



7 - Nota informativa

GENNAIO 2019

Presentazione

L'agriturismo a gennaio offre la possibilità di conoscere le specialità gastronomiche tipiche delle feste di inizio anno. Per alcune aziende gennaio è il mese nel quale ritagliare un breve periodo di meritato riposo, per altre prosegue l'impegno nei lavori agricoli, di trasformazione dei prodotti, dell'ospitalità agrituristica; per tutte è il mese in cui affinare e ri-lanciare la comunicazione promozionale legata alle manifestazioni tradizionali, ai riti religiosi e agli eventi tipici dei primi mesi dell'anno, che riguardano l'Epifania, Carnevale e San Valentino, fino alla festa della donna dell'8 marzo, ma anche gli eventi locali, meno noti, per i quali si invitano le aziende a volerne dare segnalazione (tema/titolo, periodo, luogo) al fine di promuoverle attraverso i canali di comunicazione nazionali di Campagna Amica.

Nel numero precedente abbiamo trattato: 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".

In questo numero: **a) l'offerta regionale di degustazione dei prodotti e le produzioni d'origine certificata; b) la somministrazione di pasti e bevande e lo scambio tra aziende agricole in chiave di marketing aziendale e territoriale; c) DM 20 dicembre 2017 "tax credit": il credito d'imposta per le aziende agrituristiche; d) l'obbligo di fattura elettronica (Legge di Bilancio 2018).**

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

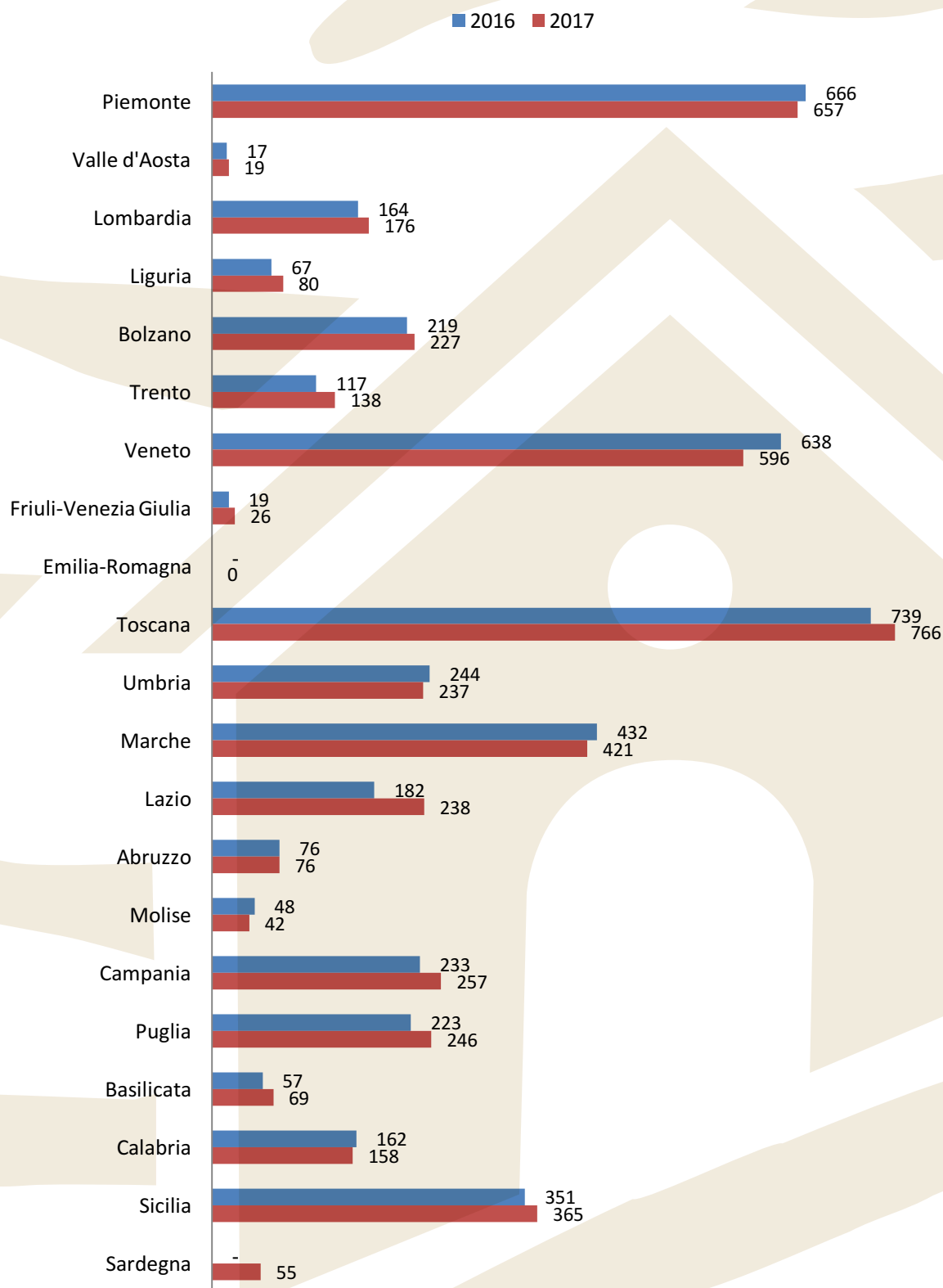
Con l'obiettivo di fornire elementi utili a conoscere il mercato, proponiamo un sintetico quadro, con dati e commenti, sulla consistenza e la struttura dell'agriturismo a livello regionale.

