

TERRITORIO, ECONOMIA E SOCIETÀ FOCUS COSTA

1 dicembre 2009 - Cesenatico

Con il focus sulla Costa si conclude il ciclo di incontri su Territorio, Economia e Società nell'area cesenate, per proseguire poi nei primi mesi del prossimo anno con l'approfondimento sull'area di Forlì, Cesena, Forlimpopoli e Bertinoro.

Nella tappa odierna, si affronteranno i temi dello sviluppo propri di un'area costiera, con un'economia naturalmente e prioritariamente costruita attorno ad un'importante risorsa naturale come il mare, ma comunque parte di un territorio integrato e solidale.

Nella serata sono nuovamente presenti gli amministratori dei Comuni del Basso Rubicone, già coinvolti nell'incontro svoltosi il 27 ottobre scorso, ma che per omogeneità di contenuti, si confronteranno in questa sede prioritariamente sui temi legati alla fascia adriatica.

Nell'attuale contesto congiunturale, i nuovi nodi dello sviluppo economico rendono quanto mai necessario ridefinire un diverso ruolo pubblico nel governo dei processi territoriali, per condividere le politiche e le strategie utili a rafforzare la coesione sociale, generare crescita economica e competitività, ricercare e valorizzare nuove potenzialità ed eccellenze. Da questo l'idea di riunire insieme istituzioni, enti, organizzazioni, associazioni, ma anche cittadini e imprese, in un dibattito aperto e propositivo sulla situazione economica e sociale dell'area, ma soprattutto sulle priorità e sulle proposte concrete che possono rafforzarne lo sviluppo.

La metodologia individuata è pienamente condivisa con l'Amministrazione Provinciale, con la quale l'ente ha promosso il Patto per lo Sviluppo. L'intervento della Camera di Commercio sintetizza anche il punto di vista delle associazioni imprenditoriali che nella Camera stessa trovano la propria espressione istituzionale, in quanto centro di stimolo per l'economia e di supporto e promozione degli interessi generali delle imprese.

Sono qui riassunti quindi anche i contributi forniti dalle organizzazioni economiche, che hanno condiviso questa metodologia di confronto fra attori politici e sociali e che si ringraziano per la disponibilità.

Si può cercare di descrivere la comunità territoriale puntando sui tre concetti al centro dell'incontro, legati tra loro da una fortissima interazione:

Il Territorio: 99,78 kmq

La Società: 61.037 abitanti

L'Economia: 7.244 imprese

Il Territorio

Attraverso la zona pianeggiante agricola, distesa ai piedi della fascia collinare, si estende il litorale cesenate, che si affaccia sul mar Adriatico per un breve tratto.

Fulcro della vita estiva della provincia, l'area è punteggiata da piccoli e suggestivi centri urbani: alcuni vantano antiche origini, mentre altri sono pittoreschi paesini immersi nel verde delle pinete o intime località balneari che si distinguono per la tranquillità e la pace delle loro spiagge di sabbia fine, per i fondali marini che digradano dolcemente, i viali alberati e le aree verdi.

Fra i centri costieri, modernamente attrezzati e capaci di accogliere un turismo sempre più numeroso e dalle esigenze differenti, unendo sapientemente ospitalità, relax, divertimento e gastronomia, Cesenatico è di gran lunga il più grande e importante. La storia del luogo è strettamente legata al mare, che si insinua verso l'interno dividendo la città in due zone: quella di Ponente tradizionalmente legata alla vita di mare e quella di Levante, dedita ai commerci. L'antico porto di pescatori, progettato da Leonardo da Vinci nel 1502, rappresenta ancora oggi il cuore ed il centro vitale della città, in cui la tradizione marinara continua a vivere e a fornire ottimo pesce fresco ai tanti ristoranti del porto canale, su cui si affacciano, tra gli altri, il Museo della Marineria e la casa natale del poeta Marino Moretti.

La Cesenatico moderna si sviluppa invece lungo i 7 chilometri di costa e comprende le località di Zadina, Valverde e Villamarina.

Da Cesenatico, proseguendo in direzione sud si raggiunge Gatteo a Mare, piccola ma dinamica località balneare nel centro della Riviera Adriatica, sviluppata su un chilometro di costa; proseguendo si incontra "la spiaggia più piccola d'Italia", ancora incontaminata, di Savignano a Mare, costituita oltre che dalla spiaggia, anche dalla rigogliosa pineta in cui sorge un attrezzato camping; per giungere infine a San Mauro Mare, frazione tranquilla e raccolta, sviluppatasi nel dopoguerra, a soli quindici chilometri dalle mondane spiagge riminesi.

La Società

E' un concetto complesso che solo per ragioni di sintesi si può tentare di descrivere attraverso le dinamiche demografiche.

Nell'area della provincia che possiamo definire "marittima" la **popolazione residente** al 31.12.2008, risulta pari a 61.037 abitanti: 24.956 a Cesenatico (40,9%), 16.970 a Savignano sul Rubicone (27,8%), 10.714 a San Mauro Pascoli (17,5%) e 8.397 a Gatteo (13,8%). La popolazione che risiede nella parte "costiera" di questo territorio, secondo le stime effettuate dai singoli comuni, è di 29.331 abitanti, pari al 47,3% del totale dell'area

“comuni marittimi”.

Negli **ultimi cinque anni** la popolazione dei quattro Comuni è aumentata ad un ritmo maggiore di quello registrato a livello provinciale: +10,58% rispetto al +5,78% dell'intera provincia. Se si esaminano i singoli comuni si nota, nello stesso quinquennio, una dinamicità demografica superiore alla media provinciale per tutta la costa: Gatteo col +19,26% (la seconda più alta fra i 30 comuni della provincia), Cesenatico col +10,46%, Savignano sul Rubicone col +9,51% e San Mauro Pascoli col +6,40%.

Nel 2008 il **tasso di crescita naturale** nei comuni di quest'area è stato del 2,7‰ a fronte di un dato provinciale che invece è risultato negativo: -1‰. Nei singoli comuni si registrano i seguenti valori: Gatteo +5,9‰, Savignano sul Rubicone +4,5‰, San Mauro Pascoli +1,2‰ e Cesenatico +1,1‰.

L'attrattività dell'area, sempre nel 2008, è risultata superiore a quella complessiva della provincia: il **tasso migratorio netto** è stato del +17,6‰ (+14,8‰ il dato provinciale). Scendendo al dettaglio comunale, si registrano i seguenti valori: Gatteo +28‰, Cesenatico +21,2‰, Savignano sul Rubicone +13‰ e San Mauro Pascoli +8,9‰.

L'**incidenza degli stranieri** sul totale dei residenti (10,3%) è maggiore rispetto al dato medio provinciale (9%), solo Cesenatico con l'8,4% fa rilevare un valore inferiore; gli altri comuni presentano tutti valori superiori: 12,4% per Savignano sul Rubicone, 11,3% per San Mauro Pascoli e 10,8% per Gatteo.

Si tratta di una dinamica che ha rilevato una costante tendenza all'aumento: nel 2003 nell'area costiera l'incidenza degli stranieri sul totale dei residenti era del 5,6%.

Il profilo demografico dei comuni della costa presenta aspetti di dinamismo e di crescita: l'**indice di vecchiaia** risulta molto meno elevato della media provinciale: ogni 100 residenti di età compresa tra 0 e 14 anni ve ne sono 124,5 con un'età di 65 anni e oltre, contro i 170,1 della media provinciale. Analizzando tale indice per comune si notano i seguenti valori: Gatteo col 100,5, San Mauro Pascoli col 104,8, Savignano sul Rubicone col 114,2 e Cesenatico col 152,1. L'**indice di struttura** della popolazione in età lavorativa (rapporto tra la popolazione di 40/64 anni e quella di 15/39) è 106,2 (115 per la provincia) e quello di **ricambio** (rapporto tra la popolazione di 60/64 anni e quella di 15/19) risulta 129,9 rispetto al 147 della provincia.

L'Economia

Le **imprese attive** a fine 2008 nel complesso dei settori economici sono risultate 7.244, di queste il 47,3% opera nel comune di Cesenatico (3.426), il 24,3% a Savignano sul Rubicone (1.759), il 15,4% a San Mauro Pascoli (1.117), il 13% a Gatteo (942).

