattuale, il numero

di rapporti di lavoro regolati dai contratti e l'appartenenza a organizzazioni internazionali come criteri per rafforzare la rappresentanza e contrastare il dumping contrattuale.

Sangalli ha inoltre evidenziato come il tema del lavoro povero richieda un approccio condiviso tra istituzioni e parti sociali. Pur accogliendo i segnali di attenzione del Governo, ha ribadito che "la battaglia contro il dumping non è una battaglia di parte, ma una battaglia sociale che richiede il contributo di tutti", avvertendo contro interventi unilaterali.

"Intensifichiamo il confronto con sindacati e organizzazioni d'impresa per rinnovare i modelli contrattuali", ha aggiunto. "La crescita non si costruisce abbassando le tutele, ma alzando la qualità del lavoro. Occorre con urgenza un confronto con il Governo su un tema così delicato".

FNAARC ACCANTO AGLI ASSOCIATI

Agenti rappresentanti, consulenza a 360 gradi

Cresce l'attività di Fnaarc Confcommercio cesenate, che consolida il proprio ruolo di riferimento per gli agenti e rappresentanti di commercio attraverso un servizio di consulenza sempre più strutturato e completo, capace di accompagnare la categoria in ogni aspetto professionale, contrattuale e fiscale.

"La categoria è in crescita ed ha un ruolo importante anche nell'economia territoriale - sottolinea il presidente provinciale e cesenate Augusto Patrignani -. I nostri iscritti sono ben oltre il centinaio e stiamo lavorando con decisione sul ricambio generazionale, con l'obiettivo di favorirne l'ingresso e garantire continuità al settore".

Patrignani evidenzia come Fnaarc rappresenti da decenni un punto di riferimento stabile per gli agenti di commercio, affiancandoli in un percorso di crescita e qualificazione continua. In questo contesto, gli

accordi economici collettivi assumono un ruolo centrale nel ridefinire il perimetro della professione, aggiornandolo al contesto economico e giuridico attuale e contribuendo a rafforzare tutele, competitività e riduzione delle conflittualità nei rapporti contrattuali.

Un elemento distintivo dell'attività cesenate è la presenza costante in sede di un consulente specializzato, l'avvocato Augusto Baldassarri, disponibile ogni venerdì per offrire supporto tecnico e assistenza sugli aspetti contrattuali e normativi che interessano la categoria.

"La nostra tutela della categoria - aggiunge Patrignani - tocca tutti gli aspetti e fra le varie azioni in corso abbiamo chiesto al governo di adeguare nella prossima legge di bilancio il tetto di deducibilità dell'auto, perché gli agenti restano penalizzati nell'acquisto di un bene indispensabile e strumentale al proprio lavoro".

Fnaarc cesenate conferma infine il proprio impegno nel rafforzare servizi di consulenza, rappresentanza e formazione, con l'obiettivo di sostenere gli agenti di commercio nelle sfide di un mercato in continua evoluzione.



Si è concluso con un evento partecipato e ricco di spunti il percorso di Impresa GenZ, il progetto dedicato alla promozione dell'imprenditorialità giovanile nella Valle del Savio. All'incontro finale ha preso parte anche Manuel Titi, dottore commercialista di Rigenera Impresa, intervenuto in rappresentanza di Confcommercio Cesenate, sponsor dell'iniziativa, insieme a Stefano Ravaioli, collaboratore per il tema bancario.

L'iniziativa ha coinvolto giovani aspiranti imprenditori del territorio, accompagnandoli in un percorso di crescita fatto di for-

mazione, affiancamento e sviluppo di idee d'impresa, favorendo il confronto diretto con professionisti e realtà consolidate del tessuto economico locale.

Nel corso dell'incontro, i rappresentanti di Confcommercio Cesenate hanno affrontato in particolare i temi del sostegno al passaggio generazionale in azienda e dell'accesso alla finanza agevolata e ai finanziamenti bancari, aspetti centrali per garantire continuità e sviluppo alle nuove iniziative imprenditoriali.

Nel corso dell'evento conclusivo è stato inoltre assegnato un premio speciale promosso da Confcommercio Cesenate, rivolto a uno dei progetti vincitori,



consistente in un pacchetto di servizi gratuiti a supporto dell'avvio d'impresa: piano di sviluppo aziendale, quota associativa gratuita per un anno, creazione di un logo professionale, visibilità sui quotidiani locali e un corso formativo dedicato all'intelligenza artificiale.

Un intervento concreto che testimonia l'impegno dell'associazione nel sostenere le nuove generazioni e incentivare la nascita di nuove attività sul territorio.

«È stata un'esperienza coinvolgente. – dichiara Manuel Titi – Abbiamo avuto la possibilità di

presentare NEXT GEN, il nuovo servizio di Rigenera Impresa e Confcommercio Cesenate per le attività che stanno affrontando il ricambio generazionale ed offre servizi, consulenza e strumenti pratici per accompagnare gli imprenditori in questa fase delicata.»

La partecipazione di Confcommercio Cesenate e di Rigenera Impresa conferma il valore della sinergia tra associazioni di categoria, professionisti e giovani talenti, con l'obiettivo di rafforzare il tessuto imprenditoriale locale e promuovere nuove opportunità di sviluppo.

