



SECO-DS / NPR-CDC 20.9.2018 e 5.9.2023

## Promozione degli impianti di risalita nel quadro della Nuova politica regionale (NPR)

# Linee guida per le strategie di promozione dei Cantoni nel settore degli impianti di risalita

## 1 Introduzione / Importanza della promozione NPR

*Il ruolo importante degli impianti di risalita*

Nelle aree rurali e alpine il turismo rappresenta un sistema a valore aggiunto centrale in cui gli impianti di risalita svolgono un ruolo chiave. Solo grazie a questi impianti, che contribuiscono anche al turismo quattro stagioni, i visitatori sono in grado di raggiungere agevolmente quote elevate per ammirare i paesaggi alpini.

*Promozione degli impianti di risalita turistici tramite la NPR*

A parte la promozione nell'ambito della Nuova politica regionale (NPR), non esiste un altro strumento a livello di Confederazione che preveda contributi finanziari da destinare a impianti di risalita prevalentemente utilizzati a scopo turistico.<sup>1</sup>

## 2 Linee guida

### 2.1 Obiettivo delle linee guida

*Ridurre il rischio di perdite*

Le linee guida puntano a garantire una gestione finalizzata e responsabile dei contributi federali. Tra il 90 e 95% dei mutui NPR saranno assegnati nel quadro di una strategia di promozione cantonale.

*Offrire un punto di riferimento*

Le linee guida fungono da riferimento ai Cantoni per mettere a punto le strategie di promozione.

*Concedere margini operativi*

Il margine operativo dei Cantoni nel definire gli orientamenti strategici non va limitato inutilmente.

---

<sup>1</sup> Gli investimenti negli impianti a fune con funzione di collegamento vengono cofinanziati tramite il FAIF.



*Definire standard di contenuto minimi*

Le linee guida fissano standard di contenuto minimi da raggiungere tramite le strategie cantonali.

## 2.2 Concetti

*Promozione degli impianti di risalita*

Per promozione degli impianti di risalita la Confederazione intende il sostegno (finanziario) concesso a progetti concreti di imprese d'impianti di risalita che gestiscono strutture adibite al trasporto di visitatori.

L'attività di promozione non è circoscritta agli impianti, bensì può riguardare ogni progetto destinato a incrementare la domanda diretta e indiretta e migliorare di conseguenza durevolmente la redditività dell'impresa rafforzandone il ruolo chiave per la destinazione turistica.

*Strategia cantonale per gli impianti di risalita (strategia di promozione)*

Nella loro strategia (strategia di promozione), i Cantoni stabiliscono in che maniera e con quali risorse cantonali e federali della NPR incentivare gli impianti di risalita.

## 2.3 Requisiti della Confederazione

### 2.3.1 Principi

*Categoria A*

Tutti i Cantoni ...

- ... in cui sono in funzione più di sei imprese di impianti di risalita che gestiscono strutture con una concessione federale **o** ...
- ... in cui sono operative da tre a sei imprese di impianti di risalita che gestiscono strutture con una concessione federale **e** che prevedono, entro la durata di un programma di attuazione (quattro anni), di stanziare almeno **5 milioni di CHF** ...

... sono tenuti a definire una strategia di promozione. Il sostegno a progetti di impianti di risalita con mutui NPR deve basarsi su questa strategia (cfr. **Allegato 1**).

*Categoria B*

A tutti i Cantoni in cui sono operative da tre a sei imprese di impianti di risalita che gestiscono strutture con una concessione federale **e** hanno in programma, entro la durata di un programma di attuazione (quattro anni), di stanziare **meno di 5 milioni CHF** del mutuo NPR della Confederazione, si consiglia di definire una strategia.

*Categoria C*

Tutti gli altri Cantoni non devono elaborare strategie. Si raccomanda loro tuttavia di applicare il catalogo dei criteri (cfr. **Allegato 2**).



<i>Strategie di promozione congiunte</i>	Ferma restando la presenza di un legame territoriale, più Cantoni possono elaborare una strategia congiunta in cui, per esempio, gruppi di lavoro assicurano in ogni Cantone la condivisione e l'attuazione delle strategie.
<i>Aggiornamento</i>	La strategia di promozione va verificata periodicamente, in genere ogni quattro anni, e se necessario aggiornata coordinandola con i programmi cantonali di attuazione della NPR.
<i>Informazione del pubblico</i>	La Confederazione raccomanda di dare al pubblico la possibilità di prendere visione delle strategie.