Rispetto al 2003 si è rilevata una tendenza decisa all'aumento: +7,7% contro il +1,6% della provincia.

Tutti i comuni dell'area costiera presentano valori positivi: Savignano sul Rubicone +13,4%, Cesenatico +6,8%, Gatteo +5,5%, San Mauro Pascoli +4,2%.

In relazione alla **natura giuridica**, il 62,1% delle imprese è costituito da imprese individuali, il 26,9% da società di persone, il 9,6% da società di capitali ed il restante 1,4% da altre forme fra le quali le cooperative e i

consorzi. Nel confronto con i dati provinciali si rileva una maggiore incidenza delle società di persone ed una minore di quella di capitali.

La composizione del tessuto imprenditoriale per **settore** evidenzia il forte rilievo delle imprese appartenenti al commercio e turismo (31,7%), il 22,1% a quello dei servizi, il 19,5% al settore dell'edilizia, il 14,9% è costituito da imprese agricole e l'11,8% è composto da imprese manifatturiere. Rispetto alla composizione del tessuto provinciale, come prevedibile si rileva un'incidenza maggiore di imprese per il settore del commercio e turismo e per quello dell'edilizia.

L'analisi della struttura economica dell'area consente di far rilevare che nei Comuni marittimi ha sede quasi un terzo delle imprese attive operanti nel settore definito "alloggio e ristorazione" (settore I Ateco 2007), la maggior parte delle quali a Cesenatico. Oltre a queste, sono caratterizzanti per il profilo economico dell'area, attività di interesse più ampio che, pur non essendo esclusivamente legate al fenomeno turistico, rappresentano elementi importanti e peculiari che consentono molto sinteticamente di delineare un quadro più articolato del profilo economico dell'area: commercio al dettaglio, ristoranti, bar, gelaterie, sale-giochi, stabilimenti balneari, discoteche, lavanderie, parrucchiere, e così via.

In relazione a queste attività, gli ultimi dati puntuali riferiti al 30/9/2009 (*fonte: Stockview Registro Imprese che attribuisce le imprese ai settori col criterio dell'attività prevalente*), riportano per il "**commercio al dettaglio**" 934 imprese con le più svariate caratteristiche merceologiche. Da rilevare anche la diffusione del cosiddetto "**artigianato di servizio**", nel complesso 286 unità, che comprende per esempio parrucchiere (136), estetiste (42), lavanderie (30), officine di autoriparazioni (71) e sartorie (7).

Nel comparto "**attività alberghiere**, gestione alberghi, alloggi per brevi soggiorni, campeggi, si rilevano 366 imprese attive. Per quanto riguarda la "**ristorazione ed i pubblici esercizi**", si contano nel complesso 475 imprese, fra cui 199 bar, 43 gelaterie e pasticcerie, 129 ristoranti. I "**servizi di spiaggia**" (stabilimenti balneari) sono gestiti da 132 imprese. L'offerta complessiva in termini di "**intrattenimento**" è completata da 14 sale giochi, 6 discoteche, 4 parchi tematici.

Rilevante e di particolare interesse è l'articolazione della **struttura ricettiva**. Secondo i dati dell'Ufficio Turismo dell'Amministrazione Provinciale di Forlì-Cesena, al 31.10.2009, si contano 2.243 strutture per complessivi 53.457 posti letto. Fra questi 467 alberghi dei quali il 66,4% a "tre stelle", 149 "esercizi complementari" (8 campeggi – compresi quelli gestiti in forma mista anche come villaggio turistico, 4 alloggi agro-turistici, 3 ostelli per la gioventù, 36 "case per ferie" e 98 "alloggi gestiti in forma imprenditoriale"), 1.627 alloggi privati in affitto (bed & breakfast e affittacamere).

I **flussi turistici** hanno fatto registrare nei primi dieci mesi dell'anno 657.097 arrivi per un totale di 4.895.756 presenze. Rispetto ai primi dieci mesi del 2008, gli arrivi sono aumentati del +2,65%, ma le presenze sono diminuite dello 0,46%. Note positive per i turisti italiani: +3,76% gli arrivi e +0,50% le presenze; segni negativi per quelli stranieri: gli arrivi calano dell'1,54% e le presenze del 4,46%. Fra i "comuni marittimi", Cesenatico raccoglie il 72,9% degli arrivi e il 74,8% delle presenze.

Significativo il dato della **presenza media** (7,4 giorni) superiore al dato provinciale (6 giorni).

Per completare il quadro dell'attrattività turistica, che ha un impatto su varie tipologie di attività produttive che operano nell'area, possono essere utili i dati dei **movimenti autostradali** con particolare riferimento al traffico "leggero", ovvero alle sole automobili il cui numero è anche collegabile all'afflusso di turisti nelle singole destinazioni. Nel periodo maggio-settembre 2009, rispetto allo stesso periodo del 2008, sono stati rilevati i seguenti aumenti: Forlì +3,2%, Cesena Nord +5%, Cesena +3,1%; la variazione totale nei caselli della Riviera emiliano-romagnola, da Ferrara a Cattolica, ha fatto rilevare un +4,7%.

Il movimento registrato nell'area dei "comuni marittimi" della provincia, va letto nella cornice più ampia della **dinamica complessiva del turismo balneare** e in questo senso le recenti valutazioni dell'Osservatorio Turistico Regionale possono fornire indicazioni utili.

Il quadro di contesto vede il turismo balneare italiano attraversare da alcuni anni una fase critica e l'andamento della stagione 2009 ha risentito della crisi economica in atto. I risultati complessivi dei nostri territori sono stati per certi aspetti meno negativi di quanto temuto, in parte mitigati da azioni mirate sui mercati italiano e tedesco e dalla risorsa del turismo di prossimità. Sempre secondo l'Osservatorio, short-break e turismo di prossimità non compensano la perdita di competitività internazionale del turismo italiano, la mancanza di opzioni sulla logistica turistica dei mercati orientali, la flessione dei mercati anglosassoni. Restano da sciogliere nodi strutturali e sarebbero strategiche azioni sulla tipologia del sistema ricettivo in relazione ai nuovi stili e durata della vacanza, sulla logistica aerea e treni e promocommercializzazione adeguata.

Il generale nella stagione 2009 tutte le aree balneari italiane hanno fatto riscontrare un calo congiunturale delle presenze che si associa ad una continua leggera flessione registrata nelle ultime annualità contraddistinta da arrivi stabili o in crescita e presenze in calo.

Con riferimento alla nostra regione, l'**andamento dell'estate 2009** ha confermato le previsioni degli addetti ai lavori: in situazioni di crisi dell'economia nazionale, la **Riviera dell'Emilia Romagna** ottiene risultati migliori delle altre destinazioni turistiche per motivi di convenienza (un'offerta di ospitalità a largo spettro che consente scelte su misura anche per budget limitati), prossimità (le località balneari della nostra Riviera sono raggiungibili facilmente da chi risiede nei grandi serbatoi turistici grazie al sistema autostradale), tradizione (tre generazioni di turisti sono state "iniziate" su queste spiagge che tuttora ospitano oltre il 60% di clientela storica, leale e fedele), dimensione e tipologia (l'ospitalità alberghiera ed extralberghiera è tale da corrispondere alle "domande" più diverse).

Secondo gli operatori contattati nell'ambito dell'Osservatorio, il risultato dell'estate 2009 è da un lato un segnale di "scampato pericolo", ma dall'altro è la conferma di un trend negativo che in tre anni ha sottratto presenze e fatturati alla Riviera.

Il risultato dell'estate 2009 è stato supportato e "generato" da una serie di azioni messe in campo dagli operatori pubblici sulla base di strategie di marketing condivise con gli imprenditori privati. Una spiegazione

della "tenuta" emiliano-romagnola può essere, sempre secondo l'Osservatorio, dovuta ad una serie di investimenti promocommerciali (campagna Primaveraile, di Pentecoste, campagna "Accogliente, Divertente, Conveniente..", Notte Rosa, Riviera Beach Games) che hanno aumentato la visibilità della Riviera romagnola sui media e attenuato gli effetti della recessione.

