



Carlo E. Baldi
Università di Bologna – Europroject

IPOTESI DI CRITERI DI VALUTAZIONE DEGLI AIUTI NEL SETTORE DEL TURISMO

Obiettivo di questo intervento è di formulare alcune ipotesi di lavoro in vista dell'individuazione di una metodologia di applicazione della disciplina degli aiuti di Stato al settore turistico. Non si tratta necessariamente di elaborare degli orientamenti formali in materia, ma di stabilire dei criteri di valutazione che possano essere seguiti con una certa sistematicità nell'esame delle ipotesi di aiuto che saranno sottoposte alla Commissione. È naturalmente sempre fatto salvo il caso specifico che, nel settore turistico, è probabilmente più frequente che in altri settori.

Per esaminare le diverse fattispecie che si possono presentare seguirò l'ordine che ci propone l'articolo 87 del trattato, dedicando un paragrafo specifico alla promozione, che nel settore turistico riveste una particolare importanza.

Aiuti che non incidono sugli scambi tra Stati membri

Si tratta dei casi in cui, mancando uno degli elementi essenziali per individuare l'incompatibilità degli aiuti con il mercato comune, non si applica l'art. 87, par. 1.

Partendo dalla categoria delle **strutture ricettive**, si possono innanzi tutto indicare gli aiuti a quelle strutture che, per la qualità del servizio, la loro ubicazione, la tipologia di clientela, l'unicità dell'offerta, non si trovano su un mercato competitivo. La stessa Commissione, in diversi casi che le sono stati sottoposti, ha ritenuto fuori dal campo di applicazione dell'art. 87, par. 1 gli aiuti ai rifugi alpini (decisione relativa alla legge 4/97 della Provincia di Bolzano), o quelli ai piccoli alberghi di basso livello, situati nelle periferie o in quartieri degradati delle grandi città (Disciplina degli aiuti di stato alle imprese nei quartieri urbani svantaggiati).

Una seconda categoria di strutture ricettive per le quali si può escludere che l'aiuto possa falsare la concorrenza è quella degli alberghi situati in aree dove la scelta del cliente non può essere altro che tra alberghi della stessa zona: l'utente deve comunque alloggiare in quella zona, per esigenze di lavoro o di spostamento, o magari per motivi religiosi. In sostanza, l'offerta di alloggi (qualità, prezzo) è del tutto irrilevante o secondaria, rispetto alla necessità di alloggiare in quel luogo; si tratterebbe, in pratica, di servizi essenziali, che possono e devono essere forniti in quella zona.

Potrebbero rientrare in questa categoria gli alberghi situati in aree urbane a servizio degli affari (presenza di importanti complessi fieristici o di consistenti insediamenti industriali), ove l'utilizzo delle strutture a questo fine sia assolutamente prevalente, in centri di pellegrinaggio o di grande interesse religioso (Lourdes, Fatima, Santiago), nei pressi e al servizio di aeroporti, lungo autostrade o grandi vie di comunicazione, ad uso del traffico di passaggio.

L'esclusione dal campo di applicazione dell'art.87, par.1 opererebbe a prescindere dalle dimensioni della struttura ricettiva, ad eccezione, tuttavia, di quelle appartenenti a gruppi o catene.

Una terza categoria comprende le strutture ricettive ad uso residenziale non turistico, le residenze di vacanza per anziani, bambini o portatori di handicap, gli affittacamere, ovunque siano localizzati.

Sono esclusi dalle considerazioni precedenti - nel senso che sono totalmente soggetti alla disciplina degli aiuti di Stato - gli aiuti a favore delle strutture ricettive finalizzate o direttamente collegate ad attività diverse da quelle specificamente alberghiere, quali, ad esempio, casinò o centri benessere.