Nelle foto due momenti dell'evento

CONFCOMMERCIO COINVOLTA

Visit San Mauro promuove l'immagine della città

“Visit San Mauro”, il nuovo portale turistico al centro della promozione del territorio È il presidente di Confcommercio di San Mauro Pascoli, Raffaele Bernabini (nella foto), a sottolineare fin da subito il valore strategico del nuovo portale turistico “Visit San Mauro”, presentato al Palazzo del Turismo Arcobaleno di San Mauro Mare. Secondo Bernabini, si tratta di uno strumento fondamentale per rafforzare la visibilità del territorio e sostenere concretamente le attività economiche locali, grazie anche al collegamento con il sistema di promozione di Visit Romagna.

Il progetto, promosso dall'Assessorato al Turismo, punta a valorizzare in modo integrato le diverse anime della destinazione: la dimensione balneare di San Mauro Mare e quella culturale e letteraria legata a Giovanni Pascoli. Una doppia identità che trova espressione nel nuovo ecosistema digitale, pensato per offrire un'esperienza completa e coinvolgente a turisti e visitatori. Il portale si articola in due sezioni

principali, VisitSanMauroMare e VisitSanMauroPascoli, con contenuti mirati e una veste grafica moderna e intuitiva. L'obiettivo è quello di raccontare il territorio in maniera efficace, mettendo in evidenza le sue eccellenze e facilitando l'accesso alle informazioni su eventi, servizi e opportunità.

Determinante è stato il contributo dell'agenzia HappyMinds, che ha curato la progettazione del sistema di branding e lo sviluppo della piattaforma. Il lavoro si è basato su un'attenta analisi del territorio e

su un percorso partecipativo che ha coinvolto operatori e realtà locali.

L'iniziativa si inserisce in una più ampia strategia di promozione turistica, fondata sulla collaborazione tra istituzioni e imprese. In questo contesto, il portale rappresenta non solo una vetrina digitale, ma anche uno strumento operativo per rafforzare l'attrattività della destinazione e favorire nuove opportunità di crescita per il tessuto economico locale.



CONFCOMMERCIO MONITORA LA SITUAZIONE

Luci e ombre a Roncofreddo

Da un lato una buona notizia che riaccende fiducia nel centro storico, dall'altro un problema che continua a preoccupare gli operatori locali. È questa la fotografia tracciata da Alessandro Bernabini (nella foto), presidente di Confcommercio, che evidenzia un quadro fatto di contrasti per il paese collinare.

Tra gli aspetti positivi spicca la riapertura del forno, un servizio considerato fondamentale per la comunità e per la vitalità del centro. In un'area di appena cento metri – la lunghezza del centro storico – Roncofreddo si distingue come uno dei pochi comuni collinari e montani in grado di mantenere ancora tutte le principali tipologie di attività e servizi. Un elemento che, secondo Confcommercio, rappresenta un valore da preservare e rafforzare. Tuttavia, permane una criticità rilevante legata al mercato ambulante settimanale che si svolge la domenica mattina in via Cesare Battisti, nel cuore del paese. Negli ultimi

anni il mercato ha progressivamente perso attrattività, soprattutto tra gli operatori ambulanti, molti dei quali scelgono di non partecipare più.

Oggi la presenza si è ridotta drasticamente: a fronte di 12-15 concessioni disponibili, si registrano spesso soltanto 3 o 4 banchi effettivamente attivi. Una situazione ben diversa dal passato, quando il mercato era un appuntamento vivace e molto frequentato, capace di attrarre visitatori anche dai comuni vicini.

La contrazione dell'offerta ha inevitabili ricadute anche sull'afflusso di pubblico, con una minore presenza di cittadini e turisti la domenica mattina. Per Confcommercio si tratta di un segnale da non sottovalutare, che richiede un confronto con l'amministrazione comunale per individuare soluzioni in grado di rilanciare il mercato e restituire il ruolo centrale che aveva un tempo nella vita del paese.



VALLE DEL SAVIO

Imprenditoria giovanile, Confcommercio cesenate sostiene i progetti del territorio montano

SAN MAURO PASCOLI

Bar Nuovo, mezzo secolo tra storia e innovazione

Da quasi cinquant'anni rappresenta un punto di riferimento per la comunità locale: il Bar Nuovo continua a unire tradizione e modernità. L'attività, aperta nel 1975, è sempre stata portata avanti dalla famiglia Domeniconi, che nel tempo ha saputo rinnovarla senza perdere la propria identità.

Recentemente il locale è stato premiato dal Comune di San Mauro Pascoli, alla presenza del sindaco Moris Guidi, della vicesindaca Stefania Presti e dei rappresentanti di Confcommercio a cui il Bar Nuovo è associato. Un riconoscimento importante che sottolinea il ruolo del bar nella vita cittadina e la qualità del lavoro svolto negli anni.

