

CONFCOMMERCIO CESENATE

Inserito di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

ROMAGNA MIA ROMAGNA IN FIORE



I vertici di Confcommercio cesenate e delle categorie turistiche della riviera

IL COMMENTO
I turismi integrati sono il nostro patrimonio

di **AUGUSTO PATRIGNANI**

Romagna mia, Romagna in fiore. In questo abbrivio d'estate e di stagione turistica,

con la Riviera sugli scudi grazie al ponte affollato del 2 giugno, il meteo finora positivo e la Notte Rosa del weekend scorso con il suo traino, i nostri operatori sono al lavoro con dedizione per coccolare i turisti italiani e stranieri con l'offerta competitiva che ci contraddistingue: stabilimenti balneari, albergatori, commercianti, imprenditori del turismo all'aria aperta.

Buona notizia a Cesenatico, come rileva all'interno il nostro presidente Giancarlo An-

drini: il via libera, a Ponente, del progetto di rigenerazione del Gruppo Falkensteiner, una garanzia sul futuro del centro turistico.

Accanto a quello rivierasco, ruotano i turismi integrati: artistico, culturale, ambientale, sportivo, dell'entroterra ed enogastronomico, con la nostra Valle del Savio centro attrattore. Un tavolo con quattro gambe: Cesena, Forlì, Rimini e Ravenna. La Romagna offre tanto e merita tanto, a partire da infrastrutture del-

la mobilità più adeguate e dal potenziamento degli aeroporti romagnoli di Forlì e Rimini.

Ragioniamo sul turismo romagnolo e rafforziamolo come distretto unico al mondo per i tesori che offre: Riviera, arte, borghi, cucina prelibata, rassegne di prim'ordine come il Plautus Festival a Sarsina, grande fiore all'occhiello.

Siamo fieri della nostra Romagna in fiore: rendiamola sempre più attrattiva lavorando insieme e remando nella stessa direzione.

FIRMATO ACCORDO CON IL COMUNE

Ex Nuit, Confcommercio sostiene il percorso per la rigenerazione urbana



Confcommercio Cesenatico è tra i firmatari dell'accordo preliminare che punta ad avviare un percorso partecipativo per la rigenerazione urbana dell'area ex Nuit, uno degli spazi più strategici e discussi della città. L'iniziativa coinvolge il Comune di Cesenatico e le principali organizzazioni di categoria del territorio, unite dall'obiettivo di costruire una visione condivisa per il futuro dell'area attraverso il coinvolgimento diretto dei cittadini e dei portatori di interesse.

Il progetto è stato candidato nell'ambito del Bando regionale per la partecipazione 2026, uno strumento che sostiene processi di democrazia partecipativa finalizzati a favorire il confronto

tra amministrazioni pubbliche, associazioni, imprese e comunità locali nella definizione delle scelte strategiche per il territorio. L'attivazione del percorso sarà subordinata all'ottenimento del finanziamento regionale. L'area interessata è quella dell'ex Nuit, delimitata da viale Carducci, viale Milano, viale Giardini al Mare e viale Venezia, una posizione centrale e di grande valore urbanistico e turistico che da anni attende una soluzione definitiva.

Confcommercio Cesenatico guarda con particolare attenzione a questo progetto. «Da sempre consideriamo l'area ex Nuit una ferita aperta nel cuore turistico della città», affermano il presidente Giancarlo Andriani (nella foto) e il responsabile Roberto Fantini. «Si tratta di un luogo nevralgico che necessita di un intervento di rigenerazione capace di restituirlo alla comunità e di valorizzarne le potenzialità».

Secondo l'associazione, il recupero dell'area dovrebbe privilegiare la sua funzione pubblica,

trasformandola in uno spazio vivo e multifunzionale. «Immaginiamo una grande piazza urbana destinata a ospitare eventi, manifestazioni e momenti di aggregazione – proseguono Andriani e Fantini – accompagnata dal recupero degli spazi necessari alla sosta, elemento fondamentale per garantire una piena fruibilità dell'area da parte di residenti e turisti».

L'obiettivo condiviso è quello di avviare un percorso aperto e partecipato che permetta di raccogliere idee, proposte e contributi da parte della cittadinanza, individuando la soluzione più adeguata per un'area che rappresenta una delle principali opportunità di riqualificazione urbana per il futuro di Cesenatico. Per Confcommercio, la rigenerazione dell'ex Nuit può diventare un tassello decisivo per rafforzare l'attrattività del centro cittadino, migliorare la qualità degli spazi pubblici e sostenere lo sviluppo economico e turistico della località.

Nella foto Giancarlo Andriani e Roberto Fantini

BATTISTONI PRESIDENTE SIB, SINDACATO BALNEARI

“Stabilimenti operanti, prosegue la lotta per tutelarli”

Affluenze positive a giugno, finora negli stabilimenti balneari e una stagione 2026 avviata con segnali positivi, ma resta aperta la vertenza sulle concessioni demaniali. È questo il quadro tracciato da Simone Battistoni (nella foto), presidente regionale Confcommercio, al termine dell'assemblea generale del SIB dell'8 giugno. Dall'incontro è emersa, una ricognizione sulla stagione balneare 2026, sulla vertenza riguardante le modalità di affidamento delle concessioni e sulle azioni sindacali conseguenti».

Sul fronte turistico, il presidente regionale evidenzia come l'avvio della stagione abbia fatto registrare buone affluenze negli stabilimenti balneari», a conferma del gradimento dei servizi della balneazione attrezzata italiana e della solidità di un modello «caratterizzato prevalentemente dalla gestione diretta da parte di aziende perlopiù familiari».

Accanto ai dati positivi, permangono però criticità sul piano normativo. Battistoni punta l'attenzione su alcuni comuni che hanno avviato le procedure di gara per

l'affidamento delle concessioni demaniali nonostante un quadro ancora incompleto e incerto, citando tra gli altri Roma, Ginozza e Sarzana.

«Gravi criticità si registrano in quei comuni che, con una imprudente fuga in avanti, hanno avviato le gare», sottolinea Battistoni, evidenziando la mancanza di strumenti attuativi fondamentali legati al sistema di indennizzi e alle regole uniformi per i bandi.

La questione, aggiunge, continua a rappresentare «una ferita ancora aperta del turismo

italiano», in un contesto in cui la maggior parte dei Comuni ha scelto un approccio prudente, ricorrendo alla proroga delle concessioni vigenti in attesa di un quadro normativo più definito.

Battistoni ribadisce infine la necessità di arrivare rapidamente a regole chiare e condivise, indispensabili per garantire stabilità al settore e tutela alle imprese balneari. Prosegue dunque la lotta per la tutela delle aziende attualmente operanti e la salvaguardia di un modello di balneazione efficiente e di successo.



MIGLIAIA DI TURISTI E VISITATORI

Ponte del 2 giugno da record: la Riviera è partita forte

Se il buongiorno si vede dal mattino, la stagione turistica 2026 è iniziata nel migliore dei modi. Il lungo ponte del 2 giugno ha portato migliaia di visitatori sulla Riviera cesenate, con alberghi, campeggi, villaggi turistici, stabilimenti balneari e attività commerciali che hanno registrato presenze molto elevate.

A favorire il successo del primo vero weekend estivo sono stati il meteo particolarmente favorevole, con temperature superiori ai 30 gradi, l'ampia offerta turistica e la presenza di importanti eventi capaci di richiamare visitatori da tutta Italia. Cese-

natico ha fatto registrare i numeri più significativi, ma risultati positivi sono arrivati anche da Gatteo Mare, San Mauro Mare e Savignano Mare. Confcommercio accoglie con soddisfazione i risultati di questo avvio di stagione. «Le presenze registrate durante il ponte rappresentano un segnale molto incoraggiante per tutto il comparto turistico e commerciale. Le prenotazioni erano partite con largo anticipo e confermano la capacità della Riviera di attrarre visitatori grazie alla qualità dell'offerta e dei servizi», sottolinea il responsabile di Confcommercio Cesenatico Roberto

Fantini. Secondo Fantini, un ruolo decisivo è stato svolto anche dai grandi eventi. «Il meteo favorevole ha sicuramente contribuito al buon andamento del ponte, ma a trainare in modo particolare le presenze è stato il Giro d'Italia Women, con la partenza della prima tappa e la presentazione ufficiale delle squadre in piazza Costa, eventi che hanno richiamato in città migliaia di appassionati, curiosi e visitatori. La capacità di ospitare manifestazioni sportive di livello nazionale e internazionale rappresenta un valore aggiunto per il territorio,

perché genera movimento, visibilità e importanti ricadute economiche per le imprese».

A confermare il buon andamento sono anche gli operatori del settore: Riccardo Vernocchi segnala il tutto esaurito nelle proprie strutture alberghiere con una significativa presenza di ospiti italiani, tedeschi e svizzeri; Andrea Falzaresi evidenzia l'ottimo lavoro svolto dagli hotel e villaggi del gruppo Club Family Hotel; Luca Scialfa sottolinea il successo delle formule family e all inclusive di Color Holiday; Ilaria Meneghelo rimarca il pienone registrato negli stabilimenti

balneari già prenotati da settimane; mentre Terzo Martinetti parla di sold out nelle strutture del turismo open air, con bungalow, case mobili e piazzole completamente occupati.

Il primo importante test della stagione è stato quindi superato con successo. Per gli imprenditori turistici della Riviera il ponte del 2 giugno rappresenta una conferma della forza attrattiva del territorio e un ottimo viatico verso i mesi centrali dell'estate, che si preannunciano all'insegna della fiducia e dell'ottimismo.

CONFCOMMERCIO DI CESENATICO HA INCONTRATO IL SINDACO GOZZOLI

“Tutelare identità e qualità del centro storico”



La tutela dell'identità commerciale del centro storico e delle aree di maggiore pregio turistico è stata tra i temi principali affrontati

nell'incontro tra Confcommercio Cesenatico-Cesena e il sindaco Matteo Gozzoli. Un confronto definito positivo dall'associazione di categoria, che ha posto l'attenzione sulla necessità di dotarsi di strumenti capaci di salvaguardare il decoro urbano e la qualità dell'offerta commerciale in una città che fa del proprio centro storico e del Porto Canale leonardesco uno dei principali elementi di attrazione.

Tra gli argomenti affrontati vi è stata la possibilità di disciplinare le merceologie ammesse nelle zone di maggiore valore turistico e commerciale, seguendo esempi già adottati da altre amministrazioni della Riviera. Un tema che si inserisce nel più ampio percorso di valorizzazione del cuore cittadino, sul quale anche l'amministrazione comunale sta investen-

do con decisione. «Come Confcommercio – sottolinea il presidente Giancarlo Andriani (nella foto) – abbiamo evidenziato come esista una strada già tracciata sulla quale poter lavorare. L'esempio di Bellaria Igea Marina dimostra che è possibile intervenire per tutelare il decoro, l'identità e la qualità commerciale delle aree più prestigiose della città senza penalizzare la libertà d'impresa. Si tratta di un modello che merita attenzione anche a Cesenatico».

Il riferimento è al regolamento approvato dal Consiglio comunale di Bellaria Igea Marina per la valorizzazione commerciale e la tutela dei centri commerciali naturali. Il provvedimento prevede che nelle aree di maggiore pregio possano insediarsi prevalentemente attività legate al Made in Italy, all'artigianato, ai prodotti tipici del territorio, all'enogastronomia di qualità, alla cultura e alle eccellenze locali.

Al contrario, vengono limitate alcune tipologie considerate poco coerenti con il contesto urbano e turistico, come i bazar generalisti, le sale slot, i compro oro, i money transfer e altre attività che non contribuiscono alla qualificazio-

ne dell'esperienza commerciale. «Non si tratta di escludere qualcuno – precisa Andriani – ma di valorizzare ciò che rende unica una destinazione turistica. Cesenatico ha un patrimonio straordinario rappresentato dal Porto Canale, dal centro storico, dalle sue tradizioni marinare e commerciali. Dobbiamo fare in modo che anche l'offerta commerciale sia coerente con questa identità e contribuisca a rafforzarla».