Nel **settore termale** esiste una varietà di situazioni tale da non consentire un approccio uniforme. Accanto a strutture di importanza assolutamente minore e locale esistono località di rinomanza e frequentazione internazionale; quasi ovunque - anche se in misura anche fortemente differenziata - l'attività sanitaria è stata integrata (quando non sostituita) dall'offerta di servizi più legati al benessere, inteso in senso lato, che fa di alcuni centri termali delle strutture su un mercato altamente competitivo. Risulta dunque difficile individuare un confine che consenta di estrapolare situazioni che siano certamente fuori dal campo di applicazione della disciplina degli aiuti di Stato.

Si potrebbe pensare, a questo proposito, al ricorso a due criteri tra loro alternativi o complementari. Si potrebbero cioè considerare esclusi dall'ambito di applicazione dell'art. 87, par. 1 gli aiuti a favore del settore termale nelle seguenti due ipotesi:

- quando beneficiare siano strutture termali di interesse locale (cosa dimostrabile con dati circa l'afflusso degli utenti), la cui attività prevalente si svolge nel campo medico-sanitario;
- quando l'aiuto riguardi la realizzazione o l'adeguamento di strutture finalizzate prevalentemente ad attività medico-sanitario, nonché l'acquisto di macchinari e attrezzature destinati allo stesso scopo.

Gli aiuti a favore degli investimenti nelle strutture alberghiere gravitanti sugli stabilimenti termali saranno regolati dagli stessi criteri utilizzati in generale per le strutture ricettive.

Per quanto riguarda le **strutture complementari**, devono essere esclusi dal campo di applicazione dell'art. 87, par. 1 gli aiuti concessi per la realizzazione, la riqualificazione o il mantenimento di impianti sportivi, anche se dedicati ad attività non agonistiche (campi da tennis, da basket, da volley, piste per il pattinaggio, piscine, golf, ecc), che non siano parti di strutture ricettive, a prescindere dal fatto che siano di proprietà pubblica o privata. Devono essere inoltre esclusi gli impianti ad uso culturale, congressuale o di spettacolo, quali teatri, cinema, sale congressi, ecc., qualora non collegati direttamente a strutture ricettive.

Quando tali strutture siano connesse a strutture ricettive, si applicheranno i limiti ed i massimali previsti per le strutture cui sono direttamente collegate.

Nel settore delle **infrastrutture**, dove gli effetti degli aiuti sulla concorrenza sono generalmente ancora più ridotti rispetto al settore alberghiero, devono comunque essere esclusi dall'ambito di applicazione delle regole in materia di aiuti di Stato quelli concessi a favore dei seguenti impianti:

- impianti con prevalente funzione di trasporto (ad esempio, funicolari urbane, impianti a fune sostitutivi o integrativi di altri mezzi di trasporto)
- impianti a fune isolati, non appartenenti a comprensori turistici o sciistici rilevanti, o situati in località fuori dai grandi circuiti turistici; piccoli impianti di risalita a gestione familiare, funzionali a campetti per bambini e simili (paragonabili ai giardini pubblici).

Le situazioni sopra elencate possono presentare, in alcuni casi, qualche problema di interpretazione e di valutazione dei requisiti necessari per l'esclusione dal campo di applicazione dell'art. 87, par. 1. Pur non essendo richiesta l'autorizzazione della Commissione e quindi la previa notifica, potrebbe essere opportuno prevedere comunque un obbligo di informazione della Commissione stessa, la quale potrebbe formulare osservazioni.

Le informazioni dovrebbero essere inviate con congruo anticipo sulla concessione degli aiuti o sull'entrata in vigore dei regimi di aiuto e dovrebbero essere corredate dalle indicazioni di carattere statistico ed economico idonee a documentare l'esistenza delle condizioni su cui si basa l'esclusione.