Secondo l'amministrazione comunale, il Bar Nuovo si è distinto per professionalità e capacità di adattarsi ai cambiamenti, diventando un luogo frequentato da persone di tutte le età, dai giovani agli anziani. Oggi il locale si presenta con un volto rinnovato. Come spiega Alessandro Domeniconi, insieme alla moglie Michela e alla figlia Patrizia, l'obiettivo è guardare al futuro puntando sulla qualità e sull'esperienza offerta ai clienti. Il bar dispone di un ampio spazio di oltre 300 metri quadrati e introdu-



ce novità come una macchina per la torrefazione del caffè, che permette di seguire tutto il processo, dal chicco alla tazzina, con una miscela esclusiva.

Non manca anche un'attenzione particolare alla cucina, pensata per valorizzare colazioni e aperitivi con proposte originali. Tra gli elementi più suggestivi del nuovo allestimento spicca una grande immagine storica tratta da un giornale dell'epoca, che ricorda l'apertura del 1975.

Oltre a essere un luogo di ritrovo, il Bar Nuovo viene considerato anche uno spazio educativo per i più giovani, un ambiente in cui trascorrere il tempo dopo la scuola e socializzare. Un esempio di come un'attività storica possa evolversi restando centrale nella vita della comunità. L'amministrazione comunale, il Bar Nuovo si è distinto per professionalità e capacità di adattarsi ai cambiamenti, diven-

tando un luogo frequentato da persone di tutte le età, dai giovani agli anziani.

Oggi il locale si presenta con un volto rinnovato. Come spiega Alessandro Domeniconi, insieme alla moglie Michela e alla figlia Patrizia, l'obiettivo è guardare al futuro puntando sulla qualità e sull'esperienza offerta ai clienti. Il bar dispone di un

ampio spazio di oltre 300 metri quadrati e introduce novità come una macchina per la torrefazione del caffè, che permette di seguire tutto il processo, dal chicco alla tazzina, con una miscela Non manca anche un'attenzione particolare alla cucina, pensata per valorizzare colazioni e aperitivi con proposte originali. Tra gli elementi più suggestivi del nuovo allestimento spicca una grande immagine storica tratta da un giornale dell'epoca, che ricorda l'apertura del 1975.

Oltre a essere un luogo di ritrovo, il Bar Nuovo viene considerato anche uno spazio educativo per i più giovani, un ambiente in cui trascorrere il tempo dopo la scuola e socializzare. Un esempio di come un'attività storica possa evolversi restando centrale nella vita della comunità.

Nella foto la premiazione dei titolari del bar nuovo

CONFCOMMERCIO DI LONGIANO

Ragioniamo insieme sul nuovo chiosco

Longiano, il nuovo chiosco divide il centro storico: Confcommercio propone una riallocazione dei servizi Il progetto del nuovo chiosco nel giardinetto di fronte alla piazza centrale e al palazzo comunale, destinato a bar e piccola ristorazione, accende il confronto nel borgo. Un intervento che si inserisce in un contesto già ricco di attività simili: nel centro storico sono infatti presenti due bar e un chiosco comunale sulla piazza principale, affidato in gestione ma chiuso nei mesi invernali.

Una situazione che, secondo Confcommercio, merita una riflessione più ampia sull'equilibrio dell'offerta commerciale. A intervenire è Giovanni Anselmi (nella foto), presidente di Confcommercio Longiano, che pur non esprimendo contrarietà al nuovo progetto sottolinea la necessità di una pianificazione più attenta.

“Non siamo contrari a nuove attività di somministrazione – afferma Anselmi – ma dobbiamo prendere atto che il centro storico

di Longiano è già servito da un numero significativo di bar. Il rischio è quello di una sovrapposizione che non porta benefici reali né agli operatori né alla comunità”.

Il tema, per Confcommercio, non



è quindi la presenza del nuovo chiosco in sé, quanto la sua collocazione e funzione all'interno di un sistema commerciale già consolidato. “È fondamentale – prosegue Anselmi – evitare che si creino disequilibri tra attività simili, che finirebbero per dividersi una domanda già limitata, soprattutto nei mesi invernali”.

Da qui la proposta dell'associazio-

ne: ripensare la destinazione dei due spazi. “Riteniamo – spiega ancora il presidente – che possa essere valutata una soluzione alternativa, trasferendo il chiosco bar attualmente presente nella piazza centrale nel nuovo chiosco, più defilato ma comunque strategico per la fruizione del parco e delle aree verdi”.

Secondo Confcommercio, la piazza principale potrebbe così essere liberata per una funzione diversa e più orientata ai servizi pubblici e turistici. “Nel chiosco oggi esistente – aggiunge Anselmi – si potrebbe realizzare un punto informativo turistico e di accoglienza, utile per valorizzare il borgo e migliorare l'offerta verso visitatori e cittadini”.

“Non si tratta di opporsi allo sviluppo – conclude Anselmi – ma di governarlo con equilibrio. Longiano ha una rete commerciale fragile ma preziosa: ogni scelta va fatta tenendo insieme sostenibilità economica e qualità dei servizi”.

