



CAMERA DEI DEPUTATI

**X Commissione (Attività produttive, commercio
e turismo)**

AUDIZIONE PARLAMENTARE

**Indagine conoscitiva sulle proposte per la
ripresa economica delle attività turistico-
ricettive della Montagna invernale**

Roma, 3 novembre 2021

Onorevole Presidente, Onorevoli Deputati, ringraziamo la Commissione Attività produttive della Camera per avere invitato Confesercenti e AIGO a questo ciclo di audizioni in merito all'indagine conoscitiva sulle proposte per la ripresa economica delle attività turistico-ricettive della Montagna invernale.

1. PREMESSA

La scorsa stagione estiva è stata positiva per le attività turistico-ricettive italiane, anche quelle ubicate in montagna, che hanno potuto godere di un considerevole aumento del turismo interno. C'è da sottolineare, al contempo, che l'estate si è concentrata in poche settimane, e pertanto in un arco temporale insufficiente a compensare le perdite che il turismo ha subito a causa della pandemia e delle conseguenti restrizioni ai viaggi.

Il trimestre estivo si è chiuso comunque con risultati superiori alle aspettative; la ripresa è stata trainata dall'impennata della domanda interna nel mese di agosto con il "tutto esaurito" in molte località italiane.

Secondo uno studio Confesercenti, a inizio settembre, su un campione di 2.085 operatori turistici, il 42% strutture alberghiere, il 58% delle strutture della ricettività complementare, l'80% delle strutture alberghiere e l'84% di quelle extralberghiere hanno indicato un aumento dei flussi di diversa entità, nonostante sul mercato sia mancata ancora una volta la domanda extraeuropea.

Una ripresa del mercato che si è manifestata in modo pressoché uniforme in tutte le aree del Paese, registrando l'andamento migliore nella zona di Nord Ovest.

Le previsioni per il trimestre in corso (ottobre 2021 – dicembre 2021) certificano una situazione di incertezza in cui operano le imprese del settore: solo il 18,4% del campione ha segnalato un trend di aumento dei flussi, mentre il 10% delle imprese interpellate teme di dover registrare ancora valori di flessione e auspica la prosecuzione delle misure di sostegno messe in atto ad inizio della pandemia anche in questa fase autunnale/invernale.

2. IL TURISMO DELLA MONTAGNA

Si accoglie favorevolmente l'occasione della presente audizione che accende un fascio di luce su rifugi alpini ed escursionistici, attori fondamentali del turismo della montagna.

Oggi abbiamo la consapevolezza che i territori di montagna, per le loro strutturali peculiarità, possono giocare un ruolo da protagonista in una nuova fase di sviluppo turistico.

Proprio durante l'emergenza Covid-19 il rifugio è stato definito ed indicato come presidio della montagna, venendone riconosciuta l'utilità come base logistica per il soccorso alpino, come luogo di riparo e/o ricovero per l'escursionista in difficoltà, come "vedetta" per osservazioni e comunicazioni relative alle situazioni e condizioni del territorio. La maggior parte dei rifugi si trova, infatti, sui territori delle Aree Interne, territori fragili, distanti dai centri principali di offerta dei servizi essenziali e troppo spesso abbandonati a loro stessi, che però coprono complessivamente il 60% dell'intera superficie del territorio nazionale, il 52% dei Comuni ed il 22% della popolazione, come individuati dall'Agenzia per la Coesione Territoriale.

In questi luoghi, il rifugio diventa la vetrina dei prodotti locali, fonte di occupazione che crea posti di lavoro e, soprattutto, impresa resiliente capace di creare un indotto economico che non va sottovalutato.

Si stima che i rifugi, alpini ed escursionistici, dislocati sul territorio nazionale, dalle Alpi alle isole, siano circa 1000-1200 e che siano fonte di occupazione tra titolare e dipendenti per circa 6000 persone. Nel solo Piemonte i rifugi rappresentano più di 6000 posti letto e 8000 posti tavolo.

Nella realtà delle piccole comunità alpine essi sono, insieme ad altre strutture di tipo extra alberghiero, molto spesso sostitutivi degli alberghi e dei ristoranti e rappresentano il modo più naturale e meno invasivo di recupero del patrimonio immobiliare con finalità ricettiva.

In un momento in cui, giustamente, si parla tanto di sviluppo sostenibile e di turismo sostenibile e "slow", è giusto (e quanto mai opportuno) pensare di investire in questi territori montani.

Tra le difficoltà che si incontrano nel percorso di valorizzazione del turismo di montagna, c'è sicuramente anche quella delle infrastrutture tecnologiche e competenze digitali (in alcuni casi ci si deve rivolgere a costosi impianti satellitari). Circa il 30% dei rifugi è raggiunto da una connessione con i requisiti del piano BUL; in alcune zone, come censito da UNCEM, non c'è neanche la copertura delle varie reti di telefonia mobile.

Grazie alla diffusione della banda larga, sarebbe finalmente possibile lavorare anche da rifugi, alpeggi e borghi sperduti nelle Terre Alte ed incrementare il flusso turistico; si prendano ad esempio due circuiti, noti e praticati perlopiù da una clientela straniera lungo itinerari a lunga percorrenza dall'importanza internazionale quale la Grande Traversata delle Alpi e la Via Francigena, in queste zone si riesce a trovare una "copertura" di rete cellulare/dati o satellitare.

3. ALCUNE PROPOSTE

Il turismo pare in ripresa ma ancora troppe sono le incertezze sull'andamento epidemiologico dei prossimi mesi.