Aiuti compatibili “*de iure*” (art.87, par2)

Al settore turistico si applicano, naturalmente, le deroghe di cui all'art.87, par.2, lettera b), relative ai danni arrecati da ***calamità naturali*** o altri eventi eccezionali. Si tratta, innanzi tutto, dell'indennizzo dei danni materiali derivanti alle strutture dagli eventi suddetti. Ma, come si è anticipato nell'intervento del mattino, si dovrebbero prendere in considerazione anche i danni che subisce l'attività turistica per effetto di avverse condizioni atmosferiche.

Non si tratta di inventare nulla di nuovo; è sufficiente mutuare la metodologia già utilizzata per l'agricoltura (Orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato nel settore agricolo – 2000/C 28/02). In quel caso si prevedono indennizzi, al verificarsi di avverse condizioni atmosferiche (gelo, grandine, ghiaccio, pioggia o siccità), quando il danno superi il 20%. Nel caso del turismo – ed in particolare degli impianti di risalita – si potrebbero individuare altri parametri, come, ad esempio, il livello delle precipitazioni nevose e la loro distribuzione nella stagione.

In alternativa all'indennizzo, che certamente pone non facili problemi di valutazione e di calcolo, si potrebbe pensare ad una forfettizzazione del rischio, traducendolo in un aumento percentuale dell'aiuto ammissibile agli investimenti finalizzati alla prevenzione di tale rischio: gli impianti di innevamento artificiale.

Potrebbe essere applicata al settore degli impianti di risalita anche la deroga di cui all'art.87, par.2, lettera a): quella relativa agli ***aiuti a carattere sociale concessi ai singoli consumatori***. In tutte le località sciistiche i residenti possono usufruire di tariffe di accesso agli impianti fortemente scontate. Si tratta di condizioni di favore dovute al fatto che il residente, impegnato nelle attività quotidiane (dal lavoro alla scuola), può frequentare le piste solo sporadicamente e ad orari ridotti e non avrebbe interesse a pagare il prezzo pieno: con lo sconto si consente a queste persone di svolgere una minima attività sportiva (connaturata al loro luogo di residenza) a condizioni di costo accettabili. Sarebbe dunque compatibile un rimborso ai gestori degli impianti per gli sconti sui servizi resi.

La condizione che tali aiuti “siano accordati senza discriminazioni determinate dall'origine dei prodotti” (formula, ancora una volta, tarata sui prodotti industriali) si può ritenere superata dal fatto che non esiste alternativa per il beneficiario, il quale, proprio per la saltuarietà dell'utilizzo delle piste, non sarebbe interessato ad impianti localizzati altrove. Tutt'al più, nel caso di località frontaliere, si potrebbero prevedere accordi di reciprocità tra comprensori sciistici confinanti. Anche in questo caso, l'indennizzo potrebbe essere sostituito da una integrazione forfettaria dei massimali di aiuto agli investimenti.

Le deroghe di cui all'art.87, par.3

Le considerazioni di fondo sono già state fatte nell'intervento del mattino. È indubbio che la concorrenza, nel settore turistico, è cosa diversa – con le poche eccezioni già rilevate – rispetto al settore manifatturiero: diversa è l'incidenza sugli scambi; diversa è la valutazione dell'interesse comune, in relazione alla promozione dello sviluppo dell'attività turistica e di regioni e popolazioni che da tale attività fanno dipendere la loro stessa “esistenza” sul territorio; diversi quindi devono essere i parametri di valutazione della compatibilità degli aiuti al settore.

La varietà delle situazioni, come si è visto, è enorme. L'applicazione corretta del trattato comporterebbe, in principio, la valutazione del caso singolo. Sappiamo tutti che ciò non è possibile e che, per ragioni di praticità, di uniformità di comportamenti e di quella che potremmo definire con una certa approssimazione “certezza del diritto”, è necessario stabilire “regole” il più possibile standard; facendo salva, peraltro, la possibilità di valutazioni ad hoc per singole situazioni.

Cercherò dunque di schematizzare una metodologia, rinviando al'altra e più idonea sede la traduzione delle proposte in intensità degli aiuti. Le quantificazioni qui indicate sono pertanto puramente esemplificative.