CONCESSIONI BALNEARI

Ipotesi di gare in autunno per la stagione 2027

Sulle spiagge italiane si respira un clima rovente, ma non è solo il caldo incipiente a far salire la temperatura. A tenere banco è soprattutto l'incertezza che da anni coinvolge il settore balneare, sospeso tra rinvii normativi e pressioni legate alla direttiva Bolkestein dell'Unione Europea, che impone la messa a gara delle concessioni sul demanio marittimo. Il caso di Cesenatico è emblematico: qui la questione riguarda 127 stabilimenti balneari, ai quali si aggiungono ristoranti, chioschi, bar e altre attività, per un totale che supera le 200 imprese. Si tratta in gran parte di realtà a conduzione familiare, radicate sul territorio e fondamentali per l'economia locale. Ora però il tempo delle attese sembra finito: i concessionari dovranno partecipare ai bandi pubblici per poter continuare a operare. Dopo anni di proroghe, incertezze e tensioni politiche, lungo la riviera romagnola prende forma l'ipotesi di avviare le gare già in autunno, subito dopo la stagione estiva. L'obiettivo è arrivare alle assegnazioni in tempo utile



per garantire l'avvio regolare della stagione 2027, con nuovi concessionari oppure con gli stessi operatori attuali. "Questi ultimi - afferma il presidente Sib Confcommercio regionale Simone Battistoni - chiedono però che venga riconosciuto il valore delle loro aziende: se è vero che il demanio è un bene pubblico, è altrettanto vero che molte strutture sono state realizzate e sviluppate grazie agli investimenti privati dei gestori. Sul piano politico, le aspettative della categoria restano in parte deluse. Il governo ha promesso tutela per i concessionari, ma negli ultimi anni il confronto si è progressivamente affievolito. Il ministro aveva annunciato una riforma del Codice della Navigazione entro dicembre 2025, ma l'intervento non si è concretiz-

zato. All'inizio del 2026 è emersa una nuova proposta: la definizione di un "bando tipo" che possa offrire linee guida chiare sia ai Comuni, chiamati a predisporre le gare, sia agli operatori interessati a parteciparvi. Un passaggio ritenuto fondamentale, soprattutto dalle Regioni - con l'Emilia-Romagna in prima linea - che puntano a evitare una gestione disomogenea da territorio a territorio.

A marzo, un decreto pubblicato in Gazzetta Ufficiale ha avviato formalmente l'iter per la presentazione di questo modello standard, stabilendo un termine di 30 giorni per la sua trasmissione alla Conferenza Unificata da parte del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti. Il termine è ormai scaduto, e l'attesa per il documento è agli sgoccioli: potrebbe arrivare da un momento all'altro.

Nella foto il presidente Sib regionale Battistoni con quello cesenate Roberto Zanucchi.

COMUNICAZIONE E MARKETING

Avviato il piano per rafforzare l'immagine di Cesenatico

Confcommercio Cesenatico guarda con interesse al nuovo piano di comunicazione e marketing turistico della città, considerandolo un passaggio strategico per rafforzare il posizionamento della Riviera sui



mercati italiani ed esteri. Per il presidente Giancarlo Andriani e il responsabile Roberto Fantini si tratta di "un ottimo programma di comunicazione, pensato per promuovere e commercializzare in maniera sempre più efficace la nostra destinazione". Nei prossimi giorni il progetto entrerà nel vivo, seguendo le linee guida del piano marketing elaborato dal consulente Josep Ejarque e strutturato secondo gli indirizzi della Dmo.

Tra le principali novità emerge una maggiore attenzione ai mercati esteri di prossimità, ritenuti fondamentali per intercettare nuovi flussi turistici e destagionalizzare le presenze. Un ruolo chiave sarà svolto dalla collaborazione con l'agenzia Pomilio Blumm, realtà specializzata nella comunicazione integrata e riconosciuta a livello internazionale per la sua crescita e capacità progettuale. L'obiettivo è costruire campagne moderne e incisive, in grado di raccontare Cesenatico con un linguaggio contemporaneo e attrattivo. Il piano si sviluppa su più direttrici,

a partire dall'analisi dei dati turistici. L'ufficio turismo, in sinergia con operatori del settore, sta portando avanti uno studio approfondito su prenotazioni,

provenienza dei visitatori, finestre di booking e andamento dei prezzi. Informazioni preziose che consentiranno di orientare al meglio le future azioni promozionali.

Parallelamente è stata attivata una nuova rete tematica che arricchisce il sistema delle reti di prodotto di Visit Cesenatico. I contenuti elaborati, insieme alle proposte di alberghi, ristoranti e attività locali, saranno al centro delle campagne di promozione, con l'obiettivo di offrire un racconto più autentico e completo della destinazione. Per Confcommercio Cesenatico, questo approccio rappresenta un modello virtuoso: integra comunicazione, analisi e offerta territoriale, mettendo al centro le imprese e valorizzando l'identità locale. "È la strada giusta - concludono Andriani e Fantini - per rendere la Riviera sempre più competitiva e capace di attrarre nuovi visitatori, rafforzando al tempo stesso il tessuto economico del territorio".