### 2.3.2 Aspetti di contenuto vincolanti / Regole

Forma e contenuto della strategia di promozione sono in linea di massima di competenza dei Cantoni, che devono tuttavia inserirvi, disciplinandoli, i seguenti aspetti.

#### Contenuti

<i>Contesto</i>	➤ Descrizione del contesto normativo attualmente in vigore nell'ambito della promozione NPR; coerenza con la legislazione cantonale in materia di turismo e, qualora esistenti, con i programmi regionali di sviluppo e le strategie di sviluppo economico cantonali.
<i>Analisi strutturale della situazione</i>	➤ Analisi strutturale della situazione; rappresentazione del contesto turistico ed economico-aziendale degli impianti di risalita nel Cantone.
<i>Orientamenti strategici</i>	➤ Definizione di futuri orientamenti strategici e priorità cantonali nella promozione degli impianti di risalita alla luce degli attesi mutamenti strutturali.
<i>Catalogo dei criteri</i>	➤ Definizione di premesse e criteri trasparenti e sostenibili per lo stanziamento di mutui NPR, tra cui: <ul style="list-style-type: none"><li>- criteri formali</li><li>- criteri generali (p. es. contributo al mutamento strutturale, integrazione regionale)</li><li>- criteri specifici al progetto</li></ul>
<i>Business plan</i>	➤ Definizione di requisiti minimi finanziari ed economico-aziendali per garantire una promozione sostenibile



- ➔ La valutazione di una richiesta è subordinata alla presentazione di un business plan solido e oggettivo per l'intera impresa, con un orizzonte temporale da cinque a sette anni.

### Condizioni

#### *Ripartizione dei dividendi*

- ➔ La strategia di promozione stabilisce come il Cantone intende regolare eventuali distribuzioni di dividendi o rimborsi di capitale agli azionisti da parte delle aziende sostenute durante la durata del mutuo NPR. Questo per garantire che i fondi federali non vengano utilizzati per favorire gli azionisti.

Ad ogni distribuzione di dividendi deve corrispondere un ammortamento straordinario pari ad almeno il 50% dell'importo dei dividendi distribuiti (v. anche Vademecum 2024, cap. 8.7).

Ulteriori condizioni, come ad esempio un tasso d'interesse maggiorato/di mercato, garanzie di prima classe, ecc. sono possibili o raccomandate per i mutuatari che distribuiscono regolarmente/ripetutamente dividendi.

#### *Progetti intercantionali*

- ➔ Qualora il progetto riguardi o possa in futuro riguardare spostamenti di visitatori di là dei confini cantonali, va dimostrata la presenza di un coordinamento intercantionale tra i soggetti interessati.

#### *Conformità con i principi della NPR*

- ➔ In generale la promozione degli impianti di risalita deve soddisfare i requisiti previsti dalla NPR: orientamento alla creazione di valore aggiunto e all'esportazione, innovazione ecc.

#### *Necessità di approvazione dei piani da parte dell'UFT*

- ➔ Il versamento del mutuo NPR presuppone l'approvazione dei piani passata in giudicato e il rilascio della concessione da parte dell'UFT. Se una parte degli investimenti previsti sarà fatta con mutui NPR, l'impresa richiedente deve presentare una garanzia dell'organo cantonale competente. In alternativa può dimostrare di disporre a titolo compensativo, presentando la domanda di approvazione dei piani, di un altro finanziamento per l'importo in oggetto (p. es. una garanzia bancaria).

### 2.3.3 Raccomandazioni di contenuto

In sede di definizione delle strategie di promozione vengono formulate le seguenti raccomandazioni su struttura e contenuto.