Il punto di partenza potrebbe essere la disciplina PMI. Si dovrebbe però rivedere – ai nostri fini – il concetto stesso di PMI, eliminando la distinzione tra piccola e media impresa (di fatto quasi mai rilevante nel settore turistico) e considerando grandi solo le strutture facenti parte di catene internazionali (anche se non raggiungessero, ad esempio, i 250 dipendenti).

Questa distinzione consentirebbe di stabilire l'intensità base degli aiuti ammissibili area per area: quella prevista in generale, rispettivamente, per le piccole e per le grandi imprese. A questa si dovrebbero aggiungere le diverse integrazioni che le singole circostanze giustificano.

In base a quanto si è detto, tali integrazioni potrebbero riguardare le seguenti situazioni:

- a) integrazione base.** Si tratta del riconoscimento della minore incidenza sugli scambi di un aiuto nel settore turistico in generale; essa si applicherebbe comunque, ad eccezione dei casi in cui si ritiene che la concorrenza giochi allo stesso modo (o in modo molto simile) che nel settore manifatturiero: ad esempio le catene internazionali di alberghi.
- b) aree deboli fortemente dipendenti dalle attività turistiche.** Ciò che si dovrà considerare è la mancanza di alternativa: non si tratta di zone come Rimini, la Costa Brava, o Brighton, ma essenzialmente di zone di montagna o ad esse assimilabili dal punto di vista delle possibilità e delle alternative che si offrono allo sviluppo economico. Il regime di favore non dovrebbe peraltro riguardare solo il settore turistico, ma anche le altre attività di respiro locale (come, ad esempio, l'artigianato tipico). Le intensità degli aiuti ammissibili per il settore turistico saranno le più favorevoli tra quelle stabilite per questa tipologia di regioni e

quelle ammesse nella stessa regione per le altre attività. Così, ad esempio, in una regione ammessa alla deroga di cui all'art.87, par.3, lettera a), prevarranno le intensità previste da tale deroga.

Per l'individuazione delle regioni suddette si dovranno stabilire parametri quali l'altitudine, la densità della popolazione, il reddito extraturistico, l'orografia, l'accessibilità, ecc.

c) attività che presentano un minore impatto sulla concorrenza. Si tratta di attività spesso strumentali al settore ricettivo:

- gli impianti di risalita, cui si deve riconoscere una intensità degli aiuti più elevata, in considerazione della funzione essenziale che essi svolgono in un comparto sciistico, delle condizioni tecnico-giuridiche cui è sottoposta la loro attività, del rischio atmosferico sui sono soggetti (la forfettizzazione che si è ipotizzata sopra), ecc.
- gli impianti di innevamento artificiale: in questo caso si potrebbe forfettizzare il rischio di cui si è detto, consentendo una intensità più elevata rispetto all'impianto di risalita

Volendo esemplificare, si potrebbe ipotizzare (ma i numeri non hanno alcun valore propositivo) un incremento di 10 punti percentuali per il turismo in generale; ulteriori 10 punti per gli impianti di risalita; altri 5 punti per i soli investimenti relativi agli impianti di innevamento artificiale.

- impianti complementari all'attività turistica, come parchi acquatici di interesse locale
- porti turistici, che svolgono anche una funzione di infrastruttura ad uso dei residenti e, sotto questo profilo, sono paragonabili a tutti gli effetti ad una strada o ad un piazzale di sosta per autovetture o per camion. Anche se sono gestiti in maniera imprenditoriale, la concorrenza tra strutture analoghe – specie a livello internazionale – è molto ridotta
- le attività e gli investimenti che si sono considerati esclusi dall'ambito di applicazione dell'art. 87, par.1, nella misura in cui non fosse accettata tale ipotesi.

