

# Albergatori, più milioni con la tassa «Fateci decidere come spenderli»

La presidente dell'Aia critica l'aumento: «Se servono per l'aeroporto discutiamo di rotte e mercati»

«Non era il momento di aumentare la tassa di soggiorno». Parte così Patrizia Rinaldis, presidente di Federalberghi Rimini, nel commentare la scelta dalla giunta riminese di aumentare l'imposta che grava sui turisti. Agli albergatori non è mai piaciuta, ma la digeriscono meglio se vedono dove vanno a finire i soldi intascati dai Comuni. «Abbiamo visto la città prendere una strada verso la riqualificazione complessiva - premette la presidente Rinaldis -. Tuttavia quello che oggi ci sentiamo di chiedere è un confronto sulle decisioni da prendere sull'utilizzo degli incassi derivanti dalla tassa». Nel 2022 il Comune di Rimini ha visto arrivare nelle proprie casse 9,7 milioni di euro grazie alla tassa, un valore poco al di sotto rispetto al 2019, anno



pre Covid. Con quei denari sono stati finanziati eventi turistici e sportivi per 3,1 milioni di euro. Un milione e 300mila euro sono serviti per iniziative culturali e il funzionamento dei musei cittadini. Poi c'è una voce che pesa, 1,8 milioni di euro, utilizzata per

il trasporto pubblico locale. Altra voce pesante è quella relativa alla riqualificazione ambientale che ha eroso 2,8 milioni di euro dell'imposta. Parte di questi soldi sono stati utilizzati per i campionamenti delle sabbie e la balneazione. Gli aumenti delle tariffe dell'imposta di soggiorno introdotti oggi dal Comune non sono marginali. In un hotel tre stelle si passa da 2 a 2,5 euro al giorno, mentre nei quattro stelle da 3 a 4. L'aumento più sostenuto è per gli alberghi a una stella (da 70 centesimi a 1,5 euro) e i due stelle (da 1 a 2 euro). Gli incrementi riguardano anche altre tipologie ricettive, dai camping agli appartamenti in affitto e le locazioni brevi.

«E' pensabile che gli aumenti introdotti - riprende Rinaldis - porteranno a un ulteriore incasso di

tre milioni di euro. Ciò significa che quest'anno potremmo avere 13 milioni di incassi, una cifra considerevole. Riteniamo sia importante coinvolgerci nelle decisioni da prendere sulle operazioni da finanziare. Ad esempio si parla di spenderli per aumentare i passeggeri dell'aeroporto. Ben venga, ma possiamo indicare quali mercati e rotte sono importanti e interessanti? Stessa cosa per il trasporto pubblico, dopo avere lottato anni per rendere più funzionale il tragitto della linea 4. Vogliamo condividere le strategie da adottare. Nel campo della promozione credo sia fondamentale confrontarsi. Se Visit Rimini può essere incentivata in alcuni aspetti, parliamone». Insomma, gli aumenti verranno digeriti solo con la pillola della condivisione.

**Andrea Oliva**