Secondo Confcommercio, una riflessione in questa direzione potrebbe portare benefici sia agli operatori economici sia all'immagine complessiva della città, favorendo attività di qualità e contribuendo a rendere ancora più attrattivi gli spazi urbani frequentati ogni anno da milioni di visitatori. L'associazione conferma la piena disponibilità a collaborare con l'amministrazione comunale e con tutte le categorie economiche per approfondire il tema e valutare eventuali strumenti normativi che possano accompagnare la crescita e la valorizzazione del centro storico di Cesenatico, mantenendone intatto il fascino e l'identità che da sempre ne rappresentano il principale punto di forza.

PER CONFCOMMERCIO POTEVA ESSERE PUBBLICIZZATA MEGLIO

Notte Rosa positiva, ma si può far meglio

La Notte Rosa in Riviera, andata in scena da venerdì 19 a domenica 21 giugno, si conferma un appuntamento centrale dell'estate romagnola, capace di richiamare pubblico e turisti lungo tutta la costa. Un evento atteso che, secondo Confcommercio,

non ha deluso in termini di partecipazione, pur evidenziando margini di miglioramento sul piano organizzativo e comunicativo. Per il secondo anno consecutivo la manifestazione è stata anticipata rispetto alla tradizionale collocazione di metà luglio, con l'obiettivo di sostenere il mese di giugno, storicamente meno frequentato. Una scelta che, secondo Confcommercio, rappresenta un'intuizione «non negativa», ma che necessita di essere accompagnata da una strategia di comunicazione più incisiva. «L'anticipo della Notte Rosa può essere una leva interessante per allungare la stagione – osserva il presidente di Confcommercio Riviera, Giancarlo Andriani – ma anche quest'anno si è scontata una comunicazione non sufficientemente forte. Molti visitatori, infatti, continuano ad associare l'evento al mese di luglio e non sono stati adeguatamente informati dello spostamento».

Andriani sottolinea come la manifestazione resti comunque un punto di forza dell'offerta turistica romagnola: «Gli eventi musicali hanno



rappresentato ancora una volta un elemento trainante, con una forte capacità attrattiva soprattutto per i giovani, ma non solo. La Notte Rosa continua a essere un appuntamento identitario per la Riviera».

Sulla stessa linea il responsabile Confcommercio Roberto

Fantini, che evidenzia la necessità di lavorare sull'evoluzione del format. «La formula è consolidata e funziona – afferma – ma può essere ulteriormente ottimizzata, soprattutto nella direzione di un maggiore coinvolgimento delle famiglie. Non è un percorso semplice, ma è una prospettiva su cui riflettere».

Fantini richiama anche l'attenzione sulla gestione dei comportamenti durante l'evento: «È indispensabile evitare situazioni di eccesso, in particolare tra i più giovani. La Notte Rosa deve restare un momento di festa, ma anche di rispetto del decoro e dell'immagine della Riviera, che è tradizionalmente ospitale e a misura d'uomo».

Confcommercio ribadisce infine come la Notte Rosa resti un appuntamento strategico per la Riviera, con buoni riscontri in termini di presenze, ma con la necessità di rafforzare comunicazione, organizzazione e equilibrio complessivo del format per le prossime edizioni.

Nella foto lo staff Confcommercio di Cesenatico in rosa.

CONFCOMMERCIO CESENATICO

Intervenire sui problemi del traffico

Tutto ciò che può essere realizzato a Cesenatico per contribuire al miglioramento della viabilità e dei problemi legati al traffico ha ricadute immediate sull'attrattività della città turistica. È questa la posizione di Confcommercio Cesenatico espressa dal presidente Giancarlo Andriani, che richiama l'attenzione sulla necessità di interventi

strutturali capaci di ridurre i punti di congestione soprattutto nei periodi di maggiore afflusso.

Tra le criticità principali viene segnalata la situazione legata ai lavori al Ponte del Gatto, destinati a concludersi entro fine anno, che stanno inevitabilmente generando disagi alla circolazione. In particolare, si registrano rallentamen-

ti e congestionamenti su viale Trento, dove il basso passo e la ridotta capacità di scorrimento della viabilità hanno già causato episodi di mezzi rimasti incastrati, oltre a una generale difficoltà di deflusso del traffico.

Le criticità non riguardano solo l'area urbana. Secondo Andriani, ulteriori rallentamenti si verificano anche lungo l'asse in direzione Rimini - Ravenna, in prossimità dell'autoveloce divenuto ormai noto per i frequenti rallentamenti e code, e in direzione opposta verso

Ravenna-Rimini, a causa delle condizioni della cosiddetta «bretella di Cesena», che continua a rappresentare un punto sensibile della rete viaria.

«Ogni intervento volto a migliorare la fluidità del traffico – sottolinea Andriani – ha un impatto diretto sulla qualità dell'accoglienza turistica. Una città facilmente raggiungibile e scorrevole nella viabilità è una città più competitiva e più attrattiva».

Confcommercio Cesenatico evidenzia quindi la necessità di un piano di inter-

venti coordinato che coinvolga anche Anas, con l'obiettivo di individuare soluzioni capaci di ridurre le criticità strutturali e migliorare la gestione dei flussi, soprattutto nei periodi estivi.

La richiesta è quella di una programmazione più attenta e condivisa, in grado di accompagnare gli interventi infrastrutturali già in corso con misure di mitigazione efficaci, per evitare che i disagi alla circolazione si traducano in un danno per il turismo e per l'economia locale.

L'ASSEMBLEA GENERALE DI CONFCOMMERCIO NAZIONALE A ROMA

Il presidente Sangalli: "Imprese patrimonio unico da far fruttare"



Una giornata memorabile, di crescita nell'identità di appartenere alla più grande organizzazione imprenditoriale italiana. Lo è stata quella dell'Assemblea generale di Confcommercio cesenate, tenutasi il 10 giugno a Roma a cui hanno preso parte il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, il direttore Giorgio Piastra, il vicedirettore Alberto Pesci, il vicepresidente Alverio Andreoli e altri dirigenti, che hanno capitanato una delegazione di imprenditori e dello staff. Una tradizione che ogni anno si arricchisce di nuovi tasselli, ma si pone immancabilmente come il perno dell'annata associativa, tali e tanti sono gli spunti che emergono nell'assemblea generale. Con la relazione del presidente Carlo Sangalli si è aperta l'assemblea annuale di Confcommercio che si è tenuta a Roma all'Auditorium della Conciliazione. Il presidente ha fatto un quadro complessivo dello scenario economico italiano ed internazionale con un pensiero rivolto alla crisi attuali che colpiscono pesantemente le nostre imprese. Sangalli è però partito dall'identità e dalla missione della Confederazione. "Confcommercio è una storia di popolo, diffusa in tutto il Paese e profondamente intre-

ciata con la storia dell'Italia. Le nostre imprese - ha detto Sangalli - danno forma alla vita quotidiana delle persone, animano le città, sostengono i territori e creano comunità e lavoro di qualità". Sangalli ha ricordato che il terziario di mercato rappresenta oggi il principale motore dell'economia italiana, contribuendo per oltre la metà del valore aggiunto nazionale e creando quasi quattro milioni di posti di lavoro negli ultimi trent'anni". "Il Made in Italy si può copiare. Il Sense of Italy, no. Sul prodotto si possono mettere i dazi, sull'italianità no". Il presidente ha sottolineato come commercio, turismo, cultura e servizi costituiscano un patrimonio unico che rende l'Italia riconoscibile e competitiva nel mondo. Guardando al contesto internazionale, Sangalli ha osservato che guerre, tensioni geopolitiche e dazi stanno ridefinendo gli equilibri economici globali, ma ha evidenziato anche alcuni elementi di tenuta dell'economia italiana. Secondo Sangalli, occupazione, consumi e turismo mostrano segnali positivi, mentre proprio il turismo continua a rappresentare una delle principali risorse del Paese, aggiornando costantemente i propri record. Il presidente ha poi richiamato

l'attenzione su alcune criticità strutturali. "Viviamo una grave crisi demografica". Ha evidenziato il calo della natalità, la riduzione del numero di giovani e il ritardo dell'Italia nella partecipazione femminile al mercato del lavoro, sostenendo che senza un maggiore coinvolgimento delle donne e senza nuove opportunità per i giovani sarà difficile sostenere crescita e innovazione. Sul fronte economico, Sangalli ha denunciato l'eccesso di burocrazia e pressione fiscale. "Nel nostro Paese viviamo in una fisco-crazia: troppe tasse e troppa burocrazia frenano imprese, investimenti e crescita". Ha quindi apprezzato il rigore del Governo nella gestione dei conti pubblici e ha chiesto di proseguire sulla strada della semplificazione fiscale, della certezza del diritto e della riduzione del carico tributario, in particolare per il ceto medio. Parlando dell'Europa, il presidente ha ribadito la necessità di un ruolo più forte e unitario dell'Unione. "Il mondo è troppo grande perché l'Europa non giochi un ruolo da protagonista, ma è anche troppo piccolo per nascondersi".

Sangalli ha richiamato il valore della pace, della diplomazia internazionale e della costruzione di una vera Europa politica capace di parlare con una sola voce

sui grandi temi economici e strategici.

Per Sangalli, "solo nella prospettiva europea, è possibile affrontare l'accelerazione delle grandi transizioni. Quella ambientale con il cambiamento climatico. Quella digitale, con l'intelligenza artificiale che sta trasformando in modo profondo il nostro essere cittadini e imprenditori. Nella sua prima enciclica, Papa Leone XIV sostiene che è indispensabile che l'impiego dell'Intelligenza Artificiale sia accompagnato da criteri chiari e controlli effettivi, ispirati alla partecipazione e alla sussidiarietà. Le comunità e i corpi intermedi non possono essere ridotti a destinatari di decisioni prese altrove. L'intelligenza artificiale sta trasformando profondamente il nostro essere cittadini e imprenditori e richiede un grande investimento nelle competenze".

Rivolgendosi al tema del lavoro, Sangalli ha ribadito la centralità della contrattazione e della qualità dell'occupazione. "Il lavoro, la qualità del lavoro, è il fondamento della nostra Repubblica ed è il senso ultimo del nostro essere e fare rappresentanza. Il sistema contrattuale di Confcommercio, complessivamente, interessa circa 5 milioni di lavoratori. Quando parliamo di qualità del lavoro nel terziario

e nel turismo, parliamo di milioni di persone con un consolidato e innovativo sistema di welfare, purtroppo sotto attacco del dumping contrattuale che riduce la qualità dell'occupazione e ne frena la crescita".

Sangalli ha lanciato l'allarme per la chiusura di migliaia di attività commerciali e ha chiesto regole più eque e una strategia nazionale per la rigenerazione urbana. "Da un lato, basti pensare alla desertificazione imprenditoriale, con la drammatica chiusura di oltre 156mila esercizi commerciali negli ultimi 13 anni. Dall'altro lato, emergono fenomeni di sfruttamento intensivo delle città come l'affitto breve indiscriminato che penalizza le imprese dell'accoglienza e l'equilibrio dei tempi e dei luoghi delle comunità. Per reagire, è fondamentale livellare il campo da gioco: regole chiare, stabili, eque.

Concludendo, il presidente ha ribadito la missione di Confcommercio: "Per usare le parole del Presidente Mattarella alla nostra Assemblea, siamo "protagonisti del divenire d'Italia". E, con questa responsabilità, ci prendiamo cura del bene comune".

Nelle foto il presidente Sangalli e i vertici di Confcommercio cesenate.