La quantificazione delle intensità degli aiuti ammissibili per le diverse situazioni che si potranno individuare dovrà essere fatta tenendo conto dell'esigenza di compensare la distorsione della concorrenza (ridotta rispetto al settore manifatturiero) con l'interesse comune a sviluppare determinate attività e/o determinate regioni. In sostanza, se tale interesse porta a giustificare le intensità degli aiuti note per il settore manifatturiero, un effetto meno distorsivo dell'aiuto stesso non può non giustificare livelli di agevolazione più elevati.

Tutto ciò, ferma restando la libertà degli Stati membri di porre in essere regimi di aiuto meno favorevoli, qualora ritengano che ciò sia più confacente alle loro scelte di politica economica.

Attività promozionali e pubblicitarie

L'intervento pubblico a favore di iniziative promozionali o pubblicitarie pone due ordini di problemi: uno, preliminare, di compatibilità con il disposto dell'art. 28 del trattato (divieto di misure di effetto equivalente a restrizioni quantitative), l'altro di compatibilità con la disciplina degli aiuti di Stato.

Per quanto riguarda il primo problema, la direttiva della Commissione 70/50/CEE , relativa alla soppressione delle misure di effetto equivalente a restrizioni quantitative, chiarisce (art. 2, lettera k) che "le misure che incitano all'acquisto dei soli prodotti nazionali" sono in contrasto con il divieto sancito dall'art. 28 (ex art. 30). Tale principio è stato ripreso dalla Corte

di Giustizia nella sentenza cosiddetta "Buy Irish" del 24 novembre 1982, laddove ha affermato che l'incitamento da parte della pubblica autorità (ancorché questo provenga da iniziative realizzate da soggetti diversi dalla pubblica amministrazione, ma sia realizzato tuttavia con il contributo pubblico) ad acquistare prodotti nazionali può costituire misura di effetto equivalente a restrizioni quantitative, allorché esso può avere effetti restrittivi reali o potenziali sulle importazioni. Ciò avviene - a giudizio della Corte - quando i consumatori siano sollecitati a soddisfare il proprio fabbisogno ricorrendo a prodotti nazionali piuttosto che a prodotti importati.

Il caso riguardava una campagna pubblicitaria a favore della vendita e dell'acquisto di prodotti nazionali. La Corte ha precisato che "siffatta pratica non va esente dal divieto di cui all'art. 30 del trattato per il solo fatto di non basarsi su decisioni vincolanti per le imprese. Infatti, anche atti di un governo di uno Stato membro privi di effetto cogente possono essere idonei ad incidere sulla condotta dei commercianti e dei consumatori nel territorio di questo Stato ed avere quindi la conseguenza di frustrare gli scopi della Comunità sanciti dall'articolo 2 ed elaborati dall'articolo 3 del trattato".

Se nel caso irlandese l'intento di incentivare la vendita di prodotti nazionali a scapito dei prodotti di importazione (e quindi degli altri prodotti comunitari) era evidente, non sempre tale obiettivo è presente nelle campagne pubblicitarie. Questa ipotesi è stata presa in considerazione dalla Corte nella sentenza "Apple & Pear" del 13 dicembre 1983, dove essa ha affermato che le disposizioni del trattato "non ostano a che un ente nazionale d'incoraggiamento nel settore della frutticoltura metta in valore, nella sua pubblicità, le caratteristiche della frutta prodotta nello Stato membro di cui trattasi, né che esso organizzi delle campagne d'incoraggiamento per la vendita di determinate varietà indicando le loro proprietà particolari, nemmeno se queste sono tipiche della produzione nazionale; viceversa, è incompatibile con l'articolo 30 del trattato il fatto che l'ente faccia della pubblicità mirante a sconsigliare l'acquisto di prodotti degli altri Stati membri o a svilire detti prodotti agli occhi dei consumatori, oppure consigli l'acquisto di prodotti locali unicamente a motivo della loro origine nazionale".