La degustazione

Nel 2017 le aziende autorizzate alla degustazione sono 4.849 (+4,2% rispetto al 2016) e rappresentano il 20,7% del totale delle aziende agrituristiche. L'offerta di degustazione è più diffusa nelle regioni centro-meridionali, dove è ubicato il 60,4% delle aziende. Tra il 2016 e 2017, l'offerta aumenta in particolare al Sud +10,3%, seguono le regioni del Centro +4,1% e del Nord +0,6%. A livello regionale l'offerta di degustazione risulta più diffusa in Toscana, Piemonte, Veneto e Marche, è invece assente in Emilia-Romagna e gli aumenti più consistenti si registrano nel Lazio (+56 aziende) e in Sardegna (+55 aziende).

Fra le aziende che offrono degustazione, 115 aziende (2,4%) sono autorizzate alla sola degustazione, 3.467 (77,1%) abbinano l'ospitalità, 3.738 (71,5%) combinano degustazione e ristorazione e 3.295 aziende (68%) completano l'offerta con l'esercizio di altre attività (equitazione, escursionismo, sport, corsi, ecc.).

Aziende agrituristiche con offerta di degustazione per Regione e Provincia Autonoma (2016 - 2017)



Fonte: elaborazioni Campagna Amica su dati Istat 2017

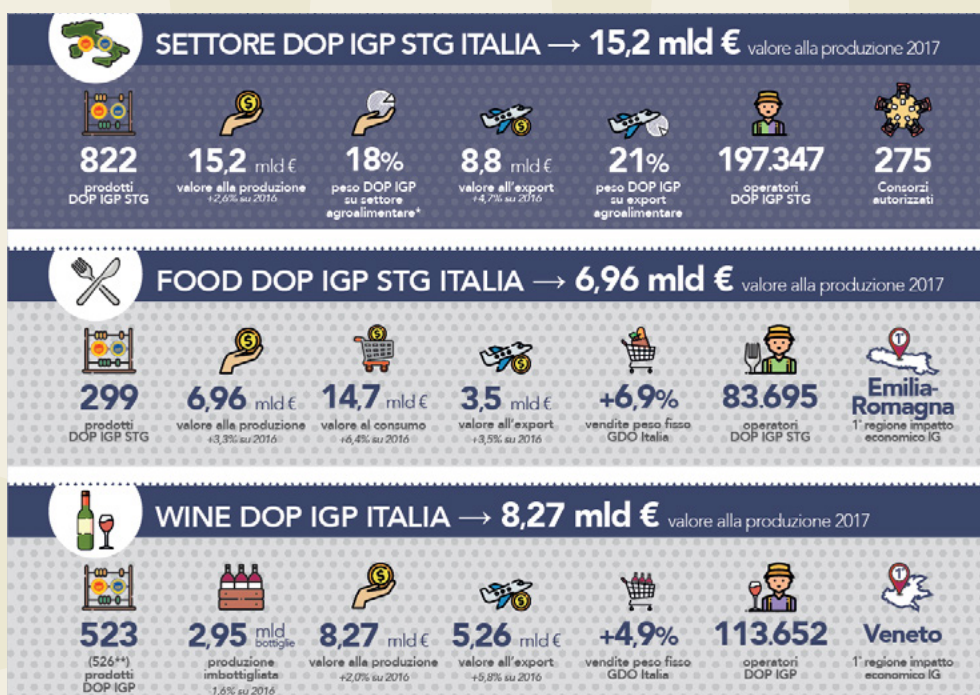
I prodotti a denominazione d'origine

L'Italia continua a detenere il primato mondiale, con 822 prodotti DOP, IGP, STG registrate a livello europeo su 3.036 totali nel mondo (dati al 05/12/2018): nel 2018 sono stati registrati in Italia la Pitina IGP (Friuli-Venezia Giulia), il Marrone di Serino IGP (Campania), la Lucanica di Picerno IGP (Basilicata) e il Cioccolato di Modica IGP (Sicilia), primo cioccolato a Indicazione Geografica al mondo.

