



6 - Nota informativa

**DICEMBRE
2018**

Presentazione

Il mese di dicembre, nelle campagne si respira aria di Natale, camini accesi, l'allegria della cucina, i cesti natalizi con i profumi della terra, l'atmosfera e l'accoglienza tipica. Se da una parte ci si prepara all'"alta stagione" invernale, dall'altra bisogna continuare a pensare alla programmazione e all'organizzazione delle attività, ai possibili miglioramenti, a pianificare il percorso dell'impresa, nel breve, medio e lungo periodo.

Cogliamo l'occasione per rivolgere a tutti l'augurio di buone feste!

Nel numero precedente abbiamo trattato: a) l'andamento della stagione estiva 2018, dell'agriturismo e del turismo enogastronomico e i principali dati sulla struttura dell'offerta a livello regionale; b) i concetti base per la pianificazione e la programmazione delle attività; c) la Legge 124/2017 (per il mercato e la concorrenza) e la "Nullità della clausola di parità tariffaria".

In questo numero: a) la struttura dell'offerta per Regioni: alloggio e ristorazione; b) il piano d'impresa (elementi base di *business planning*); c) il documento dell'Agenzia delle Entrate "Metodologia dei controlli nella ristorazione".

Le informazioni di carattere normativo potrebbero subire degli aggiornamenti e modifiche, si raccomanda sempre di utilizzarle facendo riferimento alla sede territoriale competente di Coldiretti.

Le note informative elaborate e inviate da Campagna Amica/Terranostra sono riservate alle aziende agricole, agrituristiche e multifunzionali della rete Coldiretti/Campagna Amica/Terranostra e alle rispettive Federazioni regionali e Sedi provinciali. La riproduzione, anche parziale, deve essere preventivamente autorizzata.

 tempo medio di lettura 8 minuti

MERCATO

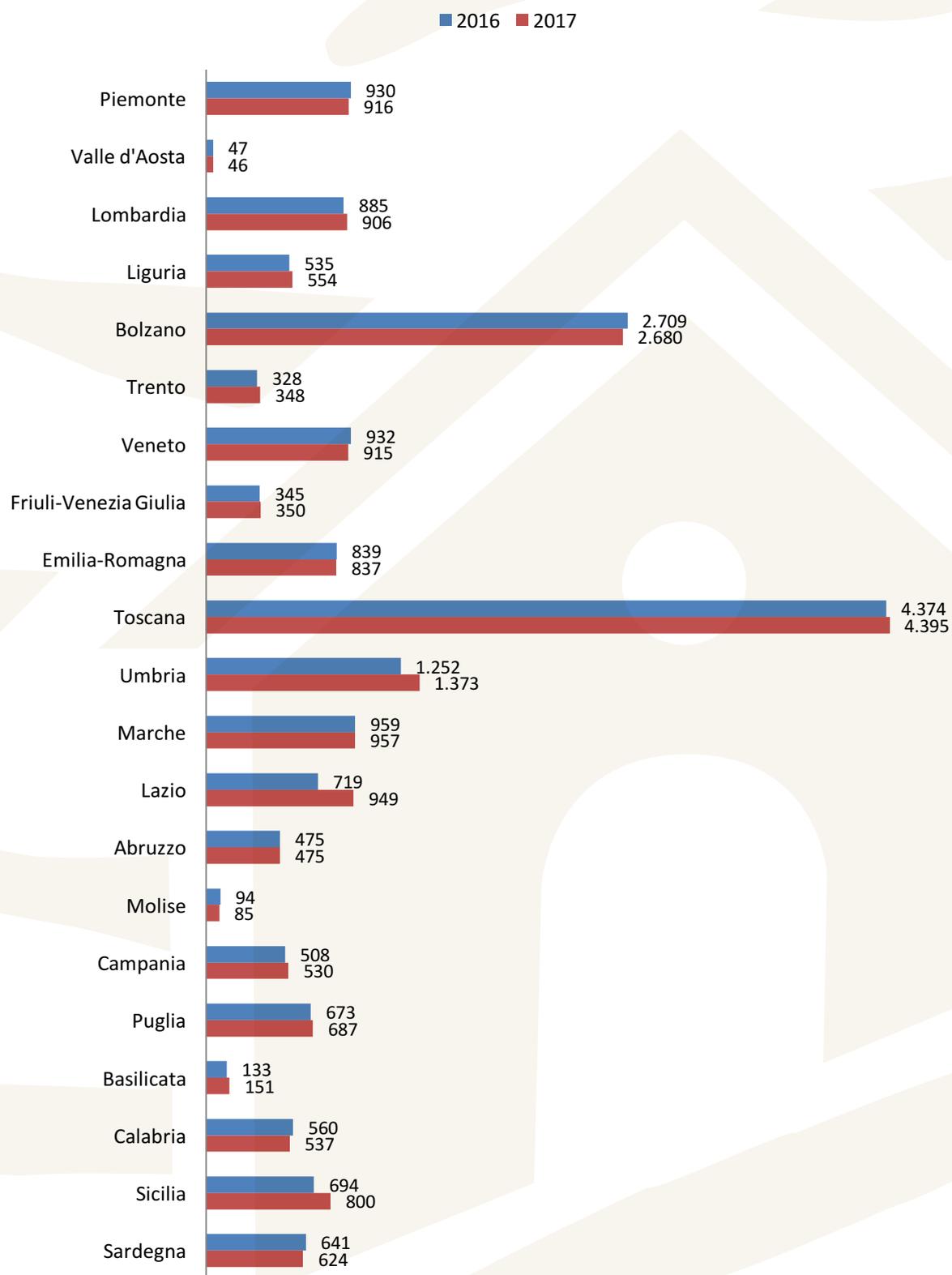
L'offerta agrituristica nelle Regioni e Province Autonome