Tra i settori caratterizzanti dell'area dei Comuni marittimi sono significative le attività legate alla **pesca**: secondo i dati del Registro Imprese, nei quattro comuni risultano iscritte 76 imprese operanti nel settore della pesca e 18 dell'acquacoltura. Nel comune di Cesenatico opera un attivo mercato ittico nel quale, nell'anno 2008, sono stati introdotti 23.136 quintali di prodotti della pesca, per un valore di oltre 7 milioni di euro: poco meno di 17.000 quintali di pesce, 2.300 quintali di molluschi e quasi 4.000 quintali di crostacei. Nei primi 6 mesi del 2009, secondo i dati diffusi dal Mercato Ittico, il prodotto pescato è diminuito rispetto al corrispondente periodo del 2008: -3,6% di prodotto e -1% di fatturato. Anche i dati di settembre e di ottobre 2009, dopo il consueto fermo-pesca estivo, segnano una diminuzione. Le frequenti mareggiate impediscono l'uscita delle barche, costituite da molte unità di piccole dimensioni, la cui attività è più legata alle condizioni atmosferiche rispetto alle grosse imbarcazioni degli altri paesi europei.

Nonostante i segnali positivi annunciati e la relativa tenuta delle realtà turistiche, la crisi non è ancora terminata, ma anzi, se non si verificherà la ripresa dei consumi e degli ordinativi, nei prossimi mesi si potranno registrare i primi pesanti impatti in campo sociale.

Per tale ragione è indispensabile che siano chiaramente definite ed avviate politiche industriali nazionali, finalizzate all'uscita dalla congiuntura negativa, al rilancio dei consumi, degli ordini, delle opere infrastrutturali ed a sollevare la competitività di tutto il sistema Paese. Contemporaneamente servono politiche amministrative locali attente alle micro, piccole e medie imprese di tutti i settori, che costituiscono la parte trainante dell'economia locale.

Ma allo stesso tempo, lo sforzo delle istituzioni deve essere accompagnato da scelte e strategie aziendali di medio/lungo periodo, nella direzione dell'innovazione, della ricerca, dell'etica, della sostenibilità, dell'internazionalizzazione, della managerialità, della formazione e della qualità, per essere pronti per la ripresa dell'economia.

Per questo alle istituzioni locali deve essere chiesto il massimo sostegno per l'attivazione di processi virtuosi di crescita, per facilitare l'entrata ed il posizionamento in mercati strategici e soprattutto per accedere alle risorse finanziarie indispensabili per il normale funzionamento delle imprese e per la realizzazione degli investimenti necessari allo sviluppo.

L'ente camerale è da sempre attento ad incoraggiare il dinamismo e l'innovazione delle imprese, con un impegno importante di oltre 4,8 milioni di euro che il Consiglio ha reso disponibili per azioni ed interventi per lo sviluppo del territorio provinciale, per le infrastrutture e le imprese.

Un impegno prioritario della Camera è da sempre riservato all'internazionalizzazione, attraverso la messa a disposizione delle imprese di un sistema informazioni e di relazioni su mercati e sistemi Paese esteri, la costruzione di progetti settoriali ed intersettoriali finalizzati a favorire i rapporti commerciali con operatori stranieri ed allo sviluppo del marketing internazionale fra le funzioni aziendali ed infine con un sistema di incentivazione finanziaria per la partecipazione a fiere specializzate all'estero o a progetti di penetrazione commerciale realizzati in forma aggregata.

Sulla scia del protocollo d'intesa per la competitività del sistema imprenditoriale ed il sostegno ai redditi delle famiglie, promosso da istituzioni locali banche, confidi, associazioni economiche e sindacali in per il sostegno allo sviluppo economico e alle famiglie è derivato il **Fondo per la competitività**, un importante intervento posto in essere dall'ente camerale per favorire le imprese che, nonostante il difficile contesto congiunturale, investono in progetti innovativi, avviano piani di sviluppo, di aggregazione o di rafforzamento patrimoniale. Tale intervento è divenuto operativo dal 1° ottobre e si avvale di risorse per 540.000 euro fino a tutto l'anno 2010, da destinare alla contribuzione in conto interessi (3 punti su base annua, con 1 punto a carico del beneficiario) e all'abbattimento totale del costo della garanzia in favore delle imprese che accedono a finanziamenti garantiti dai confidi per realizzare innovazioni di prodotto, di processo, organizzative e commerciali, interventi di capitalizzazione, operazioni di fusione e aggregazione, start-up e trasmissione d'impresa.

E' quindi molto forte il sostegno dell'ente per favorire l'accesso al credito tramite il sistema dei confidi, intervento che trova nel bilancio di previsione dell'anno 2010 anche un importante stanziamento finanziario, pari a euro 1.400.000, per la **contribuzione in conto interessi e l'integrazione del fondo rischi** in favore delle imprese della provincia che accedono a finanziamenti garantiti dai confidi per realizzare investimenti produttivi, organizzativi ed effettuare operazioni di consolidamento del debito. Infine, è ancora operativo un **fondo straordinario** di 500.000 euro **per interventi in co-garanzia** con i confidi per crediti a breve/medio termine e per moratorie fino a 12 mesi nei piani di rimborso.

Per rendere maggiormente incisivi e coordinati questi interventi, l'ente camerale si rende disponibile a svolgere una funzione di raccordo e di coordinamento delle risorse messe a disposizione dalle singole amministrazioni locali per il tema dell'accesso al credito. Una scelta di questo genere, permetterebbe l'impostazione di politiche pubbliche di sostegno alle imprese maggiormente coordinate e finalizzate, ed allo stesso tempo costituirebbe una semplificazione delle procedure di concessione in capo alle singole amministrazioni, che verrebbero uniformate e centralizzate presso l'ente camerale.

L'area della costa che questa sera si esamina trova in Cesenatico un punto di riferimento economico e marittimo; questo centro, che fino agli anni '50-'60 basava la propria economia prettamente sulla pesca e sulle attività marittime, con un elevato numero di abitanti impiegato in tali attività, ha modificato il proprio modello di sviluppo con la crescita economica e il boom turistico di quegli anni, riuscendosi ad affermare, unitamente alla Riviera Romagnola, come un polo di attrazione turistico europeo, capace di accogliere annualmente milioni di

turisti ed essere oggi il settore economico trainante dell'area, in termini sia di numero di imprese, - migliaia fra alberghi, stabilimenti balneari, ristoranti, bar, esercizi commerciali, strutture tematiche e di intrattenimento -, sia di occupazione.

Ha preso forma così in quegli anni un modello **turistico** articolato in numerose infrastrutture di servizio ed accoglienza, che ha portato però a frazionare il territorio in tantissime piccole imprese e ad esprimere un'offerta costruita attorno alla fidelizzazione della clientela, a soggiorni abbastanza lunghi, a piccole pensioni a conduzione familiare con apertura estiva, che ben si adeguava alle abitudini ed ai modelli di vacanza di quarant'anni fa, ma che va riformulata in funzione delle nuove richieste. Oggi i turisti hanno sostituito alle più lunghe vacanze tradizionali, soggiorni brevi e frequenti, sono maggiormente attenti ai servizi di qualità, ad un'offerta destagionalizzata ed a complessi alberghieri in grado di offrire ampi spazi comuni di socializzazione (piscine, giardini, aree di intrattenimento, etc.), opzioni queste, che le piccole strutture non possono sostenere singolarmente. Diviene così necessario procedere ad una trasformazione del sistema ricettivo dell'area, facendo leva prima di tutto sulla **qualità della ricettività**. Questa conversione è in parte avviata, con l'affermarsi di un numero crescente di alberghi a tre e quattro stelle, rispetto a strutture di categoria inferiore, ma sarà comunque parziale rispetto ai modelli turistici moderni, che richiedono standard alberghieri non sostenibili dalle piccole imprese che compongono l'attuale offerta ricettiva, riqualificazione che incontrerà maggiori difficoltà nell'imprenditoria "in affitto", inevitabilmente meno affezionata alla struttura ed alla qualità dei servizi offerti. Analogo ragionamento va applicato al significativo, ma più sfuggente mercato degli appartamenti in affitto, che rispondono ad una specifica quanto diffusa domanda di ricettività, che talvolta si propone con modalità e servizi non sempre ai massimi livelli.

