

## COMUNICATO STAMPA

BITM 2025  
LE GIORNATE DEL TURISMO MONTANO

IL PRESIDENTE NAZIONALE DI CONFESERCENTI  
RILANCIA SULLE POLITICHE PER IL LAVORO STAGIONALE E LA  
REDDITIVITA' DELLE PICCOLE IMPRESE

**Nico Gronchi: “Un comparto che cambia, ma che ha bisogno di strumenti concreti per continuare a crescere”**

“Il turismo montano è uno dei segmenti che più ha saputo innovare, ma restano nodi aperti sul fronte del lavoro stagionale e della redditività delle piccole imprese. Servono politiche mirate per sostenere chi investe nei territori”. Così **Nico Gronchi**, presidente di **Confesercenti**, è intervenuto alla **26ª edizione della BITM – Le Giornate del Turismo Montano**, richiamando l'attenzione sulle opportunità e sulle criticità del settore.

Nel suo intervento, Gronchi ha sottolineato come il turismo montano stia vivendo una fase di profonda trasformazione e crescita. **La stagionalità si sta riequilibrando, con un aumento dei pernottamenti nei mesi di spalla** tra il +10 e il +15% nel triennio 2021-2024 secondo ENIT e CST. Allo stesso tempo, la domanda turistica si sta diversificando: il 57% dei visitatori delle località alpine sceglie la montagna per esperienze non sportive, come escursionismo leggero, benessere, cultura e gastronomia locale.

**Accanto ai dati positivi, il presidente di Confesercenti ha evidenziato alcune criticità** che rischiano di frenare lo sviluppo del comparto. Il primo nodo riguarda il reperimento del personale: nelle aree montane oltre il 55% delle imprese fatica a trovare lavoratori stagionali, con punte del 60% nel settore della ristorazione e dell'accoglienza, anche a causa della mancanza di alloggi. “Il

decreto *Staff House* è un primo passo importante – ha spiegato – ma servono misure territoriali e strumenti di stabilizzazione dei rapporti di lavoro per rendere il settore più attrattivo”.

Il secondo fronte critico è quello della redditività. Secondo i dati Banca d'Italia e ISTAT, tra il 2022 e il 2023 i costi di gestione delle strutture ricettive in montagna sono aumentati in media del 18%, mentre i ricavi sono cresciuti solo del 6-7%. “Per le piccole strutture, che rappresentano l'80% del tessuto turistico montano, questo squilibrio riduce i margini e limita la capacità di investimento. È indispensabile introdurre strumenti che riducano i costi e sostengano la digitalizzazione, l'efficienza energetica e l'innovazione.”

Gronchi ha poi richiamato l'attenzione sul tema del passaggio generazionale. “Occorrono incentivi fiscali, agevolazioni per il subentro e modelli cooperativi per garantire continuità alle imprese che hanno mercato ma non successori interni”.

**Il presidente di Confesercenti ha ricordato anche il valore sociale del turismo per i territori montani.** “Il turismo – ha detto – è spesso l'unico presidio economico e sociale delle aree interne. Secondo ISTAT, la popolazione residente nelle zone montane è diminuita del 5,3% in dieci anni. Il turismo può contrastare lo spopolamento, ma solo se le imprese riescono a restare attive e competitive”.

**Per Confesercenti è necessario** sviluppare un insieme coordinato di politiche: soluzioni abitative per i lavoratori stagionali, incentivi alle assunzioni, sostegno agli investimenti in innovazione e sostenibilità, strumenti per favorire il ricambio generazionale e il rafforzamento della rete di imprese di prossimità, che incidono direttamente sulla qualità dell'esperienza turistica.

“La domanda è: stiamo affrontando davvero i cambiamenti o li stiamo subendo?” ha concluso Gronchi. “Oggi serve passare dall'analisi all'azione: Confesercenti è pronta a fare la sua parte per costruire politiche che mettano al centro lavoro, impresa e territorio”.

**Fonti dati citate:** ENIT, CST per Assoturismo Confesercenti, ISTAT, Unioncamere-Excelsior, Banca d'Italia, Eurac, osservatori regionali (Trentino, Alto Adige, Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Appennino).

Trento, 12 novembre 2025