Con l'obiettivo di fornire elementi utili a conoscere il mercato, proponiamo un sintetico quadro, con dati e commenti, sulla consistenza e la struttura dell'agriturismo a livello regionale.

L'alloggio

Nel 2017 sono 19.115 le aziende agrituristiche con offerta di alloggio (+2,6% rispetto al 2016), che rappresentano l'81,7% del totale nazionale delle aziende, per una capacità ricettiva totale di 253.328 posti letto (+3,2% rispetto al 2016).

Aziende agrituristiche con offerta di alloggio per Regione e Provincia Autonoma Anni 2016 e 2017



Fonte: Istat

Il 61,6% (11.772) delle aziende autorizzate all'alloggio offrono ospitalità in camere, per un totale di 141.986 posti letto e una media di 12,1 posti letto per azienda. Rispetto al 2016 risultano in aumento sia le aziende con camere (+1,3%), sia i posti letto in camere (+1,6%).

Le aziende che offrono accoglienza in appartamenti indipendenti sono 9.527 (49,8% delle aziende con alloggio) con 111.342 posti letto, per una media aziendale di 11,7 posti letto. Rispetto al 2016, aumentano sia le aziende con appartamenti (+3,5%) sia i posti letto in appartamenti indipendenti (+5,3%).

Il 60,5% del totale nazionale di aziende autorizzate all'alloggio e il 64,9% dei posti letto si trovano nelle regioni del Centro e del Sud.

Nel 2017 cresce anche l'agricampeggio, sono 11.746 le piazzole di sosta (+3,3% rispetto al 2016). Tra le 19 regioni in cui sono distribuite (sono assenti in Valle d'Aosta e nella provincia di Bolzano), più della metà (58,6%) si trova al Sud, in particolare in Puglia (2.205 piazzole), Sicilia (1.385) e Abruzzo (1.120).

Tra le 19.115 aziende autorizzate all'alloggio, oltre il 25% (5.192 aziende) offre solo l'alloggio, il 43% (8.225) offre l'alloggio insieme alla ristorazione, il 18,1% (3.738 aziende) offre ospitalità con la degustazione e il 56,3% (10.757 aziende) abbina all'offerta di alloggio le altre attività (equitazione, escursionismo, sport, corsi, mountain bike, trekking, attività didattiche, ecc.).

In particolare, il 37,2% delle aziende (7.113 aziende) abbina l'alloggio con un'altra tipologia di attività agrituristica, il 25,2% (4.823 aziende) con altre due tipologie di attività e il 10,4% (1.987 aziende) con le altre tre tipologie agrituristiche.