Pertanto dovrà essere massima l'attenzione degli Amministratori rispetto alle scelte da compiersi per i nuovi insediamenti e per le poche aree esistenti su cui nasceranno nuovi impianti sostitutivi delle attuali strutture, vale a dire le aree delle colonie di Cesenatico, l'area termale di Valverde, l'ex colonia Veronese e l'area ex Nuit, dove verranno a collocarsi grandi e qualificate strutture ricettive, ambiziosi e strategici progetti ad alta valenza turistica, capaci di costituire veri e propri volani per il settore e per il territorio nel suo complesso.

Merita di essere citato il progetto "Città delle Colonie", un vero e proprio disegno di riqualificazione dell'area Ponente della città di Cesenatico, finalizzato alla creazione di un polo con vocazione turistico-ricettiva, naturale, sportiva, collettiva e sociale che, attraverso il potenziamento di strutture e servizi turistici e la qualificazione delle condizioni ambientali ed infrastrutturali, possa configurarsi come futuro asse per lo sviluppo economico della città, e diventare un ulteriore strumento di competitività rispetto alle numerose offerte della costa. Analogamente per il progetto "Centro Termale", articolato nella realizzazione di un centro di benessere-termale nell'area di Valverde e del parco di Levante, dove sorgeranno anche un villaggio, un albergo, un'area commerciale e di ristorazione, impianti sportivi e di servizio, per offrire un ulteriore elemento di eccellenza per la città.

Uguale attenzione va posta alla **stagionalità** dell'offerta turistica, che continua pesantemente a connotare le attività e a condizionare la redditività delle strutture, strettamente vincolate all'andamento delle attività dei mesi estivi; diviene necessario aggiungere al già ricco calendario di appuntamenti estivi (culturali, musicali, gastronomici, sportivi, etc.), ulteriori eventi o proposte slegate da questa fascia, ma idonee a richiamare turisti e visitatori anche negli altri periodi dell'anno, come l'offerta di location idonee per convention aziendali, l'apertura continuativa di stabilimenti balneari opportunamente arricchiti con iniziative legate alla gastronomia, alla salute e al benessere, il centro benessere-termale, le numerose manifestazioni ciclistiche e sportive, gli itinerari insoliti ed originali, etc.

La proposta commerciale deve necessariamente divenire **flessibile e diversificata** attraverso un'adeguata integrazione sia fra i servizi connessi al turismo di mare (hotel e spiaggia), sia con le eccellenze e le attrazioni del territorio inteso in senso più ampio; da qui l'esigenza di costruire pacchetti omnicomprensivi capaci di unire al viaggio e soggiorno in albergo anche visite culturali, natura, collina, montagna, storia, sport, commercio, eventi, enogastronomia, artigianato artistico, etc., per offrire al turista un panorama ampio e ricco delle eccellenze locali e nazionali.

Negli ultimi anni in particolare più che al dato degli arrivi e delle presenze turistiche si guarda con timore alla **minore redditività delle imprese** attribuibile ad una serie di fattori, prima fra tutti la generale crisi economica e dei consumi, la stagionalità, la contrazione dei margini nelle offerte promozionali e nei pacchetti all-inclusive, oltre a tutta una serie di costi funzionali a potenziare l'offerta degli spazi e dei servizi gratuiti per la clientela e ad ampliare l'offerta di posti letto, elementi che hanno determinato contrazioni nel fatturato e soprattutto nell'utile d'impresa, con ulteriori criticità nel comparto del commercio tradizionale.

Cesenatico è riuscita a dotarsi con **Gesturist** di un prezioso patrimonio di esperienze e professionalità a servizio del cittadino e del turista, costituendo con successo una società oggi composta da pubblico e privato, aperta al contributo attivo delle associazioni di impresa, capace di gestire efficacemente attività e progetti di promocommercializzazione di prodotti e servizi turistici, di realizzare iniziative di riqualificazione delle aree a vocazione non solo turistica, ma anche nel campo della pesca, delle infrastrutture strumentali, del miglioramento delle condizioni ambientali e dello sviluppo dell'economia del territorio.

A fronte della necessità non più prorogabile di riqualificare le strutture ricettive e turistiche in generale, per rispondere ad esigenze specifiche dettate dal mercato e dalla concorrenza, servono politiche urbanistiche immediate e straordinarie per favorire l'accorpamento, la ricostruzione ed il rinnovo degli alberghi, snellire gli iter di autorizzazione dei progetti, migliorare qualitativamente le zone-mare e i centri storici, con interventi sulla viabilità e sull'arredo urbano. Analogamente, attraverso l'impegno congiunto di Regione, Province, Comuni, Camera di Commercio e banche, si deve favorire il reperimento delle risorse e l'accesso a finanziamenti agevolati, necessari ad aiutare ed incentivare gli investimenti sul territorio.

Il potenziamento dell'offerta turistica e l'applicazione di forme innovative di attrazione, perché siano realmente efficaci, devono essere sostenute da adeguati investimenti nel territorio, da progettare e finanziare anche con

modalità alternative rispetto alle tradizionali fonti pubbliche, ma soprattutto da condividere con gli operatori economici, i Club e le Unioni di prodotto, le istituzioni, le associazioni economiche e civili, aggregando in modo sinergico le forze economiche ed imprenditoriali e ricercando alleanze pubblico-privato. La normativa, regionale che regola il settore turistico, è tuttora all'avanguardia, a partire dalla legge regionale 7/98, sull'organizzazione e la promocommercializzazione turistica non di singole offerte o ambiti territoriali ristretti, ma di un territorio regionale integrato. Questo impianto normativo viene a creare dei Sistemi Turistici Locali articolati in Unioni di prodotto, come l'Unione Costa per questa area, a cui aderiscono tutti i Comuni della regione che si affacciano sulla costa e i numerosi Club di prodotto, aggregazioni cioè di imprese private; grazie a questa normativa, pubblico e privato condividono idee e risorse per promuovere la realtà della costa. Oggi c'è la necessità di ricostruire quella filiera del turismo, che negli ultimi anni ha segnato il passo, per mettere al centro della promozione un sistema di prodotti e servizi di qualità, capaci di trasformare la vacanza in esperienza di continua scoperta dell'identità di un territorio, della gente che vi abita, degli usi e delle tradizioni e dei prodotti enogastronomici tipici. Da qui la necessità di creare progetti di filiera, integrando le eccellenze che il territorio può esprimere, in un circuito virtuoso di crescita.

Ne è un esempio evidente l'enorme potenzialità che possono esprimere insieme il sistema turistico ed il sistema agroalimentare, a maggior ragione se di qualità come quello del territorio provinciale. L'inserimento sistematico dei prodotti enogastronomici ed agricoli locali di stagione nei menù della ristorazione e degli alberghi locali, introduzione purtroppo non così scontata, permetterebbe da un lato di elevare la qualità dell'accoglienza offerta, suscitando un'affezione al luogo ed al prodotto capace di durare anche dopo il ritorno a casa e dall'altro promuoverebbe il consumo e la vendita dei prodotti agricoli ed agroalimentari locali attraverso canali più diretti ed equi in termini di redistribuzione del reddito.

Va quindi incentivato un sistema di commercializzazione "corto" dei prodotti locali negli esercizi turistici, come pure nella ristorazione pubblica di ogni ordine e grado, come strumento di qualità e di sviluppo sostenibile dell'economia.