A questa giurisprudenza si è ispirata la Commissione nella sua Comunicazione agli Stati membri del 28 ottobre 1986, con la quale ha tracciato le linee direttrici per la partecipazione dello Stato ad azioni di promozione dei prodotti agricoli e dei prodotti della pesca. La Commissione ritiene che non incorrano in una contravvenzione all'art. 28 le campagne di promozione delle esportazioni realizzate in un altro Stato membro, né quelle organizzate sul proprio mercato, che reclamizzino il prodotto nazionale in modo generico, o che promuovano specifiche qualità o varietà tipiche della produzione nazionale, senza fare alcun riferimento alla loro origine nazionale. Sono invece chiaramente in contrasto con la suddetta disposizione del trattato le campagne promozionali che consigliano l'acquisto di prodotti nazionali esclusivamente a causa della loro origine o che scoraggino l'acquisto di prodotti provenienti da altri Stati membri o li screditino agli occhi dei consumatori (pubblicità negativa).

Anche se sono riferiti specificamente a prodotti agricoli, questi principi possono essere applicati anche alle attività promozionali nel settore turistico. Si può dunque affermare che devono considerarsi misure di effetto equivalente a restrizioni quantitative - e quindi sono comunque vietate - tutte le iniziative promozionali e pubblicitarie realizzate con il contributo pubblico che tendano a presentare il prodotto turistico nazionale (o, naturalmente, di una determinata regione o località) come prodotto di qualità migliore rispetto a quelli di altri Stati o di altre regioni dell'Unione. Sono invece sicuramente compatibili tutte le campagne pubblicitarie

neutre ed obiettive che non implicino la volontà di sconsigliare o di svalutare l'offerta turistica di altri paesi membri. È in sostanza sacrosanto il diritto di uno Stato membro di organizzare o di promuovere campagne pubblicitarie per informare i consumatori e fornire loro indicazioni obiettive che li orientino nelle loro scelte.

Stabilito cosa è lecito ai sensi dell'art. 28, si tratta ora di verificare la compatibilità con la disciplina comunitaria degli aiuti di Stato delle campagne promozionali realizzate con il contributo pubblico.

Iniziative promozionali o pubblicitarie a carattere generale, che illustrino i pregi artistici, culturali, paesaggistici, ambientali di uno Stato membro o di una sua regione o località, o che reclamizzino eventi culturali, artistici o sportivi che si verifichino in essi, rientrano nell'indiscutibile diritto dello Stato di informazione dei consumatori. Esse possono quindi essere considerate fuori dal campo di applicazione dell'art. 87, par. 1; non dovrebbero dunque comportare alcun obbligo di notifica e possono essere realizzate anche a totale carico dello Stato. È parimenti estraneo alla disciplina degli aiuti di Stato il sostegno pubblico a tutte le iniziative che, valorizzando tradizioni culturali, alimentari, eventi sportivi, o altro, si possano tradurre in una generica promozione di un determinato territorio o località (fiere e mercati, feste di primavera, del vino o della birra, manifestazioni carnevalesche, palii e giostre, ecc.).

Negli **altri casi**, si dovranno applicare le regole degli aiuti di Stato valide in generale per tutti i settori, con le particolarità e specificità (specie per quanto riguarda l'intensità degli aiuti) che potranno essere stabilite per il settore turistico o per determinati suoi comparti. Così, le iniziative promozionali a favore di singole imprese turistiche o di consorzi di imprese potranno beneficiare del sostegno pubblico nei limiti previsti dalla disciplina degli aiuti nel settore turistico; quando la pubblicità della singola impresa avvenga nell'ambito di una iniziativa più generale, si dovrà quantificare il vantaggio di cui gode l'impresa stessa (in termini di riduzione dei costi che questa avrebbe dovuto sostenere per realizzare la stessa pubblicità, non di ricaduta nei suoi confronti della promozione più generale, che non è rilevante).