Cesenatico compie un passo avanti concreto nel percorso di sviluppo degli hub urbani, con la presentazione alla Regione di tre candidature che interessano aree strategiche della città: l'hub del centro storico di levante, quello del centro sto-

rico di ponente e l'hub di prossimità di viale Carducci. Un risultato frutto di un intenso lavoro di squadra che ha coinvolto l'amministrazione comunale, le associazioni di categoria e gli operatori del territorio. Il presidente di Confcommercio Cesenatico, Giancarlo Andriani, esprime soddisfazione per il traguardo raggiunto, sottolineando come si tratti di "un passaggio importante

NUOVE LINEE VERSO CESENATICO, GATTEO E CESENA

Più collegamenti dall'aeroporto Marconi alla riviera romagnola



Confcommercio Cesenatico accoglie con favore il potenziamento dei collegamenti tra l'Aeroporto Marconi di Bologna e la Riviera romagnola, un intervento ritenuto strategico per sostenere il turismo e migliorare l'accessibilità del territorio. Il presidente Giancarlo Andriani e il responsabile Roberto Fantini (nella foto) sottolineano come si tratti di un passo concreto nella direzione di una mobilità più efficiente e integrata. Dal 14 aprile, infatti, la Riviera è più facilmente raggiungibile grazie al rafforzamento del servizio giornaliero di bus da e per lo scalo bolognese. Accanto alla linea già operativa Bologna-Cesena-Rimini, si aggiunge una seconda tratta - già testata con risultati positivi - che collegherà l'aeroporto a Ravenna (stazione), Milano Marittima (piazzale Mantova) e Cervia, con fermata su richiesta.

Il servizio, gestito da Shuttle Italy Airport, sarà inoltre integrato da un sistema di navette personalizzate door to door, organizzate dai vettori di VIP Srl, dal Consorzio Coerbus e dai taxi locali. Un modello che consente ai viaggiatori di raggiungere direttamente hotel e destinazioni finali senza ulteriori spostamenti, garantendo comodità e continuità nel viaggio.

Secondo Andriani e Fantini, si tratta di un'iniziativa capace di agevolare in modo significativo i

flussi turistici, offrendo un servizio prenotabile online e pensato per rispondere alle esigenze di chi sceglie la Romagna come meta. Il progetto rappresenta anche un esempio virtuoso di collaborazione tra pubblico e privato.

Determinante, infatti, il contributo della Regione Emilia-Romagna, di Apt Servizi, di Visit Romagna e delle amministrazioni locali, che hanno reso possibile l'attivazione di un sistema efficiente, accessibile ed ecosostenibile. Non a caso, il potenziamento dei collegamenti contribuirà anche a ridurre il traffico privato lungo l'asse autostradale tra Bologna e la costa, con una stima di circa 25mila transiti in meno ogni anno.

I mezzi impiegati, a basso impatto ambientale, garantiscono comfort e servizi moderni come Wi-Fi gratuito e climatizzazione, mentre gli orari sono calibrati sui principali voli nazionali e internazionali, facilitando così le coincidenze.

Un ulteriore punto di forza è rappresentato dall'integrazione con taxi e navette locali: dalle fermate principali, i passeggeri potranno proseguire il viaggio fino alla destinazione finale, rendendo il trasferimento ancora più semplice e diretto.

Per l'estate 2025 saranno quindi attive due linee principali: una verso Ravenna, Milano Marittima e Cervia, e l'altra lungo l'asse Cesena-Rimini. In entrambi i casi, il servizio combinato tra autobus e trasporto locale garantirà spostamenti pratici ed efficienti.

Confcommercio Cesenatico evidenzia come questo potenziamento rappresenti un segnale importante per tutto il comparto turistico, confermando la forte attrattività della Riviera e la volontà di investire in servizi sempre più moderni e sostenibili.

TANTI TURISTI IN RIVIERA

Eventi sportivi, successo a Pasqua

Il turismo pasquale in Riviera romagnola registra segnali decisamente positivi, confermando Cesenatico tra le mete più apprezzate per le prime vacanze di primavera. A tracciare un bilancio è il responsabile di Confcommercio Cesenatico, Roberto Fantini, che sottolinea come i buoni risultati siano frutto di una combinazione di fattori favorevoli. "Innanzitutto il meteo - evidenzia Fantini - ha finalmente giocato a nostro favore. Era da anni che non si registrava un fine settimana pasquale così positivo sotto il profilo climatico". Un elemento tutt'altro che secondario, soprattutto dopo un inverno lungo e particolarmente umido, che aveva inevitabilmente frenato le presenze nei mesi precedenti. Accanto alle condizioni atmosferiche, un ruolo determinante è stato giocato dai grandi eventi sportivi, che hanno portato in città centinaia di giovani atleti e le loro famiglie, molti dei quali provenienti anche dall'estero. I tornei di volley e basket organizzati all'Eurocamp, le manifestazioni di danza e ginnastica all'Accademia, le tradizionali Vele di Pasqua della Congrega Velisti e i tornei di calcio targati Adria Sport hanno animato il ter-

ritorio, generando un indotto significativo per strutture ricettive, ristorazione e commercio. Un altro elemento che ha inciso sull'andamento delle presenze riguarda il contesto internazionale. "La situazione globale resta complessa - prosegue Fantini - tra conflitti in corso, incertezze geopolitiche e costi di viaggio in aumento, legati anche al caro carburanti". Tutti fattori che hanno spinto molti turisti a rivedere i propri piani, privilegiando destinazioni più vicine, sicure e facilmente raggiungibili. In questo scenario, la Riviera romagnola si conferma una scelta affidabile e rassicurante. "Cesenatico rappresenta da sempre un porto sicuro - conclude Fantini - capace di accogliere i visitatori e offrire qualità, ospitalità e un'esperienza completa". Una meta che continua a conquistare turisti italiani e stranieri, anche grazie alla capacità di adattarsi ai cambiamenti e rispondere con prontezza alle nuove esigenze del mercato. Il bilancio della Pasqua, dunque, lascia spazio all'ottimismo in vista della stagione estiva, con la Riviera pronta a consolidare il proprio ruolo di punto di riferimento per il turismo nazionale ed europeo.

