



9 - Nota informativa

MARZO
2019

Presentazione

L'agriturismo a marzo si prepara per la primavera e con la bella stagione alle porte è tempo di predisporre e promuovere le offerte speciali, "fare bella" l'azienda e organizzare al meglio l'accoglienza degli ospiti in previsione delle festività e degli eventi di marzo, in particolare la festa della donna e la festa del papà, ma anche in vista della Pasqua che quest'anno sarà nel mese di aprile.

La comunicazione delle offerte richiede sempre molta attenzione e particolare cura, nella scelta dei canali di promozione, dei contenuti dei messaggi, nella scelta delle foto, cercando sempre di caratterizzare la propria formula di ospitalità, con l'accoglienza genuina, la cucina tipica, l'offerta di prodotti sani a chilometro zero, e la proposta di esperienze autentiche legate anche alla scoperta del territorio e della sua cultura, tenendo ben presenti i valori e i principi dell'accoglienza degli Agriturismi di Campagna Amica.

Nel numero precedente abbiamo trattato: a) l'offerta regionale di attività ricreative, sportive e culturali; b) le "altre" attività agrituristiche (ricreative, sportive e culturali): inquadramento e organizzazione; c) Legge 1 dicembre 2015, n. 194 "Disposizioni per la tutela e la valorizzazione della biodiversità di interesse agricolo e alimentare".

In questo numero: **a) il dettaglio per tipologia dell'offerta regionale delle attività ricreative, sportive e culturali; b) la comunicazione e l'identità: la caratterizzazione aziendale, qualità e autenticità; c) credito d'imposta IRAP per i soggetti che esercitano contemporaneamente attività agricola e attività di agriturismo e che si avvalgono di lavoratori dipendenti** (Agenzia delle Entrate - Risposta n. 39 del 12 febbraio 2019).

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 informazioni, sulla consistenza e la struttura dell'agriturismo a livello regionale sulla base dei dati rilevati annualmente (riferimento al 31 dicembre di ogni anno) dall'Istat con un'indagine censuaria di tipo amministrativo, svolta con la collaborazione delle Regioni e Province autonome, che acquisiscono e trasmettono all'Istat i dati richiesti utilizzando gli archivi amministrativi di loro competenza. Le informazioni contenute negli archivi amministrativi utilizzati provengono principalmente dai Comuni, che rilasciano le autorizzazioni e le relative variazioni alle strutture e servizi richiesti dalle aziende. Fra le aziende che esercitano le altre attività agrituristiche, il 6,1% è autorizzato esclusivamente allo svolgimento delle altre attività, l'82,8% associa altre attività all'alloggio, il 51,1% alla ristorazione e il 25,4% combina le altre attività con la degustazione. Il maggior numero di aziende che svolgono altre attività agrituristiche si trova in Toscana (2.850 aziende), Umbria (1.175) e Alto-Adige (1.147); nel Mezzogiorno prevale la Sicilia con 813 aziende.

L'offerta di attività ricreative, sportive e culturali, dettaglio regionale per le singole attività

Nel 2017 in Italia il 55,5% degli agriturismi autorizzati – 12.986 aziende – propone attività agrituristiche di tipo culturale, ricreativo e sportivo (si veda nota n. 8 del mese di febbraio scorso). In particolare, a livello nazionale, l'equitazione è proposta da 1.496 aziende, le attività escursionistiche da 3.482 aziende, le osservazioni naturalistiche da 1.240, il trekking da 1.932 e ancora 2.595 aziende offrono la possibilità di noleggiare mountain bike, 1.547 propongono attività didattiche, 1.855 organizzano corsi vari (di cucina, di degustazioni, di lavorazioni artigianali, di yoga, pittura, ecc.), in 5.000 aziende si possono praticare attività sportive e infine 7.411 aziende propongono attività e servizi vari (piscina, sala per riunioni e convegni, parco giochi per bambini, partecipazione alle attività agricole, ecc.).

Quali sono le "altre" attività agrituristiche?

Attività varie: comprendono tutte quelle attività varie non incluse nelle voci equitazione, escursionismo, osservazioni naturalistiche, trekking, mountain bike, corsi e sport; in particolare le attività varie comprendono: partecipazione ai lavori agricoli dell'azienda, attività ricreativa, giochi per bambini, piscina, utilizzo di sale riunioni organizzate per convegni o altro, manifestazioni folcloristiche, ecc.

Corsi: includono la partecipazione a corsi di vario genere organizzati dall'azienda agrituristica. I corsi possono riguardare tematiche quali l'ambiente, la vita rurale, l'agricoltura, l'allevamento, la flora, la fauna, il paesaggio agro-forestale, ecc.

Equitazione: comprende l'attività equestre e include maneggi, corsi di equitazione, ospitalità di cavalli, passeggiate a cavallo, ecc.