La ristorazione

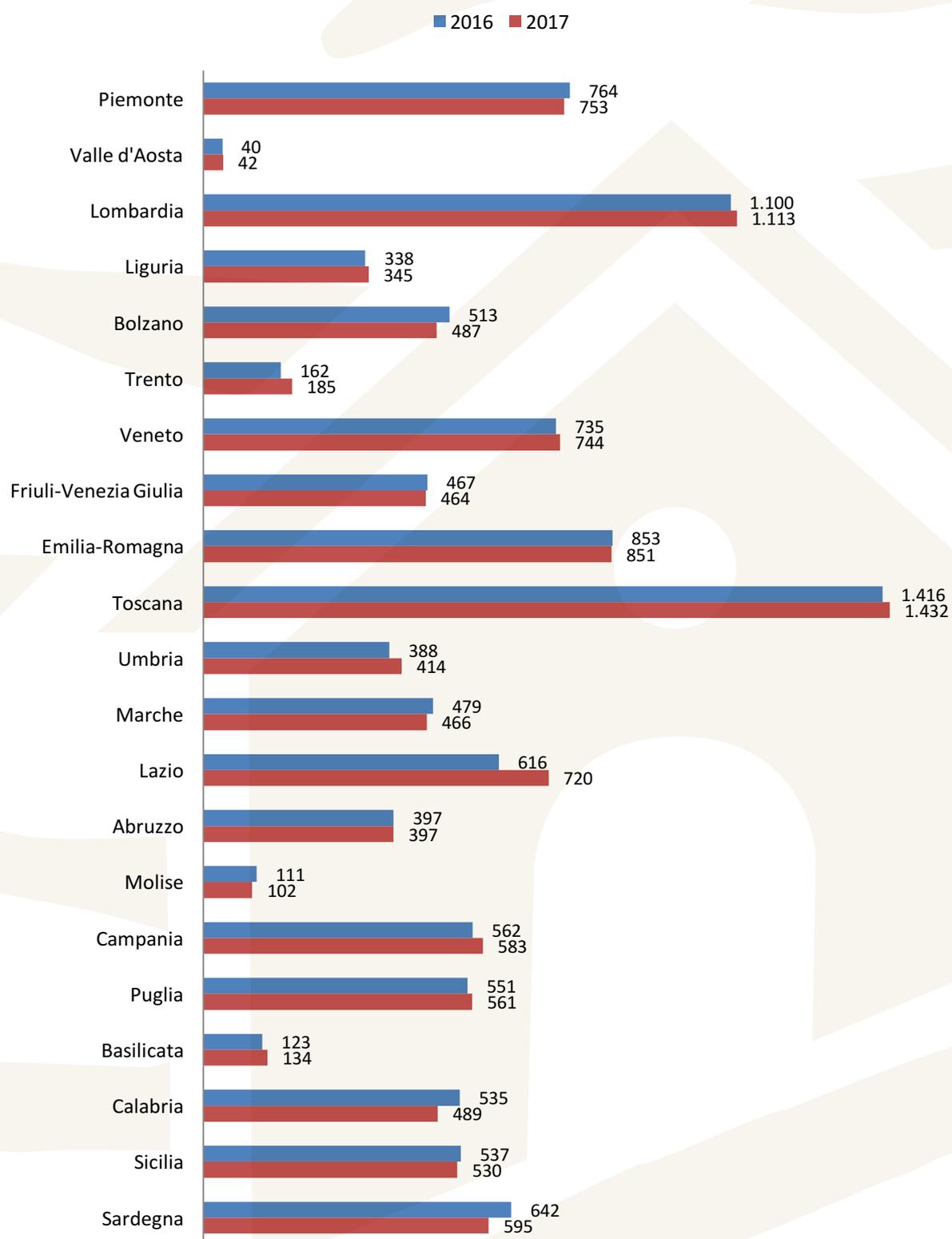
Nel 2017 le aziende agrituristiche autorizzate alla ristorazione sono 11.407 (+0,7% rispetto al 2016), pari al 48,7% degli agriturismi italiani; con 441.771 posti a sedere, in calo (-0,5%) rispetto al 2016.

La media nazionale dei posti a sedere per azienda è pari a 38,7 (39,2 nel 2016) e varia dagli 11,2 posti a sedere della provincia di Bolzano e i 71,1 della Sardegna.

Sul totale delle aziende con ristorazione, il 13,5% è autorizzato esclusivamente alla ristorazione, il 72,1% alla ristorazione insieme all'alloggio, il 30,4% offre ristorazione con la degustazione e il 58,2% abbina l'offerta di ristorazione con altre attività (sport, corsi, equitazione, escursionismo, ecc.).

Nelle regioni del Centro e del Sud, è localizzato il 56,3% dell'offerta di ristorazione complessiva. Si registrano aumenti nel Centro (+4,6%) e, più contenuti, nel Nord (+0,2%), mentre le aziende con ristorazione sono in calo al Sud (-1,9%). Dei posti a sedere autorizzati il 44,4% si trova nelle regioni del Nord, il 22,1% nel Centro e il 33,5% nelle aziende del Sud.

Aziende agrituristiche con offerta di ristorazione per Regione e Provincia Autonoma Anni 2016 e 2017



Fonte: Istat

Il piano d'impresa

Nel pieno della fase di programmazione 2014-2020, i Programmi di Sviluppo Rurale, con le diverse misure e i bandi regionali, costituiscono uno strumento importante a supporto degli investimenti aziendali e quindi delle nuove idee imprenditoriali, la cui codificazione e conversione in linee strategiche, progettuali e poi operative non può prescindere da una **attenta pianificazione e programmazione**.