Il principio ispiratore di rivolgere progettualità e risorse non più verso singole realtà o singoli prodotti (mare, terme, arte, ecc.) ma di proporre integralmente il territorio con le sue molteplici offerte, senza limitarsi a ristretti ambiti territoriali, è stato alla base del **piano di promozione turistica ed economica locale**, della Camera di Commercio che ha, fra le proprie priorità, lo sviluppo del sistema turistico, inteso come leva per la promozione del territorio e per il marketing dei prodotti. L'ente ha sviluppato in forma sperimentale nel corso del 2009, ed intende proseguire negli anni successivi, una progettualità condivisa dagli enti locali e dalle istituzioni preposte alla promozione turistica, rivolta all'offerta aggregata di prodotti e servizi non solo turistici, ma anche enogastronomici, artigianali, di qualità ed eccellenza, realizzando iniziative alle quali hanno partecipato con soddisfazione anche enti ed imprenditori dell'area. La Camera di Commercio gestisce un fondo alimentato da APT, da enti pubblici ed istituzioni private per sostenere un piano di promozione turistica ed economica locale, oltre che di sostegno alle strutture che si avvarranno del valore aggiunto rappresentato dall'operatività dello

scalo aeroportuale forlivese; e su tale intervento l'ente camerale richiede anche alle Amministrazioni Comunali di questa area un sostegno adeguatamente proporzionato. Servono infatti **politiche di sviluppo turistico integrate** ed interconnesse, finalizzate all'entrata in circuiti più ampi in Italia e all'estero ed alla raccolta delle risorse necessarie per promuovere il territorio e gli investimenti infrastrutturali funzionali al turismo, perché sostenendo questo comparto, si rafforza tutta l'economia del territorio e si creano opportunità e posti di lavoro. Nel corso dell'anno 2009 l'ente, con la collaborazione dell'azienda speciale CISE, ha raccolto un'esigenza di valorizzazione espressa dalle strutture ricettive sviluppando il **marchio di qualità "In famiglia"**, che definisce e promuove, attraverso specifici parametri tecnici di misurazione della qualità dell'accoglienza, accertati da un ente terzo indipendente, le strutture della provincia con servizi rivolti alle famiglie con bambini. Il marchio intende offrire agli operatori, declinati fra Mare, Cultura, Natura e Relax, un valore aggiunto derivante dalla maggiore attrattività verso questo segmento di mercato.

Analogamente, propone da alcuni anni agli alberghi ed ai ristoranti della provincia il **marchio di qualità Isnart** per le imprese turistiche, un marchio diffuso ormai in tutto il territorio nazionale, finalizzato ad accrescere la qualità dell'offerta e a generare nuove opportunità di promozione per le imprese aderenti.

In sinergia con il turismo operano centinaia di ristoranti, bar, locali per intrattenimento ed **esercizi commerciali** in generale, che devono soprattutto oggi trovare modelli di sviluppo più autonomi e meno legati al settore. In questi anni, specialmente a Cesenatico, si sono affermati due forti poli attrattivi, non unicamente legati alla stagione turistica: il primo nel centro storico, caratterizzato da una serie di piccole attività alimentari specializzate ed il secondo sul lungomare Carducci più dedicato allo shopping. Ma, analogamente a quanto accade nel Basso Rubicone, queste attività commerciali stanno ancor assimilando l'impatto negativo in termini di redditività, generato dall'insediamento di supermercati, ipermercati, centri commerciali ed outlet sorti nella zona di Savignano ed in altre aree della Romagna.

Con riferimento alla "zona mare" di Cesenatico è da apprezzare la recente costituzione dell'ATI "Cesenatico, lungomare e dintorni", composta da stabilimenti balneari, pubblici esercizi e negozi, finalizzata a individuare l'area mare come Centro Commerciale Naturale e fruire quindi di agevolazioni regionali. A fronte della promessa del privato a rinnovare ed abbellire gli esercizi, ad ideare iniziative di promozione e valorizzazione di Cesenatico-Mare c'è l'impegno del Comune a realizzare, in parte è già stato fatto, opere pubbliche come la sistemazione del lungomare ponente, il miglioramento delle infrastrutture, dell'arredo urbano, della viabilità, etc.

Sul tema dell'**abusivismo commerciale**, un fenomeno che rischia unicamente di danneggiare il sistema imprenditoriale ed impoverire il territorio, l'impegno dei Comuni è stato determinato ed efficace, grazie anche all'impiego dei gruppi interforze. Deve comunque proseguire lo sforzo congiunto degli enti e delle istituzioni per contrastare questo fenomeno, accompagnandolo ad un'alleanza fra le forze economiche e sociali per tutelare un sistema economico sano e trasparente.

L'**artigianato**, composto prevalentemente da piccole imprese dedite soprattutto al servizio per la città, per la casa, per la persona, per la nautica, artistico ed alimentare, si è sviluppato in modo armonico con il turismo, fino a divenirne parte integrante e fondamentale, grazie anche all'esperienza unica ed innovativa maturata a Cesenatico nella manutenzione della città attraverso il rapporto fra imprese artigiane e Gesturist; serve però ora investire nella formazione professionale degli imprenditori per continuare a proporre sul mercato prodotti e servizi innovativi ed all'avanguardia.

L'impegno a garantire un elevato livello nei servizi pubblici (verde, edifici pubblici, strade, illuminazione, ecc.), anche attraverso appalti affidati alla professionalità delle imprese artigiane locali non può che essere incentivato, in quanto garanzia di qualità e, nel breve, anche una risposta concreta alla crisi che ha colpito le aziende della costa, in particolare il settore edile, con una flessione degli ordinativi, della produzione e del fatturato. Una situazione difficile, contro la quale queste piccole imprese hanno cercato fino ad ora di resistere salvaguardando lavoro e occupazione, una crisi però che prolungata nel tempo mette in discussione la sopravvivenza di molte aziende.

Va quindi potenziato lo sforzo dell'Amministrazione Comunale di Cesenatico di prevedere con il piano strutturale il completamento delle varie zone artigianali collocate in vari punti della città per dare risposta, nel breve e medio periodo, alle richieste di insediamento e ampliamento delle imprese artigianali.

Riguardo alla questione dei canoni e delle concessioni sul **demanio statale marittimo** è necessario un definitivo chiarimento, sia sui nuovi importi dei canoni annui, che impatteranno notevolmente sul reddito d'impresa, sia sulla legittimità o meno della legge regionale che introduce la possibilità di proroga ventennale delle concessioni alle aziende balneari che effettuano investimenti finalizzati all'ammodernamento delle strutture balneari, all'innovazione e alla qualificazione dell'offerta turistico ricreativa. Al di là dell'oggettiva opportunità di valorizzare e riqualificare al più presto le spiagge, è altrettanto importante fornire agli operatori economici certezze sui tempi e sulle modalità degli investimenti e dei relativi ammortamenti, per evitare, proprio a causa di tale indeterminatezza, il blocco degli interventi.

Il settore della **pesca** a Cesenatico è uno dei più attivi della riviera romagnola e si avvale di una delle più importanti e variegate marinerie della regione; attraverso le circa 90 imbarcazioni operative sono praticati quasi tutti i tipi di pesca presenti nel Mediterraneo ed il volume di affari è tale da rendere questa attività produttiva, dopo il turismo, una delle più importanti del territorio. Considerando anche le attività connesse, quali il commercio ittico, la cantieristica, i trasporti, i servizi portuali ed amministrativi, viene a configurarsi una vera e propria filiera, con un numero di occupati importante.

Nonostante i continui interventi comunitari, l'attività della pesca ha visto un preoccupante e progressivo calo di redditività delle imprese, incapaci di reggersi senza aiuti pubblici, rendendo l'attività oggi poco attraente per i giovani imprenditori e venendo a determinare nel medio periodo decisi ridimensionamenti.