L'INTERVENTO DELLA PREMIER MELONI ALL'ASSEMBLEA DI CONFCOMMERCIO

"Sostenere le imprese vuol dire difendere noi stessi"



Grazie per il vostro lavoro e la vostra disponibilità: la collaborazione e il contributo di idee e proposte nei tavoli di confronto sono sempre estremamente preziosi, Confcommercio c'è e c'è sempre stata, non vi siete mai tirati indietro e non avete mai anteposto l'interesse di categoria a quello generale, con buonsenso e pragmatismo". Il presidente del Consiglio, Giorgia Meloni (nella foto), ha iniziato così il suo intervento all'Assemblea Generale della Confederazione sottolineando poi che "Confcommercio c'era già prima della Repubblica,

siete una forza di popolo che nasce dal basso e che dal basso costruisce coesione e vitalità. Siete il tessuto che tiene vive le nostre città: la vostra presenza capillare è l'ossatura dell'economia di vicinato oltre che un capitale sociale in-tangibile che le istituzioni hanno il dovere di proteggere e la responsabilità di tramandare. Perché difendere il commercio di vicinato significa difendere la qualità della vita e sostenere le imprese del terziario di mercato significa difendere noi stessi". "Farò mia l'espressione 'Sense of Italy' - ha proseguito la premier

- perché sintetizza perfettamente ciò che gira intorno al nostro 'marchio'. I nostri prodotti portano con loro identità, stile di vita e fascino, un patrimonio immateriale che nessuno può replicare o delocalizzare. E voi siete da sempre tra i più capaci animatori di questa esperienza di Italia: i nostri ristoratori portano sapori e sapori italiani ovunque nel mondo e il turismo è uno degli asset strategici del nostro sviluppo: oggi l'Italia è la seconda nazione europea per presenze turistiche oltre che il Paese europeo in cui il soggiorno medio è più lungo". Per quanto riguarda il "risiko bancario" in atto in questi giorni, Meloni è stata chiara: "vogliamo abbassare i costi, dare nuove garanzie, introdurre strumenti concreti affinché l'accesso al credito soprattutto per le piccole e medie imprese non sia più un percorso a ostacoli". E poi: "sottoscrivo quello che il presidente Sangalli diceva sul futuro del nostro sistema bancario" (il presidente di Confcommercio nel suo intervento aveva detto: "sulle

recenti operazioni di consolidamento bancario: l'assetto che ne verrà dovrà preservare il risparmio delle famiglie e garantire la prossimità territoriale per rafforzare il credito e i servizi finanziari alle imprese").

Sull'emergenza carburanti, "non abbiamo smesso di sostenere l'acquisto del carburante per l'auto-transporto, sia in via ordinaria sia reagendo all'aumento dei prezzi causato dalla crisi dello Stretto di Hormuz. Se noi vogliamo contenere l'effetto inflazionistico della crisi energetica sui cittadini e allo stesso tempo salvare un settore che fa muovere e vivere la nazione, come un'altra crisi, quella del Covid, ci ha ampiamente dimostrato, non bisogna avere paura di fare quello che è giusto fare", ha detto la premier.

Il presidente del Consiglio ha poi elencato e rivendicato le misure prese dal Governo a favore delle imprese ("abbiamo cercato di accompagnarvi e sostenervi senza creare problemi a chi vuole creare ricchezza in questo Paese, cercando di farvi lavorare al meglio

sostenendo il vostro dinamismo e la vostra intraprendenza"), evidenziando il lavoro fatto per rafforzare il potere d'acquisto dei cittadini (ma "vogliamo fare di più per alleggerire il carico fiscale sul ceto medio"), quello per il rinnovo dei contratti ("puntando sulla contrattazione di qualità perché è così che si tutelano davvero i lavoratori, facciamo una politica che si fida dei corpi intermedi") e il contrasto al dumping contrattuale "tramite il salario giusto".

Dopo la sottolineatura dell'emergenza demografica in atto ("dobbiamo offrire maggiori e migliori opportunità ai giovani e alle donne, è un tema di tenuta del nostro welfare e un problema anche culturale") e una sollecitazione a "lavorare insieme contro la desertificazione commerciale" tramite "un nuovo sviluppo urbano che rimetta al centro le persone oltre alle case", Meloni ha concluso parlando di intelligenza artificiale evidenziando il rischio di un forte impatto sul mondo del lavoro, che "va governato a livello globale".

CONFCOMMERCIO CHIEDE PIÙ SOSTEGNO ALLA CONCILIAZIONE FRA TEMPO E LAVORO

Oltre un'impresa su tre guidata da donne



Nel Cosenate le imprese femminili rappresentano una componente fondamentale del tessuto economico locale, soprattutto nei settori del commercio, del turismo e dei servizi, dove la presenza delle donne alla guida delle attività è particolarmente significativa. È quanto sottolinea il presidente di Confcommercio Cesenate Augusto Patrignani (nella foto) commentando i temi emersi alla convention nazionale di Terziario Donna Confcommercio. A livello nazionale, oltre un'impresa del terziario su tre è guidata da donne e l'incidenza delle imprese femminili nel settore raggiunge il 36,2%. Secondo l'Ufficio Studi di Confcommercio, un aumento di appena un punto percentuale della quota di imprese femminili nel terziario, dal 36,2% al 37,2%, determinerebbe una

crescita del Pil pari a circa 2 miliardi di euro. «Anche nel comprensorio cesenate – afferma Patrignani – le imprese femminili sono una realtà consolidata e dinamica. Nei pubblici esercizi, nelle attività commerciali, nelle strutture ricettive, nei servizi alle persone e nelle professioni operano centinaia di imprenditrici che ogni giorno generano occupazione, innovazione e valore per la comunità. Il loro contributo è decisivo per mantenere vivi i centri urbani e per qualificare l'offerta economica e turistica del territorio». Secondo Patrignani, le imprese guidate da donne si distinguono spesso per una forte capacità di innovazione e per l'attenzione alle relazioni con clienti, collaboratori e territorio. «Sono aziende che investono nella qualità dei servizi, nella sostenibilità e nella costruzione di rapporti di fiducia. Caratteristiche che oggi rappresentano un fattore competitivo sempre più importante». Permangono tuttavia alcune criticità. «L'accesso al credito, la conciliazione tra attività im-



prenditoriale e vita familiare e la disponibilità di adeguati servizi di welfare restano temi centrali – evidenzia il presidente di Confcommercio Cesenate –. Per favorire una crescita ulteriore dell'imprenditoria femminile è necessario continuare a rimuovere gli ostacoli che ancora oggi limitano le opportunità per molte donne». Per Confcommercio Cesenate sostenere le imprese femminili significa investire nel futuro del territorio. «Più donne alla guida delle imprese – conclude Patrignani – significano più sviluppo, maggiore innovazione e una crescita economica più equilibrata. Valorizzare il loro talento è una scelta strategica per rafforzare la competitività e l'attrattività del Cesenate».

CONFCOMMERCIO IN SINTONIA CON L'ENCICLICA DI PAPA LEONE XIV

Prima l'uomo, poi l'intelligenza artificiale

Nell'epoca dell'intelligenza artificiale la responsabilità d'impresa, «che includa la qualità e la dignità del lavoro tra gli indicatori di successo» sarà uno dei fattori per «governare in anticipo la trasformazione». È uno dei passaggi più significativi dell'Enciclica «Magnifica Humanitas» di Papa Leone XIV, che così prosegue: «l'iniziativa imprenditoriale può essere una vera vocazione, capace di generare ricchezza e migliorare la vita di tutti, a condizione che riconosca la creazione di lavoro dignitoso e di valore come parte essenziale del proprio servizio alla società e non come variabile dipendente dal solo profitto». L'accesso al lavoro per tutti deve rimanere un obiettivo prioritario delle politiche pubbliche e dei processi economici, ricorda il Papa, richiamando i principi della Dottrina sociale. In questa transizione non basta



reagire quando i posti scompaiono, ma occorre governare in anticipo la trasformazione. Una via praticabile consiste anzitutto nel fissare criteri sociali per l'innovazione: «ogni introduzione di automazione e di AI dovrebbe essere accompagnata da scelte verificabili di tutela dell'occupazione, di riqualificazione e di partecipazione dei lavoratori, perché la tecnologia sia orientata a liberare tempo e capacità umane, non a produrre esclusione».

Il presidente nazionale di Confcommercio Carlo San-

galli e il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani affermano di condividere pienamente il messaggio del Papa che ci ricorda che non può esserci crescita sostenibile senza dignità dell'essere umano, ma soprattutto l'esigenza di uno sviluppo tecnologico che metta sempre al centro la persona, il lavoro e la coesione sociale. L'IA può rappresentare una grande opportunità per produttività, servizi e competitività, soprattutto per le imprese del terziario di mercato. Ma servono regole chiare, responsabilità condivise e attenzione agli effetti sul lavoro, sulle competenze e sulle comunità perché le tecnologie non sono neutrali. Per questo, innovazione, formazione e inclusione devono procedere insieme, evitando nuove disuguaglianze economiche e sociali».

LA FESTA PIÙ AMATA DAI CESENATI

Fiera di San Giovanni, commercianti protagonisti

La Fiera di San Giovanni in corso si conferma uno degli appuntamenti più amati e identitari per la città, capace ogni anno di richiamare migliaia di persone nel centro storico e di valorizzare il tessuto economico e sociale cesenate. A sottolinearne il valore è Augusto Patrignani, presidente di Confcommercio Cesena, che evidenzia il ruolo determinante svolto da commercianti, pubblici esercizi e operatori ambulanti nella riuscita della manifestazione.



esporre articoli, collezioni e novità, contribuendo a trasformare il cuore della città in una grande vetrina a cielo aperto. «La professionalità, la creatività e la capacità di accoglienza dei nostri operatori rappresentano un patrimonio prezioso per Cesena. La Fiera offre loro l'opportunità di mostrare il meglio delle proprie attività e di instaurare un rapporto ancora più diretto con cittadini e visitatori». Patrignani richiama inoltre il forte appeal commerciale dell'evento. «Il richiamo della Fiera è molto forte e coinvolge l'intero centro storico. Tra le attrazioni

più apprezzate vi sarà anche la grande esposizione di automobili in piazza della Libertà, una mostra a cielo aperto che da anni riscuote l'interesse dei frequentatori e costituisce uno dei punti di forza della manifestazione». Grande importanza avranno anche ristoranti, bar, gelaterie e stand gastronomici, chiamati ad arricchire l'offerta con proposte di qualità. «I pubblici esercizi svolgono un ruolo fondamentale nell'accoglienza e nell'animazione della città. Grazie al loro impegno, la Fiera diventa un'esperienza completa, capace di coniugare shopping, convivialità e buona cucina». «Si prospetta una Cesena in festa ancora più attrattiva – conclude Patrignani –. La Fiera di San Giovanni resta la manifestazione cittadina più importante dell'anno, un evento che valorizza il commercio, sostiene l'economia locale e rafforza il senso di appartenenza alla nostra comunità».

DIVENUTA OPERATIVA IN CONFCOMMERCIO

Area Servizi integrati per lo sviluppo delle pmi

di ALBERTO PESCI



Le piccole e medie imprese stanno vivendo una fase di trasformazione profonda, caratterizzata da sfide sempre più complesse e da un

contesto economico, normativo e tecnologico in continua evoluzione. Per accompagnare gli imprenditori in questo percorso, Confcommercio Cesenate ha dato vita all'Area Servizi Integrati per lo Sviluppo della PMI, un nuovo modello di assistenza e consulenza costruito sulle competenze e sulle professionalità che la nostra organizzazione ha sviluppato e consolidato nel corso degli ultimi dieci anni.

Si tratta di un progetto che mette al centro l'impresa e le sue reali esigenze, superando la logica dei servizi separati per offrire una consulenza coordinata e personalizzata. Servizi finanziari, innovazione digitale, formazione, organizzazione aziendale e supporto gestionale vengono oggi integrati in un'unica proposta strategica, capace di accompagnare l'imprenditore nelle scelte che determinano la crescita e la competitività dell'azienda.

L'innovazione non può più essere considerata come un insieme di interventi isolati. Ogni investimento deve essere inserito all'interno di una visione complessiva che tenga conto dei processi organizzativi, delle competenze interne, degli obblighi normativi e delle opportunità offerte dalla tecnologia. Pensiamo, ad esempio, ai temi della cybersecurity e della direttiva NIS2, alla formazione del personale, alla trasparenza retributiva, alla parità di genere e ai percorsi ESG, oggi sempre più ri-

levanti per valutare sostenibilità, affidabilità e responsabilità sociale delle imprese.

Allo stesso modo, parlare di pianificazione economica e controllo di gestione significa affrontare questioni fondamentali come gli adeguati assetti organizzativi e il Codice della crisi d'impresa, strumenti indispensabili per garantire una gestione sana e consapevole dell'attività. In questo ambito, le nuove tecnologie rappresentano un supporto decisivo per rendere più efficaci i controlli, migliorare l'analisi dei dati e favorire decisioni tempestive.