Con particolare riferimento al Superbonus 80%, previsto dal Decreto di attuazione del PNRR, si chiede che, proprio in virtù della natura dei rifugi alpini ed escursionistici, anche questi ultimi ne possano usufruire fin da subito. Si eviti che, come avvenuto in passato per la questione ristori, questo beneficio sia accessibile in modo selettivo e discriminatorio. Se lo scopo è quello di promuovere il turismo sostenibile in Italia, il bonus sia accessibile a tutte le tipologie di edifici con finalità ricettive che necessitino lavori di rigenerazione e riqualificazione energetica ed interventi antisismici. Considerate l'ubicazione dei rifugi e l'esposizione degli stessi a condizioni climatiche particolarmente avverse, questo tipo di riqualificazione produrrebbe un evidente risparmio energetico ed una rivalorizzazione delle strutture. Dare accesso a questo tipo di misure vuol dire iniziare a riconoscere al turismo montano una strategia di ripartenza con possibilità di investimenti.

È inoltre da considerare il seguente dato: la richiesta di questo tipo di turismo è stata da ultimo inusualmente alta, spinta dalla possibilità di trovare nella montagna un più facile distanziamento sociale e un rinnovato contatto con la natura.

La maggiore frequentazione ha determinato un aumento rilevante degli interventi del soccorso alpino, tale da rendere auspicabile che i rifugi di montagna vengano ben equipaggiati da un punto di vista sanitario. Si può ipotizzare non solo la dotazione di un kit di pronto intervento, defibrillatore compreso, ma anche la fornitura di una adeguata formazione in collaborazione con personale sanitario del soccorso alpino/112: ciò consentirebbe il superamento di alcune criticità che si verificano in ambiente montano ogni qualvolta che, o le condizioni meteo avverse, o orari notturni, impediscono un pronto intervento da parte di elicotteri, ambulanze o squadre a piedi. In questi casi, con una collaborazione sinergica, così come prospettata, sotto responsabilità di direttori sanitari

regionali piuttosto che gli stessi dottori che rispondono al numero di pronto intervento 112, sarebbe possibile stabilizzare eventuali situazioni critiche fino all'arrivo delle squadre sanitarie.

Sarebbe inoltre opportuno investire in piani di prevenzione e di comunicazione al fine di creare una cultura della frequentazione della Montagna vuol dire risparmiare costi sociali: gli interventi in ambito montano hanno costi mediamente superiori agli stessi in pianura.

Richiamando infine un aspetto cui si è fatto cenno in premessa, si segnala la necessità di non imporre a queste attività cambiamenti tecnologici che non sarebbero in grado di sostenere per assenza di oggettive condizioni: si fa riferimento, ad esempio, ai registratori di cassa telematici o alla trasmissione del segnale tv. Solo con le adeguate infrastrutture si può evitare che si creino disparità di condizioni lavorative e di vita, che penalizzano imprese e residenti di questi territori.

4. BONUS E MISURE ESISTENTI

Il settore turistico globale è ancora lontano dai livelli pre-Covid. Non è pertanto immaginabile che le imprese siano lasciate al loro destino, serviranno dunque interventi mirati anche per i mesi futuri al fine di mantenere in vita le loro attività.

È in primo luogo necessario che vengano rifinanziati i contributi a fondo perduto.

Altresì opportuno è che venga posticipato e ridotto il pagamento delle cartelle esattoriali che rischia di travolgere quegli imprenditori che, nonostante le grandi difficoltà incontrate, ed indebitandosi ulteriormente con il sistema bancario, hanno provato a resistere ad una crisi di devastanti proporzioni.

Nel merito delle misure esistenti, infine, si osserva quanto segue.

BONUS VACANZE

Inizialmente erano state stanziati 2,4 miliardi nel 2020 con spendibilità fino al 31 dicembre 2021. A fine agosto 2021 risultano però utilizzati buoni vacanze solo per un valore di circa 1 miliardo.

Si chiede che l'utilizzo dei bonus vacanze venga riattivato ed esteso temporalmente per la cifra restante (1 miliardo e 400 milioni) così da dare ancora respiro a molte attività.

Si debba tuttavia tener presente l'esperienza passata nell'utilizzo dei bonus, facendo attenzione alle motivazioni dello scarso utilizzo. Esse, a nostro avviso, sono dovute a diversi fattori:

- non è stato più possibile richiederlo per quest'anno, non solo per chi lo ha avuto lo scorso anno e non lo ha ancora utilizzato ma anche per chi non lo ha mai richiesto;
- non è più monetizzato dalle banche: molte strutture, in crisi di liquidità, stanno rinunciando perché gli istituti di credito e Poste Italiane hanno smesso di convertire in liquidità la cessione del credito di imposta;
- le richieste si concentrano nei periodi di festività scolastiche per le famiglie che hanno figli e può capitare di non trovare disponibilità;
- occorre consentire alle strutture ricettive di riceverlo anche nella fase di prenotazione e non solo dopo aver soggiornato. Il turismo, soprattutto in Italia, si basa su promozione e prenotazioni anticipate.

CREDITO DI IMPOSTA LOCAZIONE / AFFITTO D'AZIENDA

Come noto, in Italia il 70% delle strutture ricettive sono in locazione.

Tanti gestori, del settore alberghiero ed extralberghiero, hanno contratto mutui di ristrutturazione e hanno avuto come sostegno nei momenti più bui della crisi economica post covid 19 solamente il credito di imposta locazione, fino al mese di luglio 2021. Si tratta di imprenditori che, nonostante

due anni di sofferenze e perdite, in crisi di liquidità a causa del termine della moratoria sui finanziamenti e prestiti, sono riusciti a far sopravvivere le loro attività. È auspicabile estendere questa misura almeno fino alla fine della stagione invernale 2021-2022.