Per fare impresa, oltre a un'azienda, occorre avere competenze tecniche e di gestione, conoscere le esigenze dei clienti e i comportamenti dei concorrenti, progettare il prodotto o il servizio (decidere la qualità, il prezzo, come distribuire il prodotto e come comunicare al mercato la nostra esistenza), **verificare se l'iniziativa imprenditoriale sarà in linea con le attese del mercato** e, quindi, la sua fattibilità dal punto di vista commerciale e la sua **sostenibilità dal punto di vista economico**. Lo stesso approccio vale anche nei casi in cui si intende intraprendere strategie orientate alla diversificazione delle attività, all'innovazione (di processo e/o degli output) e alla differenziazione di prodotti e servizi o ancora al riposizionamento degli stessi, se non anche dell'azienda nel suo complesso.

Il *business plan* (il piano d'impresa) è il documento elaborato dall'imprenditore, che descrive le attività e le strategie per la creazione o lo sviluppo di un'impresa, gli obiettivi che questa intende raggiungere, le strategie e i mezzi da impiegare per raggiungerli.

Per realizzare un piano d'impresa occorre: verificare i bisogni dei clienti e i comportamenti dei concorrenti, pensare a quali strategie intraprendere per conquistare clienti (prodotto, prezzo, distribuzione, promozione), ipotizzare i ricavi, scegliere gli impianti, le attrezzature, gli arredi, il personale, eccetera per avere costi sostenibili.

Pianificare l'impresa significa:

1. Fotografare il mercato: clienti e concorrenti, minacce e opportunità
2. Progettare le strategie d'impresa per entrare o riposizionarsi nel mercato: quali prodotti/servizi offrire? A che prezzo? Come distribuirli sul mercato? Come promuoverli?
3. Stimare come sarà fatta l'impresa, cioè il suo ciclo di produzione, le sue strutture produttive, la sua tecnologia, la sua organizzazione
4. Ipotizzare i costi e i ricavi
5. Verificare se l'impresa può assicurare un ritorno economico soddisfacente per l'imprenditore

In pratica, il piano d'impresa comprende:

- a) Analisi del mercato e piano di marketing
- b) Piano aziendale della produzione/organizzazione
- c) Piano economico

Un business plan deve contenere almeno le seguenti informazioni:

- Descrizione del progetto
- Descrizione delle politiche di prodotto/servizio
- Descrizione delle politiche di prezzo
- Stima del fatturato
- Analisi del ciclo produttivo e/o di erogazione del servizio da realizzare

- Piano degli investimenti e tempi di realizzazione
- Struttura organizzativa aziendale
- Addetti previsti
- Approvvigionamento materie prime e servizi da acquisire
- Mercato di riferimento e sue potenzialità
- Analisi della concorrenza
- Obiettivi e strategie di inserimento nel mercato
- Preventivo economico dei ricavi e dei costi (conto economico)
- Stima dei flussi di cassa
- Stima della redditività
- Copertura degli investimenti e dei costi di avvio (capitale proprio, indebitamento, agevolazioni pubbliche se disponibili)

Il business plan è la principale fonte di informazione su cui basare le decisioni di sviluppo dell'impresa, ed è soprattutto uno strumento per:

- o Conoscere il mercato in cui andrà ad operare
- o Stabilire gli obiettivi da raggiungere per conseguire degli utili
- o Studiare le azioni da intraprendere per raggiungere gli obiettivi
- o Verificare la redditività del business
- o Stimare il ritorno degli investimenti programmati

Per fare impresa, avviare o riposizionare l'azienda, un processo, un prodotto o un servizio/attività, è molto importante valutare tutti questi aspetti, per mettere alla prova l'idea imprenditoriale e trasformarla in un progetto di successo.

NORMATIVA

Metodologia di controllo - ristoranti, trattorie, pizzerie, osterie con cucina

La "Metodologia di controllo" dell'Agenzia delle Entrate, del mese di Settembre 2010 (ultimo aggiornamento) è un documento, destinato al personale addetto ai controlli fiscali, dove sono puntualmente indicate per ciascun settore le modalità di svolgimento dei controlli stessi. Il documento allegato - scaricabile **qui** - riguarda la Metodologia di controllo relativa ai ristoranti e alle imprese agricole che svolgono attività di ristorazione nell'ambito dell'attività agrituristica.

Nel documento vengono indicate le principali fasi dell'attività di controllo, di analisi e modalità di acquisizione delle informazioni.

La conoscenza delle metodologie è molto utile alle imprese per verificare di avere in ordine e ben tenuta la documentazione fiscale e affrontare con tranquillità le eventuali visite di controllo.