La nascita dell'Area Servizi Integrati rappresenta quindi l'evoluzione naturale di un percorso che Confcommercio Cesenate ha avviato da tempo, interpretando in anticipo i cambiamenti che stanno interessando il mondo delle imprese. Oggi più che mai gli imprenditori, anche in relazione al ricambio generazionale e alla crescente digitalizzazione dei mercati, hanno bisogno di orientarsi con chiarezza nelle proprie scelte di investimento, evitando dispersioni di risorse e individuando gli strumenti più adatti agli obiettivi aziendali.

La vera leva competitiva resta la qualità, intesa non solo come qualità del prodotto o del servizio, ma come qualità dell'intera organizzazione aziendale. Una qualità che nasce dalla capacità di gestire i processi, misurarne i risultati e migliorarsi costantemente. Per questo crediamo che formazione, conoscenza e aggiornamento professionale non debbano essere vissuti come semplici adempimenti normativi, ma come investimenti strategici sul futuro dell'impresa.

Con questa nuova area, Confcommercio Cesenate rafforza il proprio ruolo di partner delle aziende del territorio, offrendo strumenti, competenze e visione per affrontare con successo le sfide del cambiamento.

CAPI IN SCONTO NEI NEGOZI PER DUE MESI

Saldi estivi dal 4 luglio attesi dai clienti



I saldi estivi 2026 prenderanno il via il 4 luglio in gran parte d'Italia, compresa l'Emilia-Romagna. In questo articolo è riportato il calendario aggiornato regione per regione e le principali

regole che disciplinano le vendite di fine stagione. Anche nel territorio cesenate l'attesa è forte, sia da parte dei consumatori sia da parte dei commercianti, che vedono nell'appuntamento estivo una delle occasioni più importanti dell'anno per rilanciare gli acquisti e sostenere i bilanci delle attività.

Particolarmente interessato è il settore dell'abbigliamento e della moda, che continua a fare i conti con una fase non semplice. Negli ultimi anni il comparto ha risentito del rallentamento dei consumi, dell'incremento dei costi di gestione, della concorrenza delle piattaforme online e di una crescente cautela delle famiglie nelle spese considerate non essenziali. Per molti negozi i saldi rappresentano dunque una leva commerciale fondamentale, capace di favorire il ricambio delle collezioni, liberare i magazzini e incentivare gli acquisti nei punti vendita del territorio.

«I saldi – rimarca il direttore di Confcommercio cesenate Giorgio Piastra (nella foto) – sono una tradizione dei consumi merceologici che da sempre fidelizza il cliente al negoziante e che rappresenta per entrambi un'opportunità di reciproco vantaggio. I saldi estivi e invernali sono due momenti topici del commercio cittadino, fondamentali per incrementa-

re le vendite a prezzi vantaggiosi e per sostenere il rapporto di fiducia tra attività commerciali e consumatori».

Secondo Confcommercio, la stagione dei saldi continua a mantenere una forte capacità attrattiva e merita di essere valorizzata. «Si tratta di un appuntamento atteso – prosegue Piastra – che conserva un importante valore economico e sociale. I saldi favoriscono la frequentazione dei centri urbani, sostengono il commercio di vicinato e offrono ai cittadini la possibilità di acquistare prodotti di qualità con sconti significativi. Per il comparto dell'abbigliamento, in particolare, rappresentano una fase cruciale dell'anno commerciale».

Il direttore Piastra richiama inoltre l'attenzione sulla necessità di tutelare la specificità delle vendite di fine stagione. «È importante che i saldi mantengano la loro identità e il loro richiamo. La proliferazione di promozioni e scontistiche distribuite durante tutto l'anno rischia infatti di indebolire uno strumento che continua a essere strategico per le imprese e apprezzato dai consumatori. I saldi devono essere valorizzati perché costituiscono un'opportunità concreta per sostenere il commercio tradizionale e, in una fase di difficoltà per il settore moda, possono contribuire in maniera significativa al recupero delle vendite e alla tenuta delle attività».

L'auspicio degli operatori è che anche quest'anno l'avvio dei saldi possa richiamare un elevato numero di clienti nei negozi e nelle vie dello shopping del comprensorio cesenate, generando benefici non soltanto per il comparto dell'abbigliamento, ma per l'intero tessuto commerciale locale.



POLITICHE CULTURALI

Cesena e Forlì debbono procedere insieme come promesso

Il dibattito che si è sviluppato nelle ultime settimane attorno alla Biblioteca Malatestiana e al suo futuro gestionale rappresenta, secondo Confcommercio Cesenate, un'occasione importante per riflettere più in generale sulle politiche culturali della città e sul ruolo che la cultura può svolgere come motore di crescita, attrattività e sviluppo economico. Attraverso il presidente Augusto Patrignani, l'associazione sottolinea la necessità di una programmazione culturale ampia, articolata e capace di coinvolgere in modo sinergico istituzioni, operatori economici, attività commerciali e pubblici esercizi. Per Confcommercio la Biblioteca Malatestiana costituisce uno dei principali simboli identitari di Cesena e deve essere ulteriormente valorizzata, a partire da un incremento delle visite alla sua sezione storica, patrimonio di straordinario valore riconosciuto a livello internazionale. La Malatestiana, osserva Patrignani, deve diventare il perno attorno al quale costruire e consolidare il sistema museale cittadino che nei prossimi anni andrà progressivamente definendosi. L'obiettivo è quello di mettere in rete le principali realtà culturali del territorio, creando percorsi integrati e una proposta coordinata che possa aumentare la permanenza dei visitatori in città e rafforzarne l'attrattività turistica. «In questa prospettiva - afferma Patri-

gnani - assumono particolare importanza i progetti che porteranno, dal 2028, alla piena accessibilità della Pinacoteca, del Museo Archeologico e della Casa della Musica. Strutture che, insieme alla Malatestiana, potranno contribuire a creare un'offerta culturale organica e complementare, capace di intercettare pubblici differenti e di generare ricadute positive anche per il tessuto economico locale».

Patrignani evidenzia inoltre l'importanza di rafforzare il coordinamento tra le politiche culturali di Cesena e Forlì, proseguendo lungo il percorso di collaborazione avviato con la candidatura congiunta a Capitale italiana della Cultura. Una visione territoriale condivisa, secondo Confcommercio, consentirebbe di valorizzare al meglio le eccellenze delle due città e di sviluppare progettualità di ampio respiro.

L'associazione rivolge infine un appello all'amministrazione pubblica affinché sostenga con maggiore convinzione gli operatori culturali privati che, attraverso spettacoli, eventi, iniziative artistiche e attività di animazione, contribuiscono ogni giorno a rendere più viva e attrattiva la città. Nel centro storico, conclude Confcommercio, cultura e commercio rappresentano due pilastri strettamente collegati sui quali continuare a investire per costruire il futuro di Cesena, l'uno indissolubile dall'altro.

FIDA: DIFENDERE E SOSTENERE IL COMMERCIO DI PROSSIMITÀ

I negozi di alimentari sotto casa migliorano la vita

Troppi vivono oggi in territori privi di un presidio commerciale di prossimità. È l'allarme rilanciato da Fida Confcommercio, che evidenzia un progressivo indebolimento della rete dei piccoli



negozi alimentari, tra spopolamento, inflazione e trasformazioni nei consumi. Un fenomeno che sta ridisegnando l'accesso quotidiano al cibo, soprattutto nei centri minori.

Secondo i dati del comparto alimentare di prossimità, la rete dei piccoli esercizi - che comprende panifici, macellerie, fruttivendoli, pescherie e minimarket indipendenti - è passata da circa 156mila punti vendita nel 2019 a 144.439 nel 2024, con una riduzione dell'8% e una perdita significativa anche sul fronte occupazionale. Le categorie più colpite sono quelle legate ai bisogni quotidiani: panifici (-15,4%), macellerie (-10%) e negozi di latte e latticini (-14,3%), mentre crescono i format specializzati legati a consumi più occasionali.

Un quadro che conferma una tendenza strutturale di desertificazione commerciale, più evidente nei piccoli comuni e nelle aree interne, ma presente anche nei grandi centri urbani.

«Invertire questa tendenza è possibile solo rimettendo al centro il valore sociale ed economico del commercio di prossimità» afferma il presidente di Fida Confcommercio Cesena, Marino Pieri. «I vecchi negozi di generi alimentari rappresentano un pilastro insostituibile per le comunità: non sono soltanto punti vendita, ma luoghi di relazione, fiducia e servizio quotidiano, soprattutto per le fasce più fragili della popolazione».

del servizio. Dove il commercio chiude, si indebolisce anche la coesione sociale. Per questo è necessario tutelare con forza queste attività, che restano apprezzate e considerate irrinunciabili dai cittadini». Il fenomeno della riduzione dei punti vendita è particolarmente marcato nei comuni sotto i 5mila abitanti e nelle grandi città oltre i 250mila residenti, dove la concorrenza della grande distribuzione organizzata accelera la trasformazione del settore. Secondo le analisi Fida, la riduzione dei servizi commerciali di base contribuisce inoltre ad alimentare lo spopolamento, innescando un circolo vizioso difficile da interrompere.

«Non si tratta solo di difendere un modello economico - prosegue Pieri - ma di preservare un'infrastruttura sociale essenziale. Il commercio di prossimità è un fattore di equilibrio territoriale e deve essere messo nelle condizioni di competere, attraverso strumenti fiscali, semplificazioni e politiche di sostegno mirate».

La sfida, secondo Fida Confcommercio Cesena, è quella di evitare che la logica della concentrazione commerciale e della riduzione dei punti vendita comprometta definitivamente la rete dei servizi di base, soprattutto nelle aree più deboli. «Senza negozi - conclude Pieri - i territori perdono vitalità, identità e qualità della vita. E questo è un costo che non riguarda solo le imprese, ma l'intera collettività».

Pieri sottolinea come la rete dei piccoli esercizi abbia storicamente garantito equilibrio e vivibilità ai territori. «Il negozio sotto casa è un presidio che garantisce accessibilità, sicurezza e qualità

Un nuovo strumento per rendere più immediata e accessibile l'informazione per gli agenti e rappresentanti di commercio. Agenti Fnaarc, la Federazione nazionale degli agenti e rappresentanti di commercio aderente a Confcommercio, ha attivato il proprio canale ufficiale WhatsApp, pensato per portare aggiornamenti, servizi e novità direttamente sullo smartphone degli operatori del settore. Attraverso il canale sarà possibile ricevere informazioni su novità fiscali, previdenziali e normative, scadenze e adempimenti, prestazioni assistenziali Enasarco, iniziative associative, eventi, webinar e opportunità professionali dedicate alla categoria.

«In un contesto professionale sempre più rapido e complesso - sottolinea il presidente nazionale di Agenti Fnaarc Alberto Petranzi - abbiamo scelto uno strumento semplice e immediato, che consente di raggiungere gli agenti nel modo più diretto possibile. Oggi lo smartphone è diventato il principale canale di consultazione

AGENTI DI COMMERCIO

Canale ufficiale Fnaarc su WhatsApp



delle informazioni professionali: essere presenti lì significa essere realmente vicini alla categoria. La tecnologia non sostituisce la relazione associativa, ma la rafforza e la rende più efficace».

L'iniziativa si inserisce nel percorso di innovazione e digitalizzazione che sta interessando sempre più anche il mondo della rappresentanza degli agenti di commercio.

Un passaggio evidenziato anche dal presidente provinciale e cesenate di Agenti Fnaarc, Augusto Patrignani. «Gli agenti di commercio sono da sempre una categoria abituata alla mobilità e all'utilizzo di strumenti digitali per la gestione del lavoro quotidiano. L'introduzione di un canale informativo su WhatsApp è coerente con questa

evoluzione e rappresenta un ulteriore passo verso una comunicazione più rapida, efficace e vicina alle esigenze reali dei professionisti».

Patrignani sottolinea inoltre il valore pratico dell'iniziativa. «Ricevere aggiornamenti in tempo reale su normative, previdenza, scadenze e opportunità significa poter affrontare la propria attività con maggiore consapevolezza. È un servizio che risponde a un'esigenza concreta della categoria e che rafforza il legame tra associazione e associati, soprattutto per chi opera quotidianamente sul territorio».

