



# CESENATICO



## BILANCIO POSITIVO PER IL TRADIZIONALE EVENTO



File agli stand della sagra Azzurro come il pesce che ha registrato 30mila visitatori. A destra personale al lavoro nelle cucine FOTO FIANMARIA ZANOTTI

# “Azzurro come il pesce”: 30mila presenze alla sagra

Canocchia protagonista nel weekend passato, pubblico anche da fuori regione e dall'estero: premiata la qualità del pescato locale

**CESENATICO**  
**GIULIA BONINI**

Si chiude con un bilancio positivo e un'ottima affluenza l'edizione 2026 di "Azzurro come il pesce", che dal 23 al 26 aprile ha animato il centro storico di Cesenatico puntando sulla valorizzazione della filiera ittica locale e della tradizione culinaria romagnola. Circa 30mila i visitatori stimati, complici anche le condizioni meteo favorevoli che

hanno accompagnato il fine settimana, con una presenza concentrata tra sabato e domenica. Al centro dell'evento la qualità del pescato dell'Adriatico e la sua promozione attraverso i piatti della cucina marinara, con la canocchia scelta come protagonista di quest'anno. «Si è lavorato bene, con un buon ritorno per gli operatori. Il pubblico ha apprezzato sia le proposte più classiche, come il risotto e il fritto di paranza, sia le

novità, come la puccia salentina con il cefalo», dichiara Roberto Fantini, direttore di Confcommercio Cesenatico. Un riscontro che ha coinvolto anche visitatori provenienti da fuori regione – in particolare Lombardia, Veneto, Toscana, Campania e Puglia – e dall'estero, soprattutto Germania e Austria, a conferma della capacità della manifestazione di intercettare un pubblico ampio, pur in un periodo caratterizzato da altre numerose

iniziative sul territorio.

Accanto alla proposta culinaria, uno dei punti di forza dell'edizione appena conclusa è stata la presenza di un calendario ricco di appuntamenti in tutto il paese. «Abbiamo puntato molto sugli eventi collaterali, con intrattenimenti musicali, mostre, laboratori e la "Social Pedalèda" tra Cesena e Cesenatico, che ha segnato un significativo aumento rispetto alla prima edizione», evidenzia Barbara Pesaresi, di-

rettrice di Confesercenti Cesenatico.

Sul piano organizzativo, si è registrata anche un'evoluzione nella gestione delle aree, con la creazione di due poli distinti: quello dei pescatori nei pressi del mercato ittico in via Squero e quello della ristorazione con gli stand gastronomici in via Anita Garibaldi. «L'obiettivo è rendere più fruibili gli spazi e distribuire meglio i flussi, diminuendo la congestione del centro storico», aggiunge Pesaresi, sottolineando anche il ruolo della manifestazione come momento di apertura della stagione turistica.

Nel complesso, un evento che conferma la propria identità e il proprio contributo a sostegno dell'economia locale, combinando accoglienza, qualità e divertimento. Un segnale importante in vista dell'estate alle porte, con ristorazione, commercio e stabilimenti balneari pronti ad accogliere turisti e visitatori.