STAND DEI RISTORATORI DI ARTE CONFCOMMERCIO

'Azzurro come il pesce' padrone del centro



Torna a Cesenatico da giovedì 23 al 26 aprile nel centro storico e sul Porto Canale Leonardesco. La sagra celebra il pesce azzurro

dell'Adriatico con stand gastronomici, mercatini e piatti della tradizione romagnola, con la canocchia protagonista dell'edizione 2026. L'evento è gratuito. Sarà presente come sempre anche lo stand di Arte, l'associazione dei ristoratori aderenti a Confcommercio Cesenatico, che fornirà il suo grande contributo alla riuscita di un evento identitario per Cesenatico che apre le porte verso l'estate imminente, prodromo di una stagione turistica che tutti si augurano molto positiva e che l'anticipa, allungando la stagione.

CONFCOMMERCIO DI CESENATICO

Hub urbani, la Regione deve dare gli strumenti tecnici

che dà concretezza a un progetto su cui crediamo molto". Gli hub urbani, infatti, rappresentano uno strumento innovativo per rilanciare il commercio di prossimità, migliorare la qualità degli spazi urbani e rendere più attrattive le aree centrali e turistiche. "Allo stesso tempo - evidenzia Andriani - ora ci aspettiamo che questo lavoro si traduca in strumenti tecnici e finanziari adeguati da parte della Regione". Il riferimento è alla necessità di accompagnare le progettualità con risorse

concrete e linee operative chiare, in grado di sostenere sia le amministrazioni comunali sia le imprese coinvolte. L'obiettivo è quello di attivare nuove opportunità di investimento e riqualificazione, capaci di generare effetti positivi diffusi: dal miglioramento del decoro urbano alla valorizzazione delle attività commerciali, fino al rafforzamento dell'identità delle diverse zone della città.

Nella foto la presentazione dell'hub urbano di Cesenatico Levante.

PATRIGNANI SUL MESSAGGIO DEL MINISTRO VALDITARA AL FORUM CONFCOMMERCIO

Scuola e lavoro, l'integrazione deve crescere



Il presidente di Confcommercio Cesenate, Augusto Patrignani, esprime apprezzamento per il messaggio lanciato dal ministro dell'Istruzione e del Merito Giuseppe Valditara (nelle foto) in occasione del Forum Confcommercio, sottolineando come i temi affrontati siano in piena sintonia con le esigenze del mondo imprenditoriale rappresentato da Confcommercio.

equilibrio – indicando una direzione chiara per una politica capace di rispondere alle sfide attuali. Un'impostazione che, secondo Patrignani, Confcommercio condivide pienamente, da sempre impegnata nel rappresentare le istanze delle imprese e nel favorire il dialogo tra istituzioni e sistema economico. Particolare interesse ha suscitato, anche in casa Confcommercio, il riferimento al percorso formativo 4+2, che nei prossimi tre anni coinvolgerà oltre 20mila studenti. Un modello che punta a integrare scuola e impresa, offrendo ai giovani compe-

tenze concrete e maggiori opportunità occupazionali. «È esattamente la direzione che Confcommercio auspica – sottolinea Patrignani – perché mette in connessione il mondo della formazione con quello del lavoro, rispondendo alle reali necessità delle imprese».

Il presidente di Confcommercio Cesenate evidenzia inoltre come il tema della carenza di personale qualificato sia oggi centrale per molte aziende del terziario. «Non manca il lavoro, mancano le competenze adeguate – ribadisce – ed è proprio su questo che Confcommercio insi-

ste da tempo, promuovendo percorsi formativi più vicini alle esigenze del mercato». Significativo anche il passaggio del ministro sull'importanza di rafforzare il rapporto tra scuola e impresa, invitando gli imprenditori a entrare nelle scuole per raccontare opportunità e prospettive. Un invito che Confcommercio accoglie con convinzione, ritenendo fondamentale trasmettere ai giovani una visione concreta del mondo del lavoro. Infine, Patrignani condivide la necessità di una vera rivoluzione culturale nel sistema formativo, dove tutte

le esperienze abbiano pari dignità. Un principio che Confcommercio sostiene da tempo, insieme all'attenzione per il benessere del personale scolastico e alla riduzione dei divari, anche di genere.

Per Confcommercio, conclude Patrignani, il confronto avviato in occasione del Forum rappresenta un passaggio importante: «Serve continuare su questa strada, rafforzando il dialogo tra istituzioni, scuola e imprese, per costruire insieme un futuro più solido per i giovani e per il sistema economico del Paese».