Il nuovo canale WhatsApp di Agenti Fnaarc rappresenta dunque un ulteriore passo nel percorso di innovazione dell'associazione, confermando come gli strumenti digitali possano diventare sempre più centrali nel rapporto tra organizzazioni e professionisti, semplificando l'accesso alle informazioni e migliorando la qualità dei servizi offerti.

Nelle foto Alberto Petranzi e Augusto Patrignani

INDAGINE FIMAA, PRIMO QUADRIMESTRE 2026

Case, compravendite trainate dall'usato



Il mercato immobiliare italiano si conferma in fase di tenuta e crescita moderata. È quanto

emerge dal "Sentiment Fimaa Italia-Confcommercio" relativo al primo quadrimestre 2026, elaborato dall'Ufficio Studi della Federazione degli agenti immobiliari. Secondo le rilevazioni, nel 2026 le compravendite sono attese in aumento tra l'1 e l'1,5%, mentre i prezzi medi degli immobili dovrebbero crescere di circa il 2%, con un volume complessivo di transazioni stimato oltre le 770mila unità.

Il report nazionale evidenzia un ruolo sempre più centrale del mercato dell'usato, che continua a rappresentare la principale componente degli scambi, a fronte di una disponibilità limita-

ta di nuove costruzioni e immobili riqualificati. Parallelamente, il comparto delle locazioni resta in tensione: la domanda supera l'offerta e i canoni sono previsti in crescita media del 3-4%, con una diffusione sempre maggiore di contratti flessibili, soprattutto per studenti, lavoratori e mobilità temporanea.

Un quadro che trova pieno riscontro anche nel territorio cesenate, dove il mercato immobiliare mantiene una buona dinamicità pur in un contesto di maggiore prudenza da parte delle famiglie.

«Anche nel Cesenate - afferma il presidente provinciale Fimaa Confcommercio Giorgio Ambrosini - il mercato residenziale mostra segnali di tenuta, con una domanda ancora attiva soprattutto sul comparto dell'usato. Le famiglie continuano a cercare casa, ma oggi lo fanno con maggiore attenzione alla sostenibilità economica dell'investimento e ai costi complessivi, in particolare

quelli legati a ristrutturazioni ed efficientamento energetico».

Secondo Ambrosini, il territorio rispecchia le tendenze nazionali anche sul fronte delle locazioni. «Il mercato degli affitti resta caratterizzato da uno squilibrio tra domanda e offerta - sottolinea - con una disponibilità limitata di immobili e una richiesta in crescita. Questo contribuisce alla pressione sui canoni e alla diffusione di formule contrattuali più flessibili, in linea con quanto evidenziato dal rapporto Fimaa a livello nazionale».

Il presidente provinciale evidenzia infine come il mercato resti solido ma sempre più selettivo. «La casa continua a rappresentare un investimento prioritario per le famiglie - conclude Ambrosini - ma le decisioni di acquisto sono oggi guidate da maggiore prudenza, con una valutazione più attenta della qualità dell'immobile, dei costi di gestione e della sua efficienza complessiva».

FEDERCARNI CESENA

Macellai, rete storica di qualità

Federcarni Cesena si conferma una delle realtà associative storiche più radicate nel sistema Confcommercio, da sempre punto di riferimento per i macellai e gastronomi del territorio cesenate. Un sindacato che, nel corso dei decenni, ha accompagnato l'evoluzione di un mestiere tradizionale, trasformato nel tempo in un presidio moderno della distribuzione alimentare di qualità.

La categoria dei macellai gastronomi rappresenta oggi un tassello fondamentale della rete commerciale locale, capace di coniugare tradizione, competenza artigianale e innovazione di prodotto. Non più soltanto vendita di carne, ma anche selezione, trasformazione e proposta gastronomica, con un'offerta sempre più ampia che include salumi, formaggi e preparazioni pronte, in risposta alle nuove abitudini di consumo delle famiglie.

«La carne rimane l'elemento distintivo e qualificante del nostro lavoro - evidenzia Federcarni Cesena - ma ciò che contraddistingue la categoria è soprattutto il rapporto di fiducia costruito quotidianamente con la clientela. Il macellaio gastronomo non è solo un commerciante, ma un punto di riferimento per la scelta consapevole dei prodotti e per la sicurezza alimentare».

Nel tempo, la categoria ha saputo affrontare anche le difficoltà del mercato, dalla concorrenza della grande distribuzione ai cambiamenti nei consumi, rispondendo con un progressivo innalzamento del-



la qualità e con la specializzazione dei servizi offerti. Una trasformazione che ha rafforzato il ruolo delle macellerie come presidi di prossimità nei quartieri e nei piccoli comuni.

Federcarni Cesena sottolinea inoltre l'importanza della formazione e dell'aggiornamento professionale, strumenti ritenuti

fondamentali per garantire standard elevati e competitività sul mercato. Accanto a questo, resta centrale anche il ruolo sociale delle attività, spesso punti di riferimento per le comunità locali, capaci di mantenere un legame diretto e quotidiano con i cittadini.

«Nel nostro territorio - evidenzia l'associazione - le macellerie gastronomiche rappresentano una rete solida e riconosciuta, costruita su competenza, serietà e fiducia. È proprio questo patrimonio relazionale, sviluppato nel tempo tra esercenti e clienti, a costituire il valore più importante e distintivo della categoria».

In un contesto economico in continua evoluzione, Federcarni Cesena continua quindi a svolgere un ruolo di tutela e rappresentanza, promuovendo la valorizzazione di un mestiere che resta profondamente legato alla tradizione ma sempre più orientato alla qualità, alla sicurezza alimentare e all'innovazione dei servizi.

Nella foto un gruppo di macellai di Federcarni durante la visita in un macello.

CONFCOMMERCIO DI SAN MAURO PASCOLI CRITICA

Lavori nelle piazze, soluzioni sbagliate

Non si placano le perplessità di Confcommercio del Rubicone dopo la conclusione del primo stralcio dei lavori di riqualificazione che hanno interessato le piazze Mazzini e Battaglini, nel cuore di San Mauro Pascoli. Se da un lato viene riconosciuta la necessità di intervenire per risolvere alcune criticità, dall'altro l'associazione dei commercianti esprime una netta contrarietà rispetto alle soluzioni adottate dall'amministrazione comunale.

A prendere posizione sono il presidente di Confcommercio San Mauro Pascoli, Raffaele Bernabini, e il responsabile territoriale del Rubicone, Paolo Vangelista (nella foto), che giudicano l'intervento poco adatto alle esigenze di un centro storico destinato a essere vissuto quotidianamente da cittadini, attività economiche e visitatori.

«Era certamente opportuno affrontare il problema della sosta irregolare che si verificava nei pressi della fontana e delle attività della piazza – osserva Bernabini – ma questo non giustifica una trasformazione così invasiva degli spazi pubblici. Le nuove installazioni, tra fioriere e strutture permanenti, finiscono per limitare la fruibilità dell'area anziché valorizzarla».

Tra le principali criticità evidenziate



dall'associazione vi è la modifica della viabilità. La chiusura di una parte del centro comporterebbe infatti lo spostamento del traffico verso altre zone del paese, con possibili ripercussioni sulla circolazione e sulla sicurezza. In particolare viene segnalata la presenza, nelle vicinanze, della scuola elementare Montessori e della scuola dell'infanzia L'Usignolo, realtà frequentate quotidianamente da numerose famiglie.

Confcommercio chiede inoltre chiarimenti sulle scelte progettuali adottate. «Vorremmo comprendere quale sia stata la logica che ha portato all'inserimento di un palco che di fatto separa le due piazze e di arredi che riducono gli spazi disponibili – spiegano Bernabini e Vangelista –. L'obiettivo an-

nunciato era quello di realizzare un centro più verde e accogliente, ma il risultato finale ci appare lontano da questa idea».

Secondo l'associazione, il nuovo assetto rischia inoltre di avere conseguenze negative sulle attività economiche e sugli eventi che tradizionalmente animano il centro cittadino. Gli operatori segnalano già una diminuzione delle presenze e temono che manifestazioni storiche come il Carnevale, la Fiera di San Crispino, Discotagliatella o la cena in piazza dedicata a Zvani Pascoli possano incontrare maggiori difficoltà organizzative. «Siamo favorevoli alla riqualificazione del centro storico – precisano i rappresentanti di Confcommercio – ma crediamo che ogni intervento debba coniugare estetica, funzionalità e accessibilità. Le piazze devono restare luoghi vivi, facilmente utilizzabili e capaci di accogliere iniziative, commercio e socialità».

Infine l'associazione richiama l'attenzione anche sul tema della sicurezza e del decoro urbano, auspicando una presenza più costante delle forze dell'ordine e una maggiore cura degli spazi pubblici, elementi ritenuti fondamentali per rendere il centro storico più attrattivo e vivibile.

LE CONGRATULAZIONI DI CONFCOMMERCIO A UN'IMPRESA STORICA

Ristorante e dancing Le Felloniche, compiuti i 90 anni

Novant'anni di attività rappresentano un traguardo straordinario che merita di essere riconosciuto e valorizzato. Per questo Confcommercio di Longiano è accanto con affetto e riconoscenza al ristorante e dancing Le Felloniche di Longiano, impresa associata e realtà storica del territorio che da quasi un secolo accoglie generazioni di clienti, contribuendo alla crescita economica, sociale e culturale della comunità locale.

Le Felloniche costituisce uno splendido esempio di impresa familiare capace di attraversare epoche profondamente diverse senza perdere la propria identità. La continuità gestionale tramandata di generazione in generazione, unita alla capacità di innovarsi e di rispondere alle esigenze del pubblico, rappresenta un patrimonio prezioso per tutto il comprensorio. La longevità aziendale non è mai frutto del caso: nasce da passione, dedizione, sacrificio quotidiano e dalla volontà di mantenere vivo un rapporto autentico con il territorio e con le persone.

La storia del locale affonda le radici negli anni Trenta del Novecento, quando l'attività di ristoro iniziò a svilupparsi in un'area già conosciuta per la presenza di una sorgente dalle particolari caratteristiche naturali. Con il passare del tempo quel punto di incontro frequentato da visitatori



e viandanti si trasformò in un vero e proprio ristorante, destinato a diventare uno dei luoghi simbolo della convivialità romagnola.

Nel secondo dopoguerra, in un periodo segnato dal desiderio di tornare alla normalità e di ritrovare momenti di serenità, Le Felloniche ampliò la propria vocazione all'intrattenimento ospitando feste, incontri e occasioni di socializzazione. Nacquero così le prime serate dedicate al ballo, che nel corso dei decenni sarebbero diventate uno degli elementi distintivi della struttura.

Oggi il locale continua a essere guidato dalla famiglia Mambelli (nella foto), che porta avanti con entusiasmo una tradizione costruita nel tempo grazie all'impegno delle generazioni precedenti. Accanto all'attività di ristorazione, il dancing rappresenta ancora un punto di riferimento per appassionati provenienti da tutto il territorio. Nel corso degli anni il calendario degli eventi si è arricchito con proposte

capaci di coinvolgere pubblici diversi: dal tango argentino ai balli latino-americani, dalle serate dedicate alla musica revival fino agli appuntamenti con il liscio, espressione autentica della cultura romagnola.

Le Felloniche non è soltanto un'impresa di successo, ma anche un luogo di relazioni, ricordi ed emozioni condivise. Per decenni ha ospitato cerimonie, ritrovi familiari, eventi associativi e occasioni di svago, diventando parte integrante della memoria collettiva di tante persone.

Confcommercio di Longiano considera realtà come questa un valore fondamentale per il tessuto economico locale. Le aziende longeve rappresentano infatti un presidio di identità, tradizione e qualità, oltre a testimoniare la forza dell'imprenditoria familiare che caratterizza il nostro territorio.

In occasione del novantesimo anniversario, Confcommercio rivolge alla famiglia Mambelli e a tutti coloro che hanno contribuito alla crescita dell'attività i migliori auguri per il futuro, con l'auspicio che Le Felloniche possa continuare ancora a lungo a essere un luogo di incontro, accoglienza e convivialità, mantenendo vivo quel patrimonio di esperienza e passione che da novant'anni la rende una delle più apprezzate e significative realtà della Romagna.