Per quanto riguarda la partecipazione a **fiere**, si potranno applicare le regole generali ormai fissate dalla Commissione: potranno cioè essere concessi aiuti alle imprese, limitatamente alla prima partecipazione ad una determinata fiera; l'intensità massima dell'aiuto potrebbe essere - come per gli altri settori - del 50% dei costi di locazione, installazione e gestione dello stand. Le spese relative alla partecipazione ad ulteriori manifestazioni devono essere considerate spese di funzionamento e sarebbero pertanto ammissibili solo in regime "*de minimis*". Ciò per quanto riguarda le spese relative allo stand attribuibili ad imprese determinate (anche se in forma associata); la partecipazione a manifestazioni fieristiche promosse da soggetti pubblici con funzioni genericamente promozionali di paesi, regioni o comprensori turistici esulerebbe invece dal campo di applicazione dell'art. 87, par. 1.

In definitiva ed in sintesi, la situazione si potrebbe presentare nei termini seguenti:

- A) È vietato - in quanto in contrasto con l'art. 28 del trattato - il sostegno pubblico ad iniziative promozionali che tendano a presentare il prodotto turistico nazionale come prodotto di qualità migliore rispetto a quello di altri Stati o regioni dell'Unione
- B) Sono invece ammissibili campagne pubblicitarie tendenti ad informare i consumatori e fornire loro indicazioni che li orientino nelle loro scelte. Tra le iniziative non in contrasto con l'art. 28:

- a) sono fuori dal campo di applicazione dell'art.87, par. 1 (non sono quindi soggette all'obbligo di notifica e possono essere a totale carico dello Stato) le iniziative promozionali e pubblicitarie a carattere generale o che reclamizzino eventi particolari
- b) gli aiuti ad attività promozionali riferiti a imprese singole o associate (ma non ad un comprensorio turistico) saranno soggetti alle limitazioni ed ai massimali di intensità che saranno stabiliti per il settore turistico o per suoi particolari comparti
- c) gli aiuti per la partecipazione a fiere sono ammissibili, nel limite del 50% dei costi per il noleggio, l'arredamento e la gestione dello stand, per la prima partecipazione ad una determinata fiera; i costi relativi alla partecipazione a successive manifestazioni, in quanto spese di funzionamento, sono ammissibili solo in regime "*de minimis*".

Rinvio alla disciplina generale

L'adozione di parametri specifici per il settore del turismo non pregiudica la completa validità delle diverse discipline già operanti sul piano trasversale: aiuti alla **formazione**, all'**occupazione**, alla **ricerca**, alla salvaguardia dell'**ambiente**. I relativi orientamenti saranno quindi applicabili anche quando gli aiuti riguarderanno investimenti ed attività nel settore turistico.

QUADRO RIEPILOGATIVO

NON PREGIUDICANO GLI SCAMBI

(Fuori applicazione art.87,par.1)

- piccole strutture ricettive in aree urbane periferiche o degradate
- rifugi alpini e situazioni assimilabili
- alberghi in località di pellegrinaggio, sulle autostrade e grandi vie di comunicazione, al servizio esclusivo o prevalente degli affari
- strutture termali di interesse locale
- impianti sportivi e ricreativi e strutture ad uso culturale, congressuale o per lo spettacolo (se non sono annesse a strutture ricettive)
- impianti a fune sostitutivi o integrativi di altri mezzi di trasporto e piccoli impianti ad uso locale

COMPATIBILITA DE IURE

(art.87, par.2)

- calamità naturali: rimborso del danno (o forfettizzazione)
- rimborso degli sconti alla popolazione locale (o forfettizzazione)

DEROGHE ART.87, PAR.3

	PMI	GRANDI
Base standard	15%	
Deroga 87,3,a)	a seconda della zona	
Deroga 87,3,c)	idem	
Integrazione base turismo*	X	X
Integrazione aree deboli dipendenti dal turismo*	Y	Y
Integrazione attività con basso impatto sulla concorrenza*		Z Z

* Non applicabili nelle regioni 87,3,a), ma cumulabili tra loro