A partire dalla metà degli anni ottanta, l'Unione Europea, pur prefiggendosi obiettivi condivisi quali la razionalizzazione dell'attività di pesca nei mari comunitari, la salvaguardia delle risorse e l'ammodernamento

della flotta degli Stati membri, ha adottato politiche di intervento che hanno prodotto l'effetto di ridurre il numero dei motopescherecci attivi e la messa in esercizio, anche in mari piccoli e circoscritti come l'Adriatico, di grandi imbarcazioni, con portata di pesca non sempre in linea con le capacità di ripopolamento. Questo eccessivo sforzo di pesca causato dalle grandi imbarcazioni non va sottovalutato, ma anzi serve una collaborazione con la ricerca scientifica per garantire lo sfruttamento sostenibile dell'ecosistema marino e monitorare i reali stock ittici presenti in Adriatico, elementi in base ai quali costruire piani di tutela e di sviluppo. La politica dell'Unione Europea di introdurre una disciplina unitaria per mari di piccole e grandi dimensioni rischia di sgretolare la rete di piccole e medie imbarcazioni che caratterizzano la pesca, non solo cesenaticense, ma italiana. A ciò si aggiungono anche i timori derivanti dall'entrata in vigore nel giugno 2010 della nuova normativa comunitaria che limita la media e piccola pesca a strascico, usata da quasi la metà delle imbarcazioni della marineria di Cesenatico, in favore delle reti a maglie più larghe, idonee per mari con pesci a pezzature più grandi e contemporaneamente aumenta la distanza costiera minima per il suo esercizio. Il problema non interessa solo la fascia costiera romagnola, ma va affrontato in modo serio, dando contenuti concreti a strumenti quali i piani di gestione e/o il distretto di pesca del nord-adriatico, previsti dalla stessa normativa comunitaria, nella direzione della gestione concertata e sostenibile di vaste aree di pesca.

A Cesenatico si trova anche un fiorente centro di **commercio ittico**, con un mercato ittico, gestito da Gesturist dal 2003, che tratta oltre 20.000 quintali fra pesci, molluschi e crostacei, che vengono destinati parte al consumo privato, parte alla ristorazione specializzata, parte all'esportazione verso mercati stranieri. Vista l'importanza strategica e storica di questa infrastruttura, è in fase di programmazione una corposa riqualificazione del complesso mercatale, che prevede anche la completa informatizzazione della vendita, finanziando gli investimenti in parte con la cessione dei magazzini agli operatori privati, che potranno così procedere ad autonomi interventi di qualificazione, ed in parte con contributi pubblici.

Positiva è stata anche la scelta dell'Amministrazione di destinare una nuova area alla **cantieristica navale**, una piccola imprenditoria storica in forte crisi a causa della concorrenza dei grandi cantieri italiani ed esteri, che richiede sostegni economici e non. Va quindi avviato in breve tempo il risanamento ed il recupero turistico della Vena Mazzarini per la realizzazione del porticciolo, che sarebbe funzionale sia alla Cesenatico turistica-naturalistica, sia al settore.

Nell'affrontare il tema delle **risorse naturali**, l'attenzione si sposta subito sulla **qualità delle acque di balneazione**, che migliora in tutta la costa, andando nel 2009 a premiare con il riconoscimento della **Bandiera Blu** le **spiagge di Cesenatico e San Mauro**, che si sono distinte per la qualità delle acque di balneazione e dell'arenile, l'assenza di scarichi fognari ed industriali, i servizi igienici e le attrezzature per la raccolta dei rifiuti nelle spiagge, l'esistenza di piani ambientali di recupero costiero e progetti per le emergenze ambientali, la facilità di accesso alla spiaggia e l'equilibrio fra attività balneari e rispetto per la natura. Sempre per l'anno 2009, per la sezione della **Bandiera Blu** dedicata agli **stabilimenti balneari**, Cesenatico ha visto entrate nel ristretto gruppo dei riconoscimenti italiani il Bagno Milano ed il Bagno Venezia, che si sono distinti per

l'introduzione nelle rispettive strutture di dispositivi ed impianti tecnici innovativi ispirati alla tutela dell'ambiente e all'impiego di energie rinnovabili.

Il territorio è da sempre sensibile al tema della **salute del mare** e agli effetti dei **cambiamenti climatici** nel mare e nelle zone costiere, elementi primari per un'area che fonda la propria economia nel turismo e nella pesca, e mostra di essere costantemente attento alle politiche di controllo per comprendere e contrastare fenomeni che possono minacciare la qualità delle acque marine e determinare l'erosione del litorale. Non a caso a Cesenatico ha sede il Centro Ricerche Marine, accreditato come laboratorio nazionale di riferimento per le biotossine marine, a cui compete l'organizzazione e il coordinamento delle attività dei laboratori nazionali incaricati dell'analisi in tutta Italia e ha base come centro logistico di ARPA il battello oceanografico "Daphne II", attrezzato per compiere controlli e studi sull'ecosistema marino e sulla qualità delle acque.

Importanti ragionamenti sull'ambiente e sulla sostenibilità vanno impostati anche per le aree urbane, incentivando la riqualificazione energetica degli edifici pubblici, che grazie al conto energia risulterebbe sin dall'inizio finanziariamente meno gravosa e capace di generare nel lungo periodo un vero e proprio ritorno economico per le Amministrazioni e indirettamente anche per il sistema imprenditoriale qualora la maggiore domanda di tecnologia, di componenti, di impianti e di assistenza fosse soddisfatta dalle aziende locali.

Analogamente va sostenuta l'introduzione di sistemi di gestione ambientale e di meccanismi di dialogo informativo sulle prestazioni ambientali, come la scelta fatta dal Comune di San Mauro, che può vantare la certificazione EMAS, il più importante riconoscimento a livello europeo in materia di qualità ambientale e la messa a regime e l'estensione in altre aree della sperimentazione della raccolta differenziata a domicilio realizzata, già dalla trascorsa stagione estiva, a Gatteo Mare e San Mauro Mare.

Di pari passo deve procedere lo sforzo congiunto degli enti locali per diffondere la cultura della sostenibilità ambientale presso le imprese e i cittadini, incentivando l'impiego di fonti energetiche rinnovabili ed il risparmio energetico nelle imprese, nell'intento di far percepire le tematiche ambientali come fattori di competitività del territorio e di opportunità di sviluppo economico, piuttosto che come rinunce e limitazioni. E' però necessario che la parte pubblica sostenga tali progetti sin dal momento della progettazione, garantendo la semplificazione procedurale e la riduzione dei tempi delle autorizzazioni, mantenendo i benefici del conto energia per le imprese e attivando, ove possibile, delle forme di incentivazione finanziaria.

L'ente camerale si sta muovendo in questa direzione, in quanto sta progettando un intervento economico che si indirizzerà prioritariamente al sostenimento degli investimenti e all'acquisizione delle competenze necessarie per l'impiego di energie alternative, per l'adozione di strumenti finalizzati al risparmio energetico e per l'utilizzo di marchi di qualità ecologica e di certificazione ambientale.

Analogamente ad esperienze già avviate in altre aree, un'attenzione particolare deve essere riconosciuta al tema della **bioedilizia**, alla ricerca cioè di soluzioni architettoniche e ambientali innovative, con utilizzo di materiali e tecniche abitative, in grado di ottimizzare i benefici del clima, il "regolatore" naturale del territorio, come le aree verdi, che possono contribuire ad un bilancio ambientale ottimale riducendo lo squilibrio

microclimatico che sempre più connota le città. Questo nuovo modello comportamentale determina un impatto sia sulla qualità dell'ambiente (isola di calore, inquinamento atmosferico, ecc.) sia sul piano urbanistico-economico (piani energetici, pianificazioni lungimiranti, piani paesistici dettagliati), determinando cambiamenti negli schemi insediativi tradizionali.

I concetti di sostenibilità e di risparmio energetico devono quindi essere inseriti sin dall'inizio nel processo di pianificazione urbana, sia abitativa, sia industriale, nel rispetto dell'orientamento al sole e del costruito storico. Una pianificazione sostenibile, unitamente ad una progettazione paesistica ottimizzata, possono portare ad un considerevole miglioramento delle condizioni microclimatiche della città, con conseguenti benefici sul benessere dei cittadini, degli ospiti e sui risparmi delle imprese.

La competitività di un territorio, non solo localizzato in aree montane, ma anche in pianura, non può prescindere dalle opportunità offerte e dall'accessibilità alle sue infrastrutture; il tema della **mobilità** (di merci, persone e servizi) diviene quindi strategico per garantire qualità di vita ai cittadini che vi abitano ed ai turisti che vi soggiornano ed adeguati livelli di competitività alle imprese che vi operano. Per tale ragione la pianificazione urbanistica e territoriale deve offrire soluzioni legate allo sviluppo sostenibile, all'integrazione europea, alla qualità dei servizi ed all'innalzamento degli standard di sicurezza.