AVIS E CONFCOMMERCIO COLLABORANO

Promuoviamo la cultura della donazione



Prosegue e si rafforza la collaborazione tra Avis e Confcommercio cesenate (nella foto), con un'iniziativa che traduce in azione concreta i valori della solidarietà e della responsabilità sociale sul territorio. Dopo il primo incontro di sensibilizzazione, nella mattina di giovedì 16 aprile gli operatori di Avis, guidati dal presidente Gualtiero Giunchi, sono tornati nella sede di Confcommercio per incontrare i collaboratori che hanno scelto di avviare il percorso di donazione del sangue. Nel corso della mattinata sono stati effettuati i primi check e le analisi preliminari, passaggio fondamentale per diventare donatori, grazie anche al supporto degli operatori della Croce Rossa che hanno messo a disposizione un'ambulanza attrezzata. L'iniziativa ha registrato un'ottima partecipazione, confermando la forte sensibilità del personale di Confcommercio verso i temi della cittadinanza attiva. A sottolineare il valore dell'iniziativa è il direttore Giorgio Piastra: «Confcommercio non è solo rappresentanza delle imprese,

ma anche presidio civico sul territorio. Sostenere Avis significa contribuire direttamente al benessere della nostra comunità». Piastra evidenzia inoltre come il coinvolgimento dei collaboratori sia stato decisivo: «La risposta interna è stata immediata e convinta. Questo dimostra che quando si propongono progetti concreti, le persone rispondono con grande senso di responsabilità».

Il direttore Piastra rimarca anche la prospettiva futura della collaborazione: «Non si tratta di un episodio isolato, ma dell'inizio di un percorso strutturato. Vogliamo continuare a promuovere iniziative che mettano al centro la persona e il valore del dono».

Un ringraziamento va al presidente e ai medici di Avis, agli operatori della Croce Rossa per la professionalità dimostrata e a tutti i collaboratori che hanno aderito numerosi, trasformando una sinergia istituzionale in un gesto concreto a favore della collettività.

CONFCOMMERCIO INTERVIENE SULLA SICUREZZA STRADALE

Più agenti di polizia locale in strada a controllare il traffico

Cittadini cesenati hanno espresso la necessità di rafforzare la presenza della Polizia Locale sul territorio, in particolare nei punti più sensibili della viabilità urbana. L'attenzione si concentra soprattutto sulle aree adiacenti agli istituti scolastici, nei momenti di ingresso e uscita degli studenti, e lungo le direttrici a maggiore intensità di traffico, dove si registrano con maggiore frequenza rallentamenti, criticità e situazioni di potenziale pericolo.

Il Presidente di Confcommercio Cesena, Augusto Patrignani, sottolinea come l'operato del Comando della Polizia Locale sia da sempre improntato a professionalità e dedizione, garantendo un presidio importante per la comunità. Allo stesso tempo, evidenzia che, compatibilmente con le risorse disponibili, un incremento della presenza su strada rappresenterebbe un valore aggiunto significativo, in linea con quanto avveniva in passato, quando il presidio diretto contribuiva in modo ancora più evidente alla rego-

lazione del traffico e alla prevenzione dei rischi.

«Una presenza più capillare degli agenti, laddove fosse possibile con l'organico a disposizione – afferma Patrignani – contribuisce non solo a migliorare la gestione della circolazione, ma anche ad accrescere la percezione di sicurezza da parte di cittadini, famiglie e operatori economici. Questo è particolarmente importante nelle aree scolastiche e nei quartieri caratterizzati da elevati flussi veicolari, dove la convivenza tra auto, pedoni e ciclisti richiede attenzione costante».

Un tema, quello della sicurezza stradale, che assume un valore strategico anche alla luce della conformazione di alcune arterie urbane, non sempre dotate di infrastrutture adeguate come piste ciclabili o percorsi protetti. In questo contesto, la funzione di presidio e prevenzione svolta dalla Polizia Locale diventa ancora più determinante per ridurre il rischio di incidentalità e garantire una mobilità più ordinata e sicura.

«La sicurezza della circolazione – prosegue Patrignani – è un elemento fondamentale per la qualità della vita della comunità e per la competitività del tessuto economico locale. Un contesto urbano sicuro, ordinato e ben presidiato favorisce infatti lo sviluppo delle imprese, sostiene l'attrattività del territorio e contribuisce alla creazione di benessere diffuso».

Alla luce di queste considerazioni, l'invito di Confcommercio cesenate rivolto alle istituzioni è quello di valutare con attenzione possibili interventi organizzativi che consentano di rafforzare la presenza degli agenti sul territorio, rispondendo in modo concreto alle esigenze espresse da cittadini e imprese e contribuendo a rendere Cesena una città sempre più sicura, efficiente e vivibile. Fermo restando che l'adeguamento della pianta organica degli agenti di polizia locale al Comando cesenate è ritenuta da Confcommercio necessaria e auspicabile.