RASSEGNA AL VIA IL 5 LUGLIO A SARSINA, CONFCOMMERCIO: "PILASTRO DELLA VALLATA"

I primi 70 anni del Plautus Festival



Il Plautus Festival si conferma uno dei principali attrattori turistici e culturali della Romagna e un autentico pilastro dell'offerta della Valle del Savio. Confcommercio sottolinea il valore strategico della storica rassegna dedicata a Tito Maccio Plauto, il grande commediografo latino nato a Sarsina, che da settant'anni richiama visitatori, appassionati di teatro e studiosi nella splendida cornice dell'Arena Plautina.

La manifestazione rappresenta un esempio virtuoso di come cultura, identità e promozione territoriale possano procedere insieme, generando ricadute positive per l'intero comprensorio. Ogni estate centinaia

di spettatori raggiungono Sarsina da tutta Italia per assistere a spettacoli di alto livello, contribuendo a valorizzare attività ricettive, pubblici esercizi e commercio locale.

L'edizione 2026 assume un significato ancora più speciale, celebrando i 70 anni dalla prima rappresentazione di una commedia plautina nell'anfiteatro sarsinate. Un traguardo prestigioso che testimonia la solidità di una tradizione culturale capace di rinnovarsi senza perdere il legame con le proprie radici.

Il cartellone predisposto dal direttore artistico Edoardo Siravo propone un percorso di grande qualità tra classici della drammaturgia greca e romana, opere contemporanee, commedia dell'arte, musica e appuntamenti di approfondimento. Da Plauto a Sofocle, da Molière ad Alessandro Baricco, il festival offrirà al pubblico un ricco calendario di eventi dal 5 luglio al 18 agosto, ai quali si aggiungeranno gli appuntamenti dell'inedito "Oltre

Festival".

Per Confcommercio il Plautus Festival rappresenta un patrimonio identitario di straordinario valore, capace di rafforzare l'immagine della Valle del Savio come destinazione culturale di eccellenza. La manifestazione contribuisce infatti a promuovere il territorio ben oltre i confini regionali, mettendo in luce le bellezze storiche, artistiche e paesaggistiche di Sarsina e dell'entroterra romagnolo.

Investire nella cultura significa investire nello sviluppo delle comunità locali. Il Plautus Festival dimostra come una rassegna di qualità possa diventare motore di attrazione turistica, occasione di crescita economica e strumento di valorizzazione delle tradizioni. Un modello che merita di essere sostenuto e promosso perché capace di coniugare memoria, spettacolo e futuro, confermando Sarsina tra le capitali italiane del teatro classico.

CONFCOMMERCIO DI SOGLIANO

Il Parco, investimento che valorizza il territorio

La riqualificazione della piscina del ristorante Il Parco di Bagnolo rappresenta un esempio concreto di come l'imprenditoria locale possa contribuire alla crescita e all'attrattività del territorio. A sottolinearlo è Andrea Carghini, presidente di Confcommercio Sogliano, che esprime apprezzamento per l'impegno della famiglia Berretti, associata all'organizzazione.

Dopo l'inaugurazione del 2021, la struttura ha completato un intervento di adeguamento e ristrutturazione dell'impianto, portando a termine un progetto nato in uno dei momenti più difficili per il settore turistico e della ristorazione. Un investimento coraggioso che ha permesso di realizzare una piscina principale di undici metri per sei metri e mezzo e una seconda vasca dedicata ai più piccoli, ampliando così l'offerta ricreativa della zona.

«La scelta della famiglia Berretti (nella foto) – afferma Andrea Carghini – dimostra una grande fiducia nelle potenzialità del nostro territorio. In un periodo segnato dalle incertezze della pandemia, anziché fermarsi hanno deciso di guardare



avanti, investendo in un servizio che arricchisce l'intera comunità e rafforza l'ospitalità del paese».

Per il presidente di Confcommercio, iniziative come questa rappresentano un valore aggiunto non solo per l'attività imprenditoriale, ma per tutta l'economia locale. «Il Parco è da anni un punto di riferimento per

residenti e visitatori. Oggi, grazie a questa riqualificazione, offre un motivo in più per scegliere Bagnolo e Sogliano come meta di svago e relax.

La presenza di servizi moderni e qualificati contribuisce a rendere più attrattiva la collina romagnola e a generare nuove opportunità per il commercio e il turismo».

Carghini evidenzia inoltre come la collaborazione tra imprese, associazioni e istituzioni sia fondamentale per sostenere la vitalità dei piccoli centri. «Quando un imprenditore investe sul territorio, investe sul futuro di tutti. Per questo Confcommercio sostiene e valorizza esperienze come quella della famiglia Berretti, che con passione e visione continua a credere nelle potenzialità di Sogliano e delle sue frazioni».

OLTRE CINQUANTA EVENTI, PUBBLICI ESERCIZI E NEGOZI COINVOLTI

La bella estate insieme di Gambettola



Confcommercio Gambettola esprime apprezzamento per il programma de Il Bosco Ritrovato 2026, la rassegna estiva promossa dal Comune che

si preannuncia come una delle più ricche e partecipate di sempre. A sottolinearlo è il presidente di Confcommercio Gambettola (nella foto), Francesco Tomasini, che evidenzia il valore dell'iniziativa per la vitalità del paese e per il tessuto economico locale. Oltre cinquanta appuntamenti distribuiti tra giugno e ottobre contribuiranno a rendere Gambettola ancora più attrattiva e dinamica durante tutta l'estate».

La rassegna propone iniziative culturali e di intrattenimento: cinema, teatro, concerti, mostre, incontri letterari, spettacoli di burattini, attività per famiglie e momenti dedicati

alla gastronomia. Tra le novità due rassegne letterarie all'Arena Fellini, spazio che torna protagonista delle serate estive, e il consolidato appuntamento con Il Cinema Ritrovato.

«Come Confcommercio – prosegue Tomasini – siamo convinti che eventi di qualità rappresentino un valore aggiunto per l'intera comunità. Pubblici esercizi, negozi e attività del centro commerciale naturale daranno il loro contributo per accogliere al meglio il pubblico e mantenere viva la città anche nelle ore serali, creando un clima di partecipazione e socialità».

Secondo il presidente, la collaborazione tra istituzioni, associazioni e operatori economici è la chiave per valorizzare il centro urbano e rafforzare il senso di appartenenza alla comunità. «L'auspicio è che questa programmazione possa richiamare tante persone e generare positive ricadute per tutte le attività del territorio».

SAVIGNANO, CONFCOMMERCIO COINVOLTA

Rassegna estiva record: 150 eventi

Un'estate lunga quattro mesi, con oltre 150 appuntamenti distribuiti tra centro storico, quartieri e spazi cittadini. Savignano sul Rubicone si

prepara a vivere una stagione ricca di eventi, cultura, musica, spettacoli e iniziative per le famiglie, frutto di una visione strategica che punta a rendere la città sempre più attrattiva e riconoscibile.

In questo percorso un ruolo importante è svolto anche da Confcommercio Savignano, che ha partecipato attivamente alla costruzione del calendario e al confronto con l'amministrazione comunale per valorizzare il tessuto economico e commerciale locale. Il presidente Roberto Renzi ha espresso soddisfazione per un programma che rappresenta un'opportunità concreta per le attività del territorio.

«Un calendario così ampio e articolato – sottolinea Renzi – è un valore aggiunto per tutta la città. Gli eventi non sono soltanto occasioni di intrattenimento, ma diventano strumenti di promozione territoriale capaci di generare presenze, sostenere il commercio di vicinato e rafforzare il legame tra cittadini, imprese e centro storico».



La stagione estiva 2026 prende il via con il Rapsodia Festival e proseguirà con numerosi appuntamenti di richiamo, tra cui "Il rock è tratto", Savignano Wine, Piadina-

niamo, la rassegna teatrale Apertus, il SI Fest e la Notte Bianca. Particolare attenzione è stata riservata alla valorizzazione dell'identità cittadina, anche attraverso il nuovo logo che punta a rafforzare l'immagine di Savignano come luogo dinamico, accogliente e capace di attrarre visitatori durante tutto l'anno.

Confcommercio guarda con favore a questa strategia di lungo periodo, nella convinzione che la collaborazione tra istituzioni, associazioni di categoria e operatori economici rappresenti la chiave per consolidare la crescita della città. «Quando si investe in qualità, programmazione e identità territoriale – conclude Renzi – si creano benefici diffusi che coinvolgono l'intera comunità e contribuiscono a rendere Savignano sempre più competitiva e vivace».

Nella foto la presentazione degli eventi.

L'ANALISI DI CONFCOMMERCIO "L'economia tiene, nonostante le incertezze"



Nonostante le tensioni internazionali, il conflitto in Medio Oriente, le incertezze legate ai mercati energetici e un quadro geopolitico che continua a destare preoccupazione, l'economia italiana mostra una capacità di tenuta superiore alle aspettative. È quanto emerge dall'analisi dell'Ufficio Studi Confcommercio presentata in vista dell'Assemblea generale dell'organizzazione, in programma a Roma, che fotografa un Paese alle prese con numerose incognite ma ancora sostenuto da consumi, occupazione e turismo.

Le previsioni indicano per il 2026 una crescita del Pil dello 0,9% e un incremento dei consumi dell'1,2%, valori superiori a quelli stimati da molte istituzioni economiche nazionali e internazionali. A sostenere l'attività economica contribuiscono soprattutto il buon andamento del mercato del lavoro, che continua a registrare livelli occupazionali record, la tenuta della domanda interna, la crescita del turismo e un'inflazione di fondo che resta inferiore al 2%.

«L'economia italiana, nonostante le tensioni internazionali, mostra una capacità di tenuta superiore alle aspettative – afferma il presidente nazionale di Confcommercio Carlo Sangalli (nella foto con Augusto Patrignani) –. L'incertezza resta elevata, ma l'occupazione è ai massimi storici, l'inflazione di fondo è sotto il 2% e le famiglie mantengono una buona propensione al consumo. Sono dati positivi che confermano la resilienza del sistema economico italiano. Per rafforzare queste dinamiche occorre però sostenere investimenti, produttività e competitività, così da ritrovare una crescita più robusta e duratura».

Tra gli indicatori più significativi emerge proprio la fiducia dei consumatori. Secondo l'indagine di Confcommercio, il 29% degli italiani prevede l'acquisto di elettrodomestici nei prossimi mesi, il 24,5% intende comprare mobili e il 23,5% programma interventi di ristrutturazione della casa. Allo stesso tempo il 38,5% degli italiani ha già pianificato una vacanza estiva, il dato più elevato registrato negli ultimi cinque anni. Numeri che confermano come, nonostante le preoccupazioni per lo scenario internazionale, le famiglie continuino a investire nei consumi e nella qualità della vita.

Un quadro che trova riscontro anche nel territorio cesenate e romagnolo. «Le dinamiche evidenziate a livello nazionale sono percepibili anche nella nostra realtà locale – osserva il presidente di Confcommercio Cesena Augusto Patrignani –. Le imprese continuano a operare in un contesto complesso, caratterizzato da costi elevati, difficoltà nel reperimento del personale e incertezze legate agli sviluppi internazionali. Tuttavia registriamo una sostanziale tenuta dei consumi e una buona vivacità nei comparti del commercio, dei servizi, del turismo e della ristorazione».

Patrignani evidenzia come il territorio cesenate possa contare su una struttura economica diversificata e su un tessuto imprenditoriale che negli anni ha dimostrato grande capacità di adattamento. «La Romagna continua a essere una delle aree più dinamiche del Paese. Il turismo rappresenta certamente uno dei principali motori di crescita, ma anche il commercio di vicinato, i pubblici esercizi e le attività dei servizi stanno mostrando una buona capacità di reagire alle difficoltà. Le imprese hanno affrontato pandemia, crisi energetica e inflazione senza rinunciare a investire e innovare».

Secondo il presidente di Confcommercio Cesena, proprio il turismo potrebbe rappresentare uno degli elementi chiave per sostenere l'economia nei prossimi mesi. «Le prenotazioni per la stagione estiva e l'interesse verso la Riviera e l'entroterra romagnolo lasciano intravedere prospettive positive. Ogni flusso turistico genera benefici per alberghi, ristoranti, negozi, pubblici esercizi e servizi, creando valore diffuso per l'intero territorio».