La facilità di accesso e l'agevole percorribilità delle vie di collegamento (strade, ferrovie, aeroporti) alle zone turistiche divengono un fattore strategico per rendere l'area appetibile, pertanto se le abitudini dei turisti si sono orientate verso soggiorni più corti ma più frequenti, diviene determinante offrire destinazioni facilmente raggiungibili. Il posizionamento dell'area lungo il Corridoio Adriatico ed al centro dell'incrocio di arterie internazionali deve tradursi in risorsa competitiva, non in svantaggio a causa delle difficili condizioni di percorribilità e sicurezza. Vanno pertanto sollecitati il completamento del nuovo Casello del Rubicone, l'ammmodernamento e messa in sicurezza dell'E45, la realizzazione dell'E55, come pure lo snellimento dell'asse autostradale A14 di Bologna, divenuto ora un nodo non più in grado di sostenere il massiccio flusso di auto che si riscontra nei periodi di esodo. Oltre alle grandi arterie, vanno ammodernati anche i collegamenti dei singoli centri fra loro e con la Statale Adriatica, attraverso il completamento del nuovo ingresso/uscita di Ponente a Cesenatico e la realizzazione della metropolitana di superficie, per rendere veloci i collegamenti costieri.

Analogamente, per proporre l'area anche e nei mercati stranieri, è fondamentale dotarsi di un sistema aeroportuale coordinato ed efficiente per la Romagna. Pertanto, una volta superata la delicata fase della privatizzazione della società di gestione dello scalo forlivese, gli sforzi dell'ente camerale saranno indirizzati verso l'integrazione e la messa in rete dei servizi degli aeroporti di Bologna, Forlì e Rimini, dal momento che il turismo della riviera non può prescindere da efficaci collegamenti aerei.

Sul tema dell'accesso alle tecnologie ad alta velocità per le **telecomunicazioni** e le **infrastrutture telematiche**, una forma di integrazione e di partecipazione alla società dell'informazione, non si segnalano particolari disagi, né per la pubblica amministrazione, né per i privati nell'accesso alle reti telematiche ad alta

velocità; si può quindi compiere un salto di qualità nell'offerta dei servizi del territorio e progettare una rete telematica a fibre ottiche per offrire servizi portuali e turistici ai diportisti che intendono accedere ai porti della costa. Con la cablatura delle marine e dei circoli velici diverrebbe così possibile usufruire per via telematica di alcuni servizi a terra, quali la prenotazione, il controllo e la sorveglianza a distanza dei posti barca ed ad ulteriori servizi in mare, come la connessione ad internet con sistemi wireless durante la navigazione e l'accesso ai bollettini per la navigazione. Sarebbe inoltre possibile consultare via mare tutte le informazioni disponibili sugli eventi e sulle manifestazioni turistiche dell'area, estendendo così l'innovativo, e unico in regione, progetto di guida turistica multimediale per i-pod e i-phone scaricabile via internet, avviato dal Comune di Cesenatico nella stagione trascorsa.

Per uscire dalla crisi, che si è abbattuta pesantemente anche in questa area è necessario che il sistema economico e politico, pubblico e privato si impegni ad attuare una **completa coesione amministrativa**, non solo territoriale, ma anche economica e sociale, per creare sinergie e dare più voce ai bisogni e alle priorità dell'area.

E' inoltre fondamentale condividere politiche residenziali, scolastiche, formative, tariffarie e **sociali**, con particolare attenzione alla presenza extracomunitaria, che rappresenta oggi una parte indispensabile della forza lavoro.

Per quanto riguarda la P.A., è richiesto prima di tutto l'impegno al **contenimento dei tempi di pagamento**, anche attraverso accordi con le banche per la cessione dei propri crediti, per evitare che il Patto di Stabilità penalizzi le imprese e l'impegno alla **realizzazione delle opere pubbliche**, evitando il ricorso indiscriminato all'aggiudicazione al prezzo più basso, per costituire quel patrimonio di infrastrutture e di servizi necessari a rendere competitivo un territorio così centrale.

Inoltre, le Amministrazioni Pubbliche, compatibilmente con la legislazione nazionale e regionale vigente, devono operare per **velocizzare e semplificare gli adempimenti amministrativi** relativi alla concessione di autorizzazioni in genere, con particolare attenzione alle materie urbanistiche ed edilizie, per dare continuità ed impulso all'iniziativa privata.

Serve una **programmazione urbanistica di area** per creare condizioni ottimali per interventi nei vari campi (lavori pubblici, edilizia privata, insediamenti produttivi, infrastrutture, ecc), introdurre flessibilità nell'urbanistica e nell'edilizia ed agevolare le attività di imprese locali che rappresentano il sostegno del sistema economico dell'area.

Occorre, quindi, un grosso sforzo per far crescere queste imprese; è necessario sviluppare competenze tecnologiche e professionali in grado di dare una rinnovata competitività, garantire **qualità professionale e sbocchi occupazionali** per i giovani, dare spinta alla **formazione** ed avvicinare il mondo dell'**università** e della **ricerca** a quello delle **imprese**, sfruttando al meglio gli strumenti a disposizione.

E' fondamentale che la parte pubblica e le forze politiche dialoghino con il mondo imprenditoriale attraverso i loro rappresentanti che sono le associazioni di categoria, ma allo stesso tempo è necessaria attenzione verso la società civile, che in questa area è presente e vivace in campo culturale, artistico, storico e civile.

A questo punto non restano che scelte strategiche da compiere per tutelare e valorizzare il territorio in un'ottica di sviluppo sociale ed economico, scelte da costruire insieme con imprese, cittadini, istituzioni, associazioni; come si auspica che questa metodologia di incontro abbia stimolato.

Camera di Commercio di Forli-Cesena

Corso della Repubblica, 5 - 47100 Forli (FC)

Tel. 0543-713111

Fax 0543-713502/713416

e-mail: segreteria.generale@fc.camcom.it

sito internet: www.fc.camcom.it



Camera di Commercio
Forlì-Cesena

TERRITORIO ECONOMIA SOCIETÀ

FOCUS COSTA

Cesenatico 1 dicembre 2009

SOCIETÀ

Popolazione al 31.12.2008		composizione	var. ultimi 5 anni
Cesenatico:	24.956	40,9%	+10,46%
Gatteo:	8.397	13,8%	+19,26%
San Mauro Pascoli:	10.714	17,5%	+ 6,40%
Savignano sul Rubicone:	16.970	27,8%	+ 9,51%
TOTALE AREA	61.037	100,0%	+10,58%
TOTALE PROVINCIA	388.020	-	+ 5,78%

Popolazione “costiera”: 29.331 abitanti che rappresentano il 47,3% del totale Area
(stime dei Comuni al 31.10.2009)

Si tratta di un'Area ad alta dinamicità demografica

SOCIETÀ

Tassi 2008 (‰)

	crescita naturale	migratorio netto	indice vecchiaia 2008
Cesenatico:	+1,1	21,2	152,1
Gatteo:	+5,9	28,0	100,5
San Mauro Pascoli:	+1,2	8,9	104,8
Savignano sul Rubicone:	+4,5	13,0	114,2
TOTALE AREA	+2,7	17,6	124,5
TOTALE PROVINCIA	-1,0	14,8	170,1

SOCIETÀ

Incidenza (%) di stranieri sui residenti

	al 31.12.2008	al 31.12.2003	
Cesenatico	8,4	4,5	
Gatteo:	10,8	4,7	
San Mauro Pascoli:	11,3	7,2	L'incidenza degli stranieri residenti sul totale dei residenti è costantemente aumentata negli ultimi 10 anni
Savignano sul Rubicone:	12,4	6,6	
TOTALE AREA	10,3	5,6	
TOTALE PROVINCIA	9,0	4,4	

IMPRESE

	al 31.12.2008	comp %	var. ultimi 5 anni
Cesenatico:	3.426	47,3%	+ 6,8%
Gatteo:	942	13,0%	+ 5,5%
San Mauro Pascoli:	1.117	15,4%	+ 4,2%
Savignano sul Rubicone:	1.759	24,3%	+ 13,4%
TOTALE AREA	7.244	100,0%	+ 7,7%
TOTALE PROVINCIA	40.947	-	+ 1,6%