- Ricorso a benchmark settoriali* ➤ Non fissare requisiti minimi finanziari ed economico-aziendali inferiori a quelli emersi dai benchmark settoriali <sup>2</sup>.
- Classificazione in categorie per una promozione differenziata* ➤ Si raccomanda di classificare opportunamente per categorie in ogni Cantone le imprese di impianti di risalita secondo i seguenti possibili criteri: dimensioni (fatturato), redditività, integrazione / funzione presso la destinazione, offerta o altri criteri secondo cui tali impianti si differenziano fondamentalmente l'uno dall'altro.
- La classificazione consente di applicare modalità di promozione diverse in base alle quali ...
- ...definire orientamenti strategici per categoria in linea con le esigenze del mercato,
  - ... è possibile effettuare successivamente una verifica per determinare se le imprese di impianti di risalita rispettano queste direttive e sfruttano ad esempio il potenziale per coordinare strutture, collaborazione e cooperazione fra impresa e/o destinazioni e ...
  - ... la competitività del settore risulta nel complesso rafforzata e vengono per quanto possibile evitate distorsioni del mercato (secondo il principio: consolidare i punti di forza).
- Promozione della strategia, non degli impianti* ➤ L'approccio differenziato evidenzia la necessità di applicare una strategia di promozione mirata e non una promozione degli impianti secondo il principio del sovvenzionamento a pioggia.
- Oggetto della promozione* ➤ In base all'assunto «Promozione della strategia, non degli impianti», non è prioritario definire la struttura concreta da promuovere (p. es. impianti di trasporto, di innevamento ecc.).
- Alla luce di un impiego mirato dei fondi di promozione, la Confederazione suggerisce di definire il più chiaramente possibile quali progetti (nelle categorie previste) vengono sostenuti; p. es. «impianti di innevamento per garantire l'offerta di base nella regione sciistica principale», «infrastruttura per eventi estivi» ecc.
- Nei siti critici al di sotto del limite delle nevicate sicure, gli investimenti nell'infrastruttura sciistica vanno analizzati e valutati nel contesto del microclima regionale.

---

<sup>2</sup> Cfr. per esempio le attuali strategie di promozione o il manuale sul finanziamento degli impianti di risalita "Handbuch Bergbahnfinanzierung, Seilbahnen Schweiz", SBS, Scuola universitaria di Lucerna, 2010.



### 2.3.4 Principi della NPR

#### *Innovazione*

- ➔ In base alla legge sulla NPR i progetti da promuovere devono presentare un carattere innovativo. Secondo il messaggio sulla NPR (FF 2006 231) deve trattarsi di idee nuove, proiettate al futuro e alla creazione di valore aggiunto. Sono quindi esclusi dalla promozione gli investimenti per la manutenzione delle strutture e gli investimenti di pura sostituzione senza valore aggiunto per la regione.

#### *Imprese con orientamento locale e/o scarso valore aggiunto*

- ➔ L'impiego delle risorse NPR è fondamentalmente incentrato su progetti orientati all'esportazione, la cui importanza turistica va al di là dei confini regionali. Infrastrutture / impianti / imprese destinati principalmente ad attività ricreative per la popolazione locale / regionale possono essere oggetto di interventi di promozione nel quadro della NPR, a patto che questi ultimi siano finalizzati ad aprire nuovi campi di attività che rendano la regione nel suo complesso più attraente dal punto di vista economico.

#### *Integrazione nella destinazione / Disponibilità alla cooperazione*

- ➔ Il motivo principale per promuovere gli impianti di risalita risiede nella loro caratteristica di rappresentare, in termini di valore aggiunto, un motore trainante per la regione. Se questo motore non è tuttavia inserito in un sistema globale efficace, le sue potenzialità non possono essere sfruttate.

La disponibilità alla cooperazione deve assumere nell'orientamento strategico un ruolo centrale. È pertanto indispensabile integrare le imprese di impianti di risalita nell'attività di marketing della regione e/o della destinazione.

## 2.4 Ripartizione dei compiti Confederazione – Cantoni

#### *Informazione attiva*

I Cantoni trasmettono le loro strategie alla SECO dopo ogni aggiornamento (principio dell'informazione attiva).

#### *Verifica delle strategie di promozione*

Il compito di definire i contenuti della strategia di promozione spetta ai Cantoni. La Confederazione (SECO) verifica a cadenze regolari se le strategie sugli impianti di risalita sono aggiornate e conformi ai principi guida. Non è prevista una loro approvazione a livello federale.