FORMAZIONE FLESSIBILE E DIGITALE

Iscom, nuova piattaforma E-Learning

derna, flessibile e di altissima qualità per chiunque desideri investire sulle proprie competenze. Che tu sia un professionista con l'agenda fitta di impegni o un cittadino in cerca di nuove opportunità occupazionali, il digitale offre vantaggi unici:

- Libertà di gestione: Studia dove vuoi e quando vuoi, ottimizzando i tempi morti della giornata.
- Personalizzazione del ritmo: Ogni utente può approfondire i contenuti secondo le proprie necessità, rivedendo le lezioni o accelerando sui temi già noti.
- Ampio catalogo tematico: Dalle soft skills alle competenze tecniche specialistiche, la nostra offerta copre ogni esigenza del mercato attuale. Inoltre per chi lavora, è lo strumento ideale per l'upskilling senza allontanarsi dall'ufficio. Per chi è alla ricerca

di occupazione, rappresenta un mezzo immediato per riqualificarsi e rendere il proprio CV più competitivo e aggiornato. Altra importante considerazione è collegata al panorama normativo che è in continua evoluzione. Iscom è pronta a supportare le imprese anche nell'adempimento dei nuovi obblighi:

Il recente Decreto Sicurezza pone un accento rigoroso sulla tempestività: la formazione deve avvenire PRIMA della messa in mansione del neoassunto.

Grazie alla nostra piattaforma, le aziende possono:

1. Garantire la conformità immediata: Non è più necessario attendere il raggiungimento del numero minimo per avviare un'aula fisica.
2. Formare subito i nuovi ingressi: Il lavoratore può accedere ai moduli

sulla sicurezza generale e specifica (basso rischio) non appena entra in organico.

3. Certificazione a norma di legge: Iscom garantisce il rilascio di attestati validi e riconosciuti, rispondendo ai massimi standard di qualità formativa e verifica dell'apprendimento. Esiste spesso il pregiudizio che la formazione a distanza sia «meno efficace» di quella in presenza. Iscom Formazione ribalta questo concetto. «La formazione e-learning non ha nulla in meno dell'aula; è semplicemente diversa, più interattiva e perfettamente allineata ai tempi che cambiano.» La nostra piattaforma è progettata per mantenere altissimo il livello di coinvolgimento. La qualità dei contenuti, la chiarezza dei docenti e la rigorosità dei test di valutazione assicurano un apprendimento solido,

con il valore aggiunto di una tecnologia che semplifica la logistica e riduce l'impatto ambientale.

Essere un ente di formazione d'eccellenza significa saper interpretare il cambiamento. Iscom Formazione per le Imprese Scarl continua a investire nell'innovazione tecnologica senza mai rinunciare alla propria identità: professionalità, rigore e attenzione alla crescita umana e professionale delle persone. Vuoi scoprire la nostra offerta formativa? Visita la nostra piattaforma e inizia oggi il tuo percorso verso il successo. Il futuro non aspetta, formati con noi.

www.iscomcesena.it.

Nella foto la coordinatrice Iscom Cristina Borghesi



In un mondo del lavoro in costante e rapida evoluzione, la capacità di aggiornarsi non è più solo un'opzione, ma una necessità. Iscom Formazione per le Imprese Scarl, da sempre punto di riferimento per la crescita professionale, risponde alle sfide del mercato moderno potenziando la propria Piattaforma Digitale di E-Learning.

Più che una semplice alternativa alla classe tradizionale, la nostra piattaforma rappresenta una frontiera mo-

PRESIDENTE FIVA ALVERIO ANDREOLI

“Posteggi su aree pubbliche, serve certezza”



Il presidente regionale e cesenate Fiva Confcommercio Alverio Andreoli (nella foto), membro della Giunta nazionale della federazione, interviene sul tema delle concessioni di posteggio su aree pubbliche, alla luce del percorso di adeguamento alle indicazioni europee, ribadendo la necessità di garantire stabilità, continuità operativa e certezza del

diritto alle imprese del comparto.

Per Andreoli, il nodo delle concessioni rappresenta un elemento strategico per la sopravvivenza e lo sviluppo del commercio ambulante: senza regole chiare e durature, le imprese non sono nelle condizioni di programmare investimenti, innovazione e ricambio generazionale. La frammentazione normativa e le continue ipotesi di revisione rischiano di generare un clima di incertezza incompatibile con la natura stessa dell'attività su area pubblica. Il settore, che coinvolge circa 160 mila imprese a livello nazionale, necessita invece di un impianto regolatorio che sappia coniugare gli obblighi derivanti dal quadro europeo con la tutela di un tessuto economico diffuso, radicato nei territori e parte integrante della vita commerciale delle comunità locali.

Andreoli richiama inoltre l'importanza del confronto istituzionale e del lavoro di sintesi svolto dalla federazione, evidenziando il

ruolo del presidente nazionale Fiva Confcommercio Giacomo Errico, con il quale è in costante coordinamento per rappresentare in modo unitario le istanze della categoria e orientare le scelte verso soluzioni sostenibili.

La richiesta che emerge con forza è quella di un intervento che definisca tempi certi, procedure trasparenti e una durata delle concessioni adeguata a garantire la sostenibilità delle imprese. Solo così sarà possibile evitare effetti distorsivi e assicurare la tenuta occupazionale e produttiva del comparto.

Il presidente Fiva Confcommercio regionale e cesenate ribadisce infine la disponibilità a proseguire il confronto con le istituzioni, con l'obiettivo di arrivare a una disciplina equilibrata che tuteli il lavoro degli operatori e garantisca al tempo stesso i principi di concorrenza e trasparenza richiesti dal contesto europeo.