Escursionismo: include escursioni, visite guidate, passeggiate, gite, ecc.

Fattorie didattiche: Le fattorie didattiche si prefiggono l'obiettivo di avvicinare l'agricoltore, con la sua azienda agricola e i suoi prodotti, ad un pubblico di adulti e bambini interessato a scoprire e conoscere il vivere quotidiano che da sempre salvaguarda il territorio. Le fattorie didattiche sono espressione della multifunzionalità aziendale e rientrano a pieno titolo tra le "attività ricreative, culturali e didattiche". Una visita alla fattoria didattica rappresenta un'occasione per un contatto diretto con gli animali, le piante, gli spazi aperti, i mestieri degli agricoltori e il mondo delle tradizioni rurali.

Mountain bike: comprende l'utilizzo di biciclette fuoristrada da utilizzare per percorsi interni o esterni all'azienda agrituristica.

Osservazioni naturalistiche: includono l'attività di osservazione di piante, animali e paesaggi agro-forestali in genere.

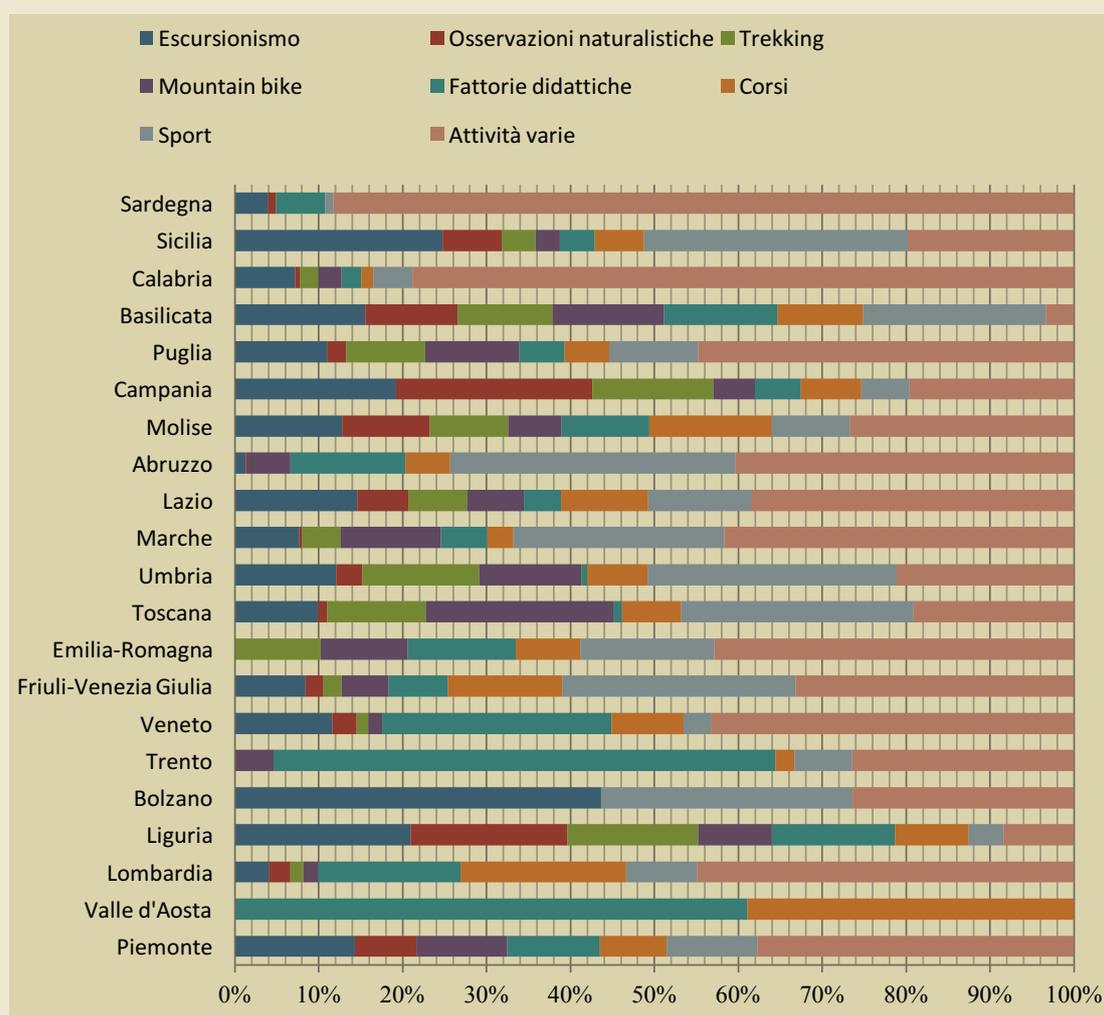
Sport: comprende tutte le attività sportive, incluso il gioco delle bocce, l'attività venatoria e la pesca sportiva.