## Allegato 1

### Obbligo di definire una strategia di promozione

<b>Categoria A</b>	<b>Categoria B</b>	<b>Categoria C</b>
Cantoni tenuti a definire una strategia di promozione per utilizzare le risorse della NPR:	Cantoni situati in zone di confine ai quali viene raccomandato di definire una strategia di promozione per poter utilizzare le risorse della NPR (attenzione: la strategia è obbligatoria se è previsto, entro la durata di un programma di attuazione, di stanziare almeno 5 milioni di prestiti federali):	Cantoni non tenuti a definire una strategia di promozione per utilizzare le risorse della NPR:
Vallese (57)	Friburgo (6)	Appenzello Esterno (2)
Berna (47)	Obvaldo (6)	Neuchâtel (2) <sup>3</sup>
Grigioni (38)	Lucerna (4)	Soletta (2)
Ticino (19)	Appenzello Interno (3)	Basilea Campagna (1)
San Gallo (15)	Zurigo (4) <sup>4</sup>	Zugo (1)
Svitto (14)		Turgovia (0)
Nidwaldo (12)		Giura (0)
Uri (12)		Argovia (0)
Vaud (10)		Basilea Città (0)
Glarona (8)		Ginevra (0)
		Sciaffusa (0)

*Tabella 1 –Fra parentesi: numero di imprese di trasporto concessionarie secondo [www.uft.admin.ch](http://www.uft.admin.ch) (impianti a fune e funicolari)*

<sup>3</sup> Eccettuata la Funiculaire Université - Neuchâtel gare (Città di Neuchâtel)

<sup>4</sup> Eccettuato lo Skymetro (Aeroporto di Zurigo)



## Allegato 2

### Guida pratica – Catalogo dei criteri applicabili nei Cantoni non tenuti a definire una strategia di promozione

#### *Criteri formali*

- Presenza di un progetto concreto e di una richiesta completa.  
La richiedente è un'impresa di impianti di risalita / impianti a fune che gestisce strutture per il trasporto di visitatori.
- Il progetto è conforme alle direttive ambientali e di pianificazione territoriale.
- Il versamento dei mutui NPR presuppone l'approvazione dei piani passata in giudicato e il rilascio della concessione da parte dell'UFT.<sup>5</sup>

#### *Criteri generali*

- Le attività dell'impresa e il progetto previsto sono coerenti con i programmi di sviluppo cantonali e, laddove esistenti, regionali.
- Gli investimenti per la manutenzione degli impianti e gli investimenti di pura sostituzione senza valore aggiunto per la regione sono esclusi dalla promozione.
- Il progetto viene appoggiato dagli enti regionali (ente del turismo, management regionale).
- L'impresa è inserita in un piano marketing territoriale (se esistente) e la sua presenza unitaria sul mercato è garantita.
- L'impresa dispone di una struttura gestionale professionale (Consiglio di amministrazione, direzione e quadri).

#### *Criteri specifici al progetto*

- È stato definito un solido business plan comprendente i seguenti punti:
  - a) illustrazione del contesto
  - b) obiettivi / indirizzo strategico dell'intera impresa
  - c) definizione del target e impostazione dell'offerta
  - e) marketing
  - f) piano d'investimento
  - g) conto economico di previsione a medio termine (almeno 5-7 anni)
  - h) finanziamento
  - i) gestione

---

<sup>5</sup> Se una parte degli investimenti previsti sarà fatta con mutui NPR, l'impresa richiedente deve presentare una garanzia dell'organo cantonale competente. In alternativa può dimostrare di disporre a titolo compensativo, presentando la domanda di approvazione dei piani, di un altro finanziamento per l'importo in oggetto (p. es. garanzia bancaria).





- Prova della sostenibilità economica; rispetto dei criteri finanziari minimi nell'arco di tre anni, p. es.
  - margine EBITDA almeno del 30% (25% per le imprese miste)
  - quota di capitale proprio almeno del 40%

*Tipo e portata  
della  
promozione*

- La decisione deve regolamentare anche i seguenti aspetti:
  - definizione dei costi massimi computabili e delle tipologie di costo (in particolare in caso di parti finanziate tramite leasing)
  - durata del credito (secondo la legge al massimo 25 anni)
  - interessi; mutuo a tasso d'interesse normale, agevolato o senza interessi
  - condizioni specifiche poste dal Cantone in merito alle garanzie richieste
  - ammortamento suppletivo di almeno il 50% dell'importo ripartito in caso di ripartizione dei dividendi