Patrignani richiama però l'attenzione sulla necessità di non abbassare la guardia. «La tenuta dell'economia non significa assenza di problemi. Molte imprese continuano a operare con margini ridotti e affrontano costi che restano elevati. È necessario proseguire sulla strada delle riforme, della semplificazione amministrativa, degli investimenti infrastrutturali e delle misure che favoriscono competitività e innovazione. Solo così la resilienza dimostrata in questi anni potrà trasformarsi in una crescita stabile e duratura».

In un contesto internazionale ancora incerto, il messaggio che arriva da Confcommercio è dunque improntato a un cauto ottimismo: l'Italia continua a crescere e il territorio cesenate conferma quella capacità di adattamento e intraprendenza che rappresenta da sempre uno dei suoi principali punti di forza.

PUBBLICI ESERCIZI, MALOSSÌ (FIPE CONFCOMMERCIO CESENA)

"Nel territorio molte aperture, ma turn over elevato"



I pubblici esercizi continuano a rappresentare un presidio fondamentale di socialità, servizi, accoglienza e sicurezza per i territori italiani. È quanto emerge dall'indagine "Pubblici esercizi e movida. La demografia d'im-

presa nei centri storici", realizzata da Fipe-Confcommercio in collaborazione con il Centro Studi Guglielmo Tagliacarne e presentata a Roma. Lo studio evidenzia come il settore mantenga una presenza capillare nel Paese, con oltre 262mila imprese attive distribuite in quasi tutti i Comuni italiani, ma segnala anche una fase di profonda trasformazione che interessa in particolare i centri storici e le aree urbane a maggiore attrattività.

Una situazione che trova riscontri anche nel territorio cesenate, dove negli ultimi anni si è assistito a una significativa vivacità imprenditoriale nel comparto della somministrazione e della ristorazione.

«Anche nel nostro comprensorio – sottolinea il presidente di Fipe Confcommercio Cesena Angelo Malossi (nella foto) – abbiamo registrato negli ultimi anni numerose aperture di pubblici esercizi, soprattutto nel centro storico di Cesena, ma anche nelle altre località del territorio. Bar, ristoranti, attività dedicate alla ristorazione veloce e nuove formule di somministrazione hanno contribuito a rendere più vivace e attrattiva l'offerta commerciale e turistica delle nostre città».

Secondo Malossi, tuttavia, il dato delle nuove



aperture va letto insieme a un altro fenomeno che caratterizza il settore: l'elevato turnover delle imprese.

«Se guardiamo soltanto alle inaugurazioni rischiamo di avere una fotografia incompleta. Accanto alle nuove attività ci sono infatti numerose cessazioni e cambi di gestione. Il turnover è molto elevato e testimonia quanto oggi sia complesso fare impresa nel settore dei pubblici esercizi. Aprire un locale richiede investimenti importanti e capacità imprenditoriali sempre più evolute. Non sempre chi entra sul mercato riesce a consolidare la propria presenza nel tempo».

Le difficoltà derivano da una pluralità di fattori. «Le imprese devono confrontarsi con costi di gestione in costante aumento, dal costo del lavoro alle utenze, dagli affitti agli adempimenti amministrativi. A ciò si aggiungono le difficoltà nel reperimento del personale qualificato e un contesto competitivo che negli ultimi anni è diventato particolarmente intenso. Per questo motivo la fase di avvio di un'attività è estremamente delicata e richiede una programmazione accurata».

Proprio per accompagnare gli imprenditori in questo percorso opera Fipe Confcommercio Cesena. «La nostra associazione assiste le

LA POSIZIONE DI FIPE CESENATE SUL FUTURO DEL SETTORE

"Pubblici esercizi, programmare lo sviluppo"

Movida, centri storici e trasformazioni del settore dei pubblici esercizi al centro dell'intervento di Angelo Malossi, presidente Fipe Confcommercio Cesenate (nella foto), che richiama il ruolo delle attività di somministrazione nella realtà locale e la necessità di politiche urbane più strutturate.

Bar, ristoranti e locali del territorio cesenate vengono definiti da Malossi "molto più di una semplice attività economica", perché rappresentano "un presidio di socialità, aggregazione e sicurezza urbana", soprattutto nelle aree centrali della città e nei quartieri a maggiore vocazione commerciale.

«Anche a Cesena – sottolinea il presidente Fipe – questi esercizi contribuiscono in modo decisivo alla vitalità del centro storico, contrastando il rischio di desertificazione commerciale e mantenendo vive piazze e vie anche nelle ore serali. Sono attività che garantiscono presenza e un controllo naturale del territorio».

Malossi evidenzia come anche nel contesto cesenate stiano emergendo trasformazioni del settore, con la riduzione dei bar tradizionali e la crescita di formule orientate all'asporto e al consumo veloce. Una dinamica che, secondo il presidente Fipe, richiede attenzione per evitare squilibri nel tessuto urbano.

«Il rischio è che anche nella nostra città si alteri l'equilibrio tra sviluppo economico, qualità della vita e convivenza sociale – osserva – con possibili criticità legate alla gestione degli spazi pubblici e al fenomeno della cosiddetta malamovida».

Da qui la posizione netta contro interventi emergenziali. «Non si possono affrontare queste dinamiche con ordinanze estemporanee o con divieti generalizzati sugli orari – afferma Malossi – perché si finisce per penalizzare indistintamente le imprese virtuose, senza incidere sulle reali cause dei problemi».

CONFCOMMERCIO VALUTA L'ACCORDO TRA COMUNE E GRUPPO FALKENSTEINER

Un passo fondamentale per la la crescita di Cesenatico



È stato raggiunto un importante accordo tra il Comune di Cesenatico e il Gruppo Falkensteiner per il progetto di riqualificazione dell'area più degradata della città. Questo progetto,

che promette di cambiare radicalmente il volto di una zona finora caratterizzata da vecchie colonie abbandonate e ruderi fatiscenti, rappresenta un passo fondamentale per il futuro della città.

Giancarlo Andrini, presidente di Confcommercio Cesenatico (nella foto), dichiara grande soddisfazione per l'intesa. Il presidente sottolinea che Confcommercio non è certo un sostenitore dell'ultima ora del progetto, ma che l'associazione crede in questa iniziativa fin dall'inizio. «Abbiamo sempre sostenuto fermamente il progetto del Gruppo Falkensteiner, prima di tutto perché si tratta di un gruppo imprenditoriale importante e affidabile, con una lunga esperienza nella realizzazione e gestione di strutture ricettive sia

in Italia che all'estero - dichiara Andrini - "In secondo luogo, l'intervento va a riqualificare l'area più degradata della città, quella tra le Vie Magellano e Cavour, dove sono presenti vecchie colonie abbandonate e ruderi. Andrini aggiunge anche che la forza mediatica e commerciale del Gruppo Falkensteiner rappresenta un importante volano promozionale per l'intera città. Confcommercio è stata tra i primi a sostenere il percorso, sin dalle prime fasi di sviluppo, naturalmente salvaguardando gli interessi pubblici della città e con il giusto compromesso tra ricettivo e residenziale, siamo sempre stati convinti della bontà di questa iniziativa. Il progetto, che segna una svolta nella riqualificazione di Cesenatico, è stato possibile anche grazie all'impegno di Confcommercio, quando le negoziazioni sembravano compromesse, abbiamo sollecitato la ripresa del dialogo e delle trattative, affinché non andasse persa questa irripetibile opportunità. Oggi possiamo esprimere la nostra piena soddisfazione, dichiara Andrini, e vogliamo ringraziare il sindaco Matteo Gozzoli e l'amministrazione comunale di Cesenatico per aver lavorato con determinazione a questo obiettivo».

imprese fin dalle prime fasi del progetto imprenditoriale. Affianchiamo chi intende aprire un'attività nella valutazione della sostenibilità economica dell'investimento, negli aspetti autorizzativi, amministrativi, fiscali e contrattuali, offrendo consulenza e supporto specialistico. Il nostro obiettivo è favorire un ingresso sul mercato più consapevole e strutturato, aumentando le possibilità di successo delle nuove iniziative».

Malossi richiama inoltre il ruolo che i pubblici esercizi svolgono nella vita delle comunità locali. «Bar, ristoranti e pubblici esercizi non sono soltanto attività economiche. Rappresentano luoghi di incontro, aggregazione e socialità, contribuiscono alla vitalità dei centri storici e alla sicurezza urbana grazie alla loro presenza diffusa sul territorio. Per questo motivo è importante sostenere le imprese sane che investono in qualità, professionalità e innovazione».

Il presidente di Fipe Confcommercio Cesena condivide infine la necessità, evidenziata anche a livello nazionale, di governare con attenzione l'evoluzione del settore. «Le amministrazioni sono chiamate a trovare un equilibrio tra sviluppo economico, vivibilità urbana e tutela della qualità dei centri storici. È una sfida che riguarda anche il nostro territorio. La crescita dell'offerta deve essere accompagnata da una visione strategica e da politiche che favoriscano la sostenibilità delle imprese nel lungo periodo. La vera sfida non è soltanto aprire nuove attività, ma creare le condizioni affinché possano consolidarsi, crescere e continuare a svolgere quel ruolo di presidio economico e sociale che da sempre caratterizza i pubblici esercizi».

Per Fipe Confcommercio Cesenate è invece centrale la programmazione urbana e commerciale anche a livello locale. «A Cesena serve una pianificazione attenta e condivisa – spiega – capace di guidare lo sviluppo delle attività senza snaturare l'identità del centro storico e garantendo equilibrio tra residenti, imprese e visitatori».

Malossi richiama infine la necessità di un confronto stabile tra amministrazione comunale e categorie economiche: «I pubblici esercizi devono essere considerati alleati della città. Dove funzionano bene, contribuiscono anche alla sicurezza e alla qualità della vita urbana».

La prospettiva, conclude, è quella di "rafforzare un modello cesenate di città viva e attrattiva, puntando su qualità dell'offerta, regole chiare e sostenibilità, evitando soluzioni di breve periodo che rischiano di indebolire un settore fondamentale per la comunità locale».

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

LE CONGRATULAZIONI DI CONFCOMMERCIO CESENATE

Piraccini di Orogel Cavaliere della Repubblica



Il presidente di Confcommercio Cesenate, Augusto Patrignani, esprime le più vive congratulazioni a Bruno Piraccini (nella foto) per il prestigioso conferimento dell'onorificenza di Cavaliere della Repubblica, riconoscimento che rappresenta il coronamento di una lunga e brillante carriera imprenditoriale e manageriale al servizio dell'economia italiana e del territorio.

Piraccini è presidente di Orogel, una delle più importanti realtà agroalimentari italiane, leader nella produzione, trasformazione e commercializzazione di verdure surgelate, prodotti alimentari e specialità destinate sia al mercato nazionale sia a quello internazionale. Un'azienda che negli anni ha saputo affermarsi come modello di

innovazione, qualità e sostenibilità, contribuendo in maniera significativa alla crescita economica del Paese e alla valorizzazione della filiera agricola italiana. In una lettera indirizzata personalmente a Piraccini, Patrignani sottolinea come il riconoscimento conferito dal Presidente della Repubblica premi «una straordinaria storia imprenditoriale, il costante impegno a favore dell'agroalimentare italiano e il contributo offerto allo sviluppo economico e sociale del nostro territorio».

Il presidente di Confcommercio evidenzia inoltre la capacità di Piraccini di coniugare innovazione e radicamento territoriale, mantenendo sempre al centro le persone e la comunità. Una visione che, secondo Patrignani, rappresenta un esempio per l'intero sistema economico romagnolo e che ha consentito a Orogel di diventare un punto di riferimento non soltanto per il settore agroalimentare, ma anche per il

tessuto sociale e produttivo locale.

«Bruno Piraccini – afferma Patrignani – ha saputo interpretare il ruolo dell'imprenditore con grande senso di responsabilità, contribuendo alla crescita del territorio e sostenendo con generosità numerose iniziative a favore della comunità. La sua attenzione verso il mondo del lavoro, la valorizzazione delle competenze e il sostegno alle realtà locali ne fanno una figura unanimemente apprezzata».

Confcommercio Cesenate si unisce quindi ai numerosi attestati di stima giunti in questi giorni, riconoscendo in Piraccini una personalità che ha saputo coniugare successo professionale, spirito di servizio e attenzione al bene comune. Un percorso umano e professionale di assoluto valore che trova oggi un autorevole riconoscimento istituzionale e che rappresenta motivo di orgoglio per l'intero comprensorio cesenate e per tutta la Romagna.

TRASPARENZA E RENDICONTAZIONE

Ascom Servizi, primo report di sostenibilità



Ascom Servizi Cesena, società di servizi alle imprese controllata da Confcommercio Comprensorio Cesenate, ha

pubblicato il suo primo Report di Sostenibilità, redatto su base volontaria secondo i VSME Voluntary Sustainability Reporting Standards elaborati dall'EFRAG. Il documento rappresenta un passaggio significativo nel percorso di trasparenza e rendicontazione dell'organizzazione, che ha scelto di strutturare e comunicare in modo sistematico i propri dati e le proprie pratiche ESG, con l'obiettivo di rafforzare il dialogo con imprese associate, istituzioni e comunità locali.

Il Report segna un'evoluzione nel percorso di accountability aziendale e si inserisce in una strategia orientata alla misurazione dell'impatto ambien-

tale, sociale e di governance delle attività svolte. Ascom Servizi punta così a consolidare un modello gestionale sempre più attento alla sostenibilità e alla responsabilità d'impresa, in linea con gli standard europei.

Sul fronte ambientale, i dati evidenziano un miglioramento nel triennio 2022-2024. Le emissioni totali di gas serra (Scope 1 e 2) sono diminuite di circa il 24%, passando da 56,70 a 43,06 tonnellate di Co2 equivalente. Un risultato accompagnato da una riduzione dell'intensità emissiva rispetto al fatturato, segnale di una maggiore efficienza complessiva. Positivo anche il dato sulla gestione dei rifiuti, interamente avviati a recupero senza smaltimento.

In ambito sociale, il Report registra zero infortuni sul lavoro nel triennio considerato, a conferma dell'attenzione alla sicurezza. La struttura occupazionale è caratterizzata da stabilità, con l'87% dei dipendenti a tempo indeterminato. Il personale è composto per il 77% da donne e per il 23% da uo-

mini, mentre il 100% è inquadrato secondo il Ccnl Terziario Distribuzione Servizi Confcommercio.

Sul piano della governance, Ascom Servizi opera nel rispetto del Codice Etico confederale di Confcommercio Imprese per l'Italia, aggiornato nel 2023, che definisce principi e regole di comportamento condivisi all'interno del sistema.

«Rendere conto di ciò che si fa è il primo atto di responsabilità verso chi ci osserva e ci sostiene» ha dichiarato il presidente Augusto Patrignani (nella foto). «Con questo Report vogliamo aprire un dialogo con imprese e istituzioni, dimostrando che crescita economica e sostenibilità si rafforzano reciprocamente».

La società intende inoltre rafforzare il proprio ruolo di riferimento per le Pmi del territorio nei percorsi di rendicontazione ESG, offrendo competenze e supporto operativo alle imprese che intendono avvicinarsi agli standard di sostenibilità. Il Report completo è disponibile sul sito di Ascom Servizi.

INIZIATIVA DI FIVA CONFCOMMERCIO

Ambulanti stranieri: formazione su regolamenti, diritti e doveri



Formare gli operatori ambulanti stranieri sui regolamenti, sui diritti e sui doveri che disciplinano l'attività commerciale nei mercati è uno degli obiettivi prioritari di Fiva Confcommercio

Cesenate. L'associazione intende promuovere percorsi informativi e momenti di confronto per favorire una maggiore conoscenza delle norme e una più profonda consapevolezza culturale del contesto in cui gli operatori svolgono la propria attività. A sottolinearne l'importanza è il presidente di Fiva Confcommercio Cesenate, Alverio Andreoli (nella foto), che evidenzia come il commercio ambulante rappresenti oggi uno dei settori più multiculturali del territorio.

«I mercati sono da sempre luoghi di incontro,

scambio e integrazione – afferma Andreoli –. Negli ultimi anni la presenza di operatori provenienti da altri Paesi è cresciuta in modo significativo e oggi oltre la metà degli ambulanti attivi nel nostro comprensorio non è italiana di nascita. Si tratta di una realtà che arricchisce il settore e che merita di essere accompagnata con strumenti adeguati».

Secondo il presidente, la formazione rappresenta un investimento strategico sia per gli operatori sia per la qualità complessiva dei mercati. «Conoscere i regolamenti comunali, le norme che disciplinano il commercio su area pubblica, gli aspetti fiscali e amministrativi, ma anche le consuetudini e le caratteristiche culturali delle comunità in cui si lavora, è fondamentale per svolgere l'attività in modo corretto e professionale».

L'obiettivo di Fiva Confcommercio Cesenate è quindi quello di favorire una piena integrazione

degli operatori stranieri nel tessuto economico locale, riducendo incomprensioni e difficoltà che possono derivare da barriere linguistiche o da una conoscenza non completa delle disposizioni vigenti.

«Vogliamo mettere tutti nelle condizioni di lavorare al meglio – prosegue Andreoli –. Un operatore informato è un operatore più consapevole, più competitivo e maggiormente in grado di offrire un servizio qualificato ai cittadini. La formazione non deve essere vista come un obbligo, ma come un'opportunità di crescita professionale e personale».

Andreoli sottolinea inoltre che l'iniziativa del territorio cesenate si inserisce in un percorso più ampio promosso dall'intera federazione. «Questo lavoro viene svolto in piena sinergia con l'azione portata avanti da Fiva nazionale

SUCCESO DEI LABORATORI DI CUCINA

Orogel, Fipe e Iscom: vince il gioco di squadra



Cucine professionali a scuola. Si è svolto con grande partecipazione il primo appuntamento di «Su misura per te – Laboratorio di efficienza in cucina», il progetto promosso da Fipe Confcommercio Cesena, Iscom Formazione per le Imprese insieme a Orogel Food Service, che ha visto la presenza di quindici aziende del territorio interessate ad approfondire da vicino il mondo Orogel, la sua filiera produttiva e l'attenzione costante verso il territorio e la qualità delle materie prime. L'incontro ha rappresentato un'importante occasione di confronto sui nuovi bisogni della ristorazione professionale, sempre più orientata verso efficienza, continuità e attenzione alla salute, senza rinunciare alla qualità del prodotto.

I partecipanti - accompagnati da Fabio Gallo, del Team Chef di Orogel - hanno potuto conoscere soluzioni pensate per supportare concretamente il lavoro nelle cucine professionali, grazie a prodotti capaci di ottimizzare tempi e organizzazione mantenendo elevati stan-

dard qualitativi.

«In cucina conta certamente la professionalità, ma sempre di più anche velocità, resa e continuità: è su questi aspetti che Orogel fa la differenza», ha dichiarato il presidente Fipe Confcommercio Cesena, Angelo Malossi.

«Orogel non entra in cucina per sostituire il lavoro dello chef, ma per valorizzarlo» – dichiarano Daniele Lambertini e Alessandro Gollinucci, Direttore Commerciale e Trade Marketing Manager di Orogel – «Le cucine professionali cercano partner affidabili, non semplici fornitori. Insieme a Fipe Confcommercio cesenate e Iscom vogliamo portare avanti un progetto culturale e aziendale che guarda anche ai nuovi trend della ristorazione, dove il food è sempre più sinonimo di benessere e salute».

Un appuntamento di grande valore che segna la tappa di un percorso condiviso già iniziato, tra formazione, innovazione e supporto concreto al mondo dell'Horeca.

Nella foto l'evento tenutosi a

CONFCOMMERCIO SULL'INTERVENTO DEL COMUNE A FAVORE DELLE IMPRESE

Transizione digitale e ambientale, bando ok



Confcommercio Cesena, insieme a Cna Cesena-Valle Savio, Confartigianato Federimprese Cesena e Confesercenti Cesena, esprime apprezzamento per l'orientamento

assunto dall'Amministrazione comunale di Cesena in vista dell'imminente pubblicazione del nuovo bando destinato a sostenere gli investimenti delle micro e piccole imprese nei processi di transizione digitale e ambientale.

La misura, resa possibile anche grazie alla recente variazione di bilancio approvata dal Consiglio comunale e sostenuta con convinzione dall'assessore allo Sviluppo economico Lorenzo Plumari, rappresenta un segnale concreto di attenzione verso il tessuto imprenditoriale locale, costituito in larga parte da attività commerciali, artigiane, dei servizi e del turismo che ogni giorno contribuiscono alla crescita economica,

all'occupazione e alla qualità della vita della comunità cesenate.

Pur in attesa della pubblicazione ufficiale del bando e dei relativi criteri applicativi, le associazioni che compongono il team InCesena valutano positivamente l'impostazione anticipata dall'Amministrazione, in linea con quanto più volte richiesto dalle organizzazioni di rappresentanza.

«Accogliamo con favore questa iniziativa – dichiarano Confcommercio Cesena, Cna Cesena-Valle Savio, Confartigianato Federimprese Cesena e Confesercenti Cesena – perché va nella direzione da noi auspicata da tempo: sostenere investimenti reali e progetti concreti di innovazione, evitando logiche assistenziali o contributi distribuiti indistintamente. Le imprese hanno bisogno di strumenti che le aiutino a crescere, innovare e affrontare le trasformazioni del mercato».

Le associazioni sottolineano come le micro e piccole imprese stiano affrontando una fase particolarmente impegnativa, caratterizzata

dall'aumento dei costi di gestione, dalla necessità di adeguarsi a nuove normative, dall'accelerazione dei processi digitali e da una crescente attenzione ai temi della sostenibilità ambientale.

«In questo contesto – proseguono le organizzazioni – anche contributi di importo limitato possono rappresentare una leva importante per favorire investimenti che altrimenti verrebbero rinviati. Il valore della misura non si esaurisce nell'entità economica del contributo, ma risiede soprattutto nel messaggio che trasmette: sostenere le imprese che scelgono di investire, innovare e rafforzare la propria competitività restando radicate sul territorio».

Secondo le prime indicazioni, il contributo potrà raggiungere i 3.000 euro per impresa e sarà destinato a progetti legati alla digitalizzazione, all'efficientamento energetico, all'adozione di nuove tecnologie, all'innovazione organizzativa e ai percorsi di sostenibilità ambientale.

Nella foto il direttore Confcommercio Giorgio Piastra.

730

CON NOI IL 730 È PIÙ SEMPLICE

NIENTE ATTESE INUTILI, PROFESSIONALITÀ ED EFFICIENZA

Fino da ora è possibile **PRENOTARE IL PROPRIO APPUNTAMENTO** per la compilazione del modello 730 e del modello ISEE.

«Siamo già operativi per gli appuntamenti - spiega Nicoletta Prato, responsabile per il servizio 730 di Confcommercio - con le prenotazioni garantiamo un servizio rapido, senza file e attese inutili. I nostri esperti fiscali, con disponibilità e professionalità, verificano la conformità della documentazione da presentare, anche alla luce delle ultime novità normative, in modo da procedere con la compilazione senza difficoltà».

VI ASPETTIAMO A CESENA E NELLE NOSTRE SEDI SUL TERRITORIO CESENATE

RESP. NICOLETTA PRATO
Tel. 0547.639883
n.prato@ascom-cesena.it

INOLTRE

POTRAI RIVOLGERTI AL NOSTRO PATRONATO PER:
Assegno unico per figli - NASPI - Diaoccupazione agricola - Estratto contributivo Consulenza pensionistica.

AL NOSTRO CAP:
Compilazione ISEE - Trasmissione RED - IMU - 730 - Mod. Unico.

LE NOSTRE SEDI:

<p>CESENA: Via Giordano Bruno, 118 Tel. 0547 639882 (Caterina) Tel. 0547 639883 (Nicoletta)</p>	<p>SAVIGNANO SUL RUBICONE: Via Saffi, 23 Tel. 0541 944040 (Paola)</p>	<p>CESENATICO: P. le Comandini, 17 Tel. 0547 801777 (Sara)</p>
<p>S. PIERO IN BAGNO: Via Cavour, 5 Tel. 0543 903266 (Veronica)</p>	<p>SARSINA: Piazzetta Lucio Pisone, 14 Tel. 0547 698112 (Catalia)</p>	