- **Anche le imprese presentano una dinamicità notevole nel medio periodo, superiore a quella della provincia**

IMPRESE PER SETTORE al 31.12.2008 (comp. %)

	Agri- coltura	Mani- fatura	Edilizia	Comm e Turismo	Servizi	TOTALE
Cesenatico:	13,7	8,6	18,5	36,0	23,2	100,0
Gatteo:	14,3	11,5	22,7	33,1	18,4	100,0
San Mauro Pascoli:	18,9	18,9	18,4	24,6	19,2	100,0
Savignano sul Rubicone:	14,8	13,9	20,4	27,3	23,6	100,0
TOTALE AREA	14,9	11,8	19,5	31,7	22,1	100,0
TOTALE PROVINCIA	21,3	12,5	16,1	26,9	23,2	100,0

STRUTTURE RICETTIVE AREA MARITTIMA (al 31.10.2009)

	numero	posti letto
Alberghi	467	31.153
di cui a 3 stelle	310	23.048
Esercizi complementari	149	15.821
Alloggi privati	1.627	6.483
TOTALE	2.243	53.457

L'area dispone del 77,6% delle strutture ricettive e del 79,6% dei posti letto dell'intera provincia

MOVIMENTO TURISTICO (gen-ott. 2009)

	arrivi	var.% genn-ott 2008-2009	presenze	var. % genn-ott 2008-2009
Cesenatico:	478.796	+ 4,83	3.663.162	+ 0,50
Gatteo:	117.258	+ 2,55	791.359	- 1,20
San Mauro Pascoli:	37.557	-17,42	272.090	- 9,97
Savignano sul Rubicone:	23.486	- 0,53	169.145	- 0,77
TOTALE AREA	657.097	+ 2,65	4.895.756	- 0,46
TOTALE PROVINCIA	951.503	+ 1,63	5.728.614	- 0,84

- **Presenza media Area marittima: 7,4 giorni (Provincia: 6 giorni)**
- **ITALIANI: In aumento gli arrivi (+3,76%), più lieve l'aumento delle presenze: +0,50%**
- **STRANIERI: In diminuzione gli arrivi (-1,54%) e le presenze (-4,46%)**

TURISMO BALNEARE DA OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE CONTESTO ITALIANO

- Il turismo balneare italiano, da alcuni anni, attraversa una **fase critica**; per la stagione 2009 l'andamento ha risentito della crisi economica in atto.
- Le **azioni mirate** sui mercati italiano e tedesco e il **turismo di prossimità** hanno in parte mitigato l'esito negativo della stagione 2009. Questi due fattori non sono riusciti, però, a compensare la **perdita di competitività internazionale del turismo italiano**.

TURISMO BALNEARE DA OSSERVATORIO TURISTICO REGIONALE CONTESTO RIVIERA ROMAGNOLA

La Riviera romagnola ottiene risultati di maggior tenuta rispetto altre destinazioni turistiche grazie a:

- ✓ **convenienza**
- ✓ **prossimità**
- ✓ **tradizione**
- ✓ **dimensione e tipologia**

Il risultato dell'estate 2009 è stato possibile grazie a una serie di azioni messe in campo dagli operatori pubblici sulla base di strategie di marketing condivise con gli imprenditori privati che si sono concretizzate in investimenti promocommerciali (campagna Primaveraile, di Pentecoste, campagna "Accogliente, Divertente, Conveniente..", Notte Rosa, Riviera Beach Games) che hanno aumentato la visibilità della Riviera romagnola sui media e attenuato gli effetti della recessione.

SITUAZIONE ECONOMICA

- I dati macroeconomici indicano inversione di tendenza
- Non si affermano le riforme strutturali
- Dietro l'angolo non c'è il disastro, ma neppure una ripresa certa (pericolo occupazione)
- A livello locale stiamo entrando ora nella fase più acuta della crisi
- La ripresa sarà fiacca e richiederà tempo per raggiungere i livelli pre-crisi
 - occorre rilanciare i consumi e la ripresa degli ordini alle imprese
 - deterioramento della qualità del credito
 - banche esigono “garanzie” e se il “cavallo beve” l'acqua si trova, ma è più difficile da raggiungere

AZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

– 2010 investirà 4,8 ml di euro in attività e interventi per favorire lo sviluppo del territorio, le infrastrutture e le imprese

– Di questi 1,9 ml di euro andranno al credito, di cui:

- 1,4 ml di euro ai Confidi

- 0,5 ml di euro ai Confidi per fondo competitività

```
graph LR; A[0,5 ml di euro ai Confidi per fondo competitività] --> B[Capitalizzazione/aggregazione]; A --> C[Innovazione]; A --> D[Start-up e trasmissione impresa];
```

Capitalizzazione/aggregazione

Innovazione

Start-up e trasmissione impresa

AZIONI DELLA CAMERA DI COMMERCIO

- Internazionalizzazione (812.000 euro)
- Interventi per sviluppo territorio, infrastrutture ed economia (503.000 euro)
- Interventi per innovazione, ricerca, Università, scuola, informazione economica statistica e sociale (294.000 euro)
- Interventi per sistema imprenditoriale e regolazione mercato (circa 647.000 euro)
- Contributo Azienda Speciale CISE (680.000 euro)

TRASFORMAZIONE QUALITÀ RICETTIVA

- Modello turismo che faceva perno su spiaggia, ospitalità, buona cucina, permanenza lunga, non regge più la sfida dei Paesi concorrenti
- Oggi i turisti fanno soggiorni brevi, magari frequenti, sono attenti a servizi e qualità e offerte destagionalizzate e a complessi alberghieri con spazi comuni di socializzazione
- Serve trasformare, riqualificare e rinnovare l'offerta ricettiva
 - un formidabile esempio può venire dai progetti:
 - “città delle colonie”
 - “centro termale e benessere”
 - “l'ex colonia veronese”
 - “l'area ex Nuit”
- Valorizzare la struttura GESTURIST

COSA SERVE AL TURISMO

- Politiche urbanistiche immediate e straordinarie per favorire l'accorpamento e il rinnovo degli alberghi, snellire gli iter autorizzativi
- Investimenti attraverso alleanze pubblico-privato
- Promocommercializzazione turistica di territori integrati e vasti
- Promuovere un sistema di prodotti e servizi di qualità
- Progetti di filiera come sistema turistico e sistema agroalimentare

LA CAMERA DI COMMERCIO PER IL TURISMO

- Marketing territoriale e promocommercializzazione dei prodotti
 - Fondo costituito da Camere di Commercio Forlì-Cesena e Ravenna, Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì, Provincia Forlì-Cesena e Comune Forlì
 - Coinvolgimento APT Servizi, GAL, Club di prodotto (città d'arte), SEAF

- Marchio di qualità “In famiglia”

- Marchio di qualità Isnart

ALTRI SETTORI MERCEOLOGICI PER LA COSTA

- Esercizi commerciali
- Artigianato di servizio
- Stabilimenti balneari
- Pesca
- Cantieristica navale

AMBIENTE ED ENERGIA

- Qualità delle acque di balneazione
- Riqualificazione energetica uffici pubblici
- Energia da fonti rinnovabili
- Bioedilizia

INFRASTRUTTURE MATERIALI E IMMATERIALI

- Viabilità: elemento strategico per garantire qualità della vita ai cittadini e competitività alle imprese
 - Costruzione casello del Rubicone
 - Ammodernamento e messa in sicurezza della E45
 - Priorità realizzazione E55
 - Snellimento dello snodo di Bologna
 - Apertura ingresso/uscita Ponente e raccordo con Statale Adriatica
 - Metropolitana superficie collegamenti costieri
- Sistema aeroportuale
- Infrastrutture telematiche
 - Realizzazione rete telematica a fibre ottiche per garantire servizi portuali e turistici ai diportisti che intendono accedere ai porti della Costa

LE AMMINISTRAZIONI CONTRO LA CRISI

- Coesione territoriale, economica e sociale
- Politiche sociali
- Contenimento tempi di pagamento
- Realizzazione piccole opere pubbliche
- Semplificazione e velocizzazione adempimenti amministrativi