Il comparto delle produzioni italiane a indicazione geografica esprime i risultati più alti di sempre anche sui valori produttivi e per la prima volta supera i 15,2 miliardi di euro per un contributo del 18% al valore economico complessivo del settore agroalimentare nazionale. Se il settore agroalimentare italiano ha visto crescere il proprio valore del +2,1%, il settore delle DOP IGP ha ottenuto un risultato migliore pari al +2,6%. Continua a crescere l'export delle IG made in Italy che raggiunge gli 8,8 miliardi di euro (+4,7%) pari al 21% dell'export agroalimentare italiano.

Il settore Food sfiora i 7 miliardi di valore alla produzione e 3,5 miliardi all'export per una crescita del +3,5%, mentre raggiunge i 14,7 miliardi al consumo con un +6,4% sul 2016. Il comparto Wine vale 8,3 miliardi alla produzione (+2%) e 5,3 miliardi all'export (su un totale di circa 6 miliardi del settore).

Il Sistema delle DOP IGP in Italia coinvolge 197.347 operatori e garantisce qualità e sicurezza anche attraverso una rete che conta 275 Consorzi di tutela riconosciuti dal Mipaaf e oltre 10mila interventi effettuati dagli Organismi di controllo pubblici (Ismea-Qualivita, Rapporto 2018). Per maggiori approfondimenti - **qui**.



Fonte: Ismea-Qualivita, Rapporto 2018

Nel 2011 gli agriturismi produttori di DOP e IGP erano 791 e salgono, nel 2016, a 2.533 (+1.742 unità, pari a + 220,2%); contemporaneamente i Comuni interessati passano da 93 a 784 (+691, pari a +743%).

Il considerevole aumento delle aziende agrituristiche produttrici di DOP e IGP costituisce un fenomeno rilevante nel campo della multifunzionalità in agricoltura. Questa evoluzione favorisce l'aumento del valore aggiunto realizzato dalle aziende, che risultano così più attrattive per gli ospiti che vogliono gustare le eccellenze alimentari tipiche attraverso la ristorazione o le degustazioni, nonché la possibilità di acquistare prodotti a km zero delle migliori specialità del territorio (Istat, Report 2018).

È proprio nell'ambito turistico che i prodotti a denominazione d'origine fanno registrare valori molto importanti sia in termini di promozione, sia in termini di esperienze di viaggio. In Italia il movimento turistico legato alle produzioni certificate ha assunto un ruolo strategico sviluppando oltre 200 eventi incentrati sui prodotti, 150 tra itinerari e strade attive, più di 600 risorse culturali intimamente legate al patrimonio alimentare e 17 esperienze come nuove proposte di incontro interattivo con il mondo rurale (Ismea-Qualivita, Rapporto 2018).

Prodotti aziendali e territoriali nella somministrazione di pasti e bevande: relazioni e reti tra imprese

La somministrazione di pasti e bevande è un'attività molto importante in chiave di marketing (aziendale e territoriale), per la promozione e la vendita dei prodotti direttamente al consumatore finale, per attirare nuovi ospiti e per stimolare "vecchi" ospiti a tornare e quindi destagionalizzare la domanda, anche attraverso potenziali clienti che risiedono non lontano dall'azienda (mercato di prossimità), più in generale per la valorizzazione del territorio di appartenenza.

L'attività di ristorazione agrituristica è prevista dalla Legge 96/2006 all'articolo 2, comma 3, lettera b), che così la definisce: "somministrare pasti e bevande costituiti prevalentemente da prodotti propri e da prodotti di aziende agricole della zona, ivi compresi i prodotti a carattere alcolico e superalcolico, con preferenza per i prodotti tipici e caratterizzati dai marchi DOP, IGP, IGT, DOC e DOCG o compresi nell'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali, secondo le modalità indicate nell'articolo 4, comma 4".

Come precisa l'art. 2, comma 4, della Legge 96/2006, "Sono considerati di propria produzione i cibi e le bevande prodotti, lavorati e trasformati nell'azienda agricola nonché quelli ricavati da materie prime dell'azienda agricola e ottenuti attraverso lavorazioni esterne". Questo significa che per raggiungere la quota minima stabilita di prodotto proprio da impiegare nella ristorazione, l'azienda agricola può limitarsi alla produzione della "materia prima" agricola (es. uva, olive, etc.) affidando poi la trasformazione ad un laboratorio esterno (es. produzione di vino e olio).

Il riferimento, sia pure "con preferenza", all'impiego dei prodotti DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG e Tradizionali, conferma, al di là dei vincoli di legge finalizzati a determinare la connessione di questo servizio con l'attività agricola, che il punto di forza della ristorazione agrituristica sta in un'offerta enogastronomica tipica, legata soprattutto alla tradizione della cucina contadina, anche se non esiste alcun limite di legge alla creazione di preparazioni nuove, purché realizzate nel rispetto delle norme sulla provenienza delle materie prime alimentari che ogni Regione e Provincia Autonoma ha stabilito nelle Leggi regionali e nei relativi regolamenti d'attuazione.

Il richiamo all'articolo 4, comma 4, in seguito alla sentenza della Corte Costituzionale n. 339 dell'8 ottobre 2007 che ha dichiarato illegittime alcune parti della Legge 96/2006 come approvata dal Parlamento, così dispone: "Al fine di contribuire alla realizzazione e alla qualificazione delle attività agrituristiche e alla promozione dei prodotti agroalimentari regionali, nonché alla caratterizzazione regionale dell'offerta enogastronomica, le regioni disciplinano la somministrazione di pasti e di bevande di cui all'articolo 2, comma 3, lettera b), tenendo conto dei seguenti criteri: la parte rimanente dei prodotti impiegati nella somministrazione (oltre quelli propri e quelli delle aziende agricole della zona) deve preferibilmente provenire da artigiani alimentari della zona e comunque riferirsi a produzioni agricole regionali o di zone omogenee contigue di regioni limitrofe".

In sintesi, i servizi di ristorazione e degustazione offerti dalle aziende agrituristiche:

- realizzano la connessione con l'attività agricola aziendale attraverso la somministrazione di prodotti propri, tal quali o trasformati;
- contribuiscono a promuovere l'agricoltura del territorio circostante integrando i prodotti propri con prodotti di altre aziende agricole "della zona", anche questi tal quali o trasformati;
- valorizzano i prodotti dell'artigianato alimentare locale basato sulla trasformazione di prodotti agricoli pure locali, completando con questi il prevalente impiego dei prodotti propri e dei prodotti delle aziende agricole "della zona".

Le norme regionali stabiliscono nel dettaglio i criteri applicativi di questi principi generali, indicando, fra l'altro, le quote percentuali minime delle tre categorie di prodotti citate in precedenza, e la quota percentuale massima dei prodotti non reperibili nella zona o comunque non collegati alla produzione agricola locale.

Alla luce di quanto detto è molto importante **attivare o riattivare e potenziare gli scambi tra aziende agricole e agrituristiche** operanti nello stesso territorio o in territori vicini, esaltando l'origine dei prodotti, le tradizioni di lavorazione e il loro radicamento alle persone e ai luoghi di produzione. In questo il senso **aderire** e partecipare attivamente alla **rete di Campagna Amica**, oltre che vetrina per potenziali ospiti e acquirenti, **costituisce anche una piattaforma di relazione e scambio tra le aziende**, sia per i servizi che per i prodotti, con l'obiettivo - tra gli altri - di facilitare e favorire la circolazione di specialità tipiche e quindi la promozione del territorio nell'ottica del "fare rete".

Tax Credit Turismo ai sensi del DM 20 dicembre 2017 per la riqualificazione di alberghi e agriturismi, spese sostenute nel 2018

La legge di bilancio 2017 al comma 4, dell'articolo 1, ha disposto il rifinanziamento - con alcune rilevanti modifiche - del credito d'imposta per le strutture turistiche, per la riqualificazione degli alberghi, agriturismi e strutture termali prevedendo l'estensione del credito d'imposta per il 2017 e 2018 nella maggiore misura del 65 per cento e includendo fra i beneficiari delle strutture che svolgono attività di agriturismo come definite dalla legge n. 96 del 2006 e dalle relative norme regionali.

La medesima disposizione aveva previsto che il beneficio fosse riconosciuto a condizione che gli interventi avessero "anche" le finalità di ristrutturazione edilizia, riqualificazione antisismica o energetica e acquisto mobili, come era stato chiarito anche nei lavori preparatori

Tuttavia, l'articolo 3 del decreto attuativo 20 dicembre 2017 ha subordinato l'erogazione del credito d'imposta alla sussistenza degli interventi aventi finalità di **efficienza energetica** ovvero di **riqualificazione antisismica**.

In particolare, è disposto che "alle imprese alberghiere e agli agriturismi esistenti alla data del 1° gennaio 2012, è riconosciuto un credito d'imposta nella misura del 65 per cento per le spese sostenute dal 1° gennaio 2017 al 31 dicembre 2018, relativi a interventi che abbiano finalità di ristrutturazione edilizia, come individuati all'articolo 2, comma 1, lettera b), numeri 1, 2, 3 e 4 del decreto attuativo, di riqualificazione energetica, a condizione che abbiano anche finalità di incremento **dell'efficienza energetica** o di **riqualificazione antisismica**, così come descritte all'articolo 2, comma 1, lettera b), numeri 5 e 6 del medesimo decreto, ovvero ferma restando tale ultima condizione, per le spese per l'acquisto di mobili e componenti d'arredo, come definite dall'articolo 2, comma 1, lettera b), numero 7, destinati esclusivamente alle strutture ricettive oggetto del decreto, a condizione che il beneficiario non ceda a terzi né destini a finalità estranee all'esercizio di impresa i beni oggetto degli investimenti prima dell'ottavo periodo d'imposta successivo".

Pertanto, non saranno ammessi all'agevolazione gli interventi di ristrutturazione edilizia o l'acquisto di mobili se effettuati singolarmente e non congiunti ad interventi di efficienza energetica ovvero di riqualificazione antisismica.

L'incentivo opera in tutta Italia e copre fino al 65% delle spese ammesse, compreso l'acquisto di mobili e arredi per un massimo di 200 mila euro.

Per richiedere il credito d'imposta bisogna presentare domanda a partire dalle ore 10:00 del 14 gennaio 2019 fino alle ore 14:00 del 11 febbraio 2019. Le risorse saranno assegnate fino ad esaurimento fonti secondo l'ordine di presentazione delle domande.

Le domande per poter beneficiare del "tax credit riqualificazione" si presentano esclusivamente in forma telematica registrandosi sul portale internet <https://procedimenti.beniculturali.gov.it>.

Si raccomanda di consultare il proprio consulente per valutare la situazione aziendale e quindi l'opportunità di beneficiare o meno del credito d'imposta.

Testo integrale DM 20 dicembre 2017:

https://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/documents/1518692701645_D.I._MIBACT_MIT_20_DICEMBRE_2017_REP_598_REGISTRATO.pdf

Tutorial per approfondimenti:

<http://www.turismo.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/01/Tutorial-Tax-Credit-Riqualificazione.pdf>

L'obbligo di fattura elettronica (Legge di Bilancio 2018)

Dal primo gennaio 2019 tutte le fatture emesse, a seguito di cessioni di beni e prestazioni di servizi effettuate potranno essere solo fatture elettroniche.

L'obbligo di fattura elettronica, introdotto dalla Legge di Bilancio 2018, salvo alcuni casi di esonero, vale per tutti i soggetti residenti o stabiliti in Italia nel caso in cui la cessione del bene o la prestazione di servizio è effettuata tra due operatori Iva (operazioni B2B, cioè Business to Business), sia nel caso in cui la cessione/prestazione è effettuata da un operatore Iva verso un consumatore finale (operazioni B2C, cioè Business to Consumer).

È previsto l'esonero dei soggetti che rientrano nel cosiddetto "regime di vantaggio" (art. 27, commi 1 e 2, del decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98, convertito, con modificazioni, dalla legge 15 luglio 2011, n. 111), di quelli che rientrano nel cosiddetto "regime forfettario" (di cui all'art. 1, commi da 54 a 89, della legge 23 dicembre 2014, n. 190), nonché, infine, dei "piccoli produttori agricoli", i quali erano già esonerati in generale dall'emissione di fatture analogiche.

Le regole per predisporre, trasmettere, ricevere e conservare le fatture elettroniche sono definite nel provvedimento n. 89757 del 30 aprile 2018 modificato dal **provvedimento 21 dicembre 2018 prot. n. 524526** pubblicato sul sito internet dell'Agenzia delle Entrate.

Per maggiori approfondimenti:

Guida alla fatturazione elettronica dell'Agenzia delle Entrate

Testo L. 17 dicembre 2018, n. 136 (in G.U. 18/12/2018, n. 293). Conversione in legge, con modificazioni, del **decreto-legge 23 ottobre 2018, n. 119**, recante disposizioni urgenti in materia fiscale e finanziaria.

Fatturazione elettronica: il 1 gennaio scatta l'obbligo per 500mila aziende

NOTA: si raccomanda vivamente di interagire con gli esperti fiscalisti delle sedi territoriali Coldiretti e consultare il portale del socio Coldiretti.