Trekking: include passeggiate escursionistiche di uno o più giorni, in zone normalmente non battute e lontane dalle strade di comunicazione, come pratica di turismo che ricerca un contatto assolutamente diretto con la natura

Per completare il quadro e conoscere la struttura e la composizione a livello territoriale, di seguito le rappresentazioni grafiche dell'offerta regionale di "altre" attività, precisando che non tutte le Regioni utilizzano sempre le stesse definizioni e non sempre dispongono di dati dettagliati relativi alla suddivisione delle altre attività nei vari gruppi di tipologie (in questi casi si vedrà al posto del numero l'acronimo n.d. – non disponibile – e le attività vengono raggruppate nella voce "attività varie").

Aziende agrituristiche con offerta di attività ricreative, sportive e culturali, dettaglio per tipologia di attività, per Regione e Provincia Autonoma.

REGIONI e P.A.	Totale	Equitazione	Escursionismo	Osservazioni naturalistiche	Trekking	Mountain bike	Fattorie didattiche	Corsi	Sport	Attività varie
Piemonte	1.000	95	335	171	n.d.	253	258	186	253	882
Valle d'Aosta	15	3	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	11	7	n.d.	n.d.
Lombardia	800	200	48	30	18	21	199	232	99	528
Liguria	247	29	117	104	87	49	82	49	23	47
Bolzano	1.147	90	623	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	427	377
Trento	83	4	n.d.	n.d.	n.d.	4	52	2	6	23
Veneto	415	29	65	16	8	9	153	48	18	242
Friuli-Venezia Giulia	271	22	55	14	14	37	46	89	182	217
Emilia-Romagna	704	86	n.d.	n.d.	137	139	172	103	214	574
Toscana	2.850	106	513	58	609	1.162	55	366	1.437	995
Umbria	1.175	138	335	88	386	338	19	200	825	587
Marche	495	39	65	3	39	102	47	27	214	355
Lazio	757	92	179	75	86	84	54	128	150	474
Abruzzo	281	70	5	1	n.d.	20	54	21	134	159
Molise	76	19	22	18	16	11	18	25	16	46
Campania	578	56	365	443	273	95	104	136	109	372
Puglia	597	71	145	30	124	148	71	70	140	591
Basilicata	110	39	55	39	40	47	48	36	77	12
Calabria	470	47	39	3	12	15	13	8	25	429
Sicilia	813	261	512	146	83	61	85	122	650	411
Sardegna	102	n.d.	4	1	n.d.	n.d.	6	n.d.	1	90
ITALIA	12.986	1.496	3.482	1.240	1.932	2.595	1.547	1.855	5.000	7.411



Fonte: elaborazioni Campagna Amica su dati Istat 2018

ORGANIZZAZIONE E MARKETING AZIENDALE

La comunicazione e l'identità aziendale. La caratterizzazione, la qualità e l'autenticità di Terranostra e degli Agriturismi di Campagna Amica

La comunicazione è una delle funzioni fondamentali dell'imprenditore e attività chiave dell'impresa – in particolare alla vigilia della bella stagione – per lanciare sul mercato le proposte aziendali e le offerte per la primavera e per l'estate. **In linea generale la comunicazione aziendale deve incrementare la clientela sia fidelizzando gli ospiti che hanno già avuto modo di conoscere i prodotti e servizi offerti, sia attraendone di nuovi.** La comunicazione fa leva soprattutto sui contenuti informativi, il marketing si occupa delle strategie di collocazione sul mercato della produzione aziendale e dei servizi connessi alle attività agricole; è in definitiva la base ultima per concludere contratti di vendita o di prestazione di servizi. Se fino a 15-20 anni fa il mezzo principale per interloquire col mercato era la **carta stampata**, oggi lo scenario è radicalmente mutato per cui comunicazione e marketing si fanno soprattutto grazie ai seguenti strumenti basati su **internet: il sito web, la pagina nei "social network", le inserzioni nelle guide tematiche on-line oppure in piattaforme specializzate per l'acquisto di prodotti o di servizi.**

Anche se ormai la maggior parte delle relazioni si costruisce su internet, resta ancora molto efficace e potente il **"passaparola"**, i consigli scambiati a voce tra parenti e amici. La strategia di comunicazione deve pertanto prevedere utilizzo di un mix di strumenti "vecchi" (giornali, nelle guide "cartacee" di settore, fiere) e nuovi (web, social), naturalmente in relazione anche alla disponibilità economica e di tempo dell'imprenditore.

Per un comparto come quello agrituristico, che offre **prodotti e servizi di eccellenza, ad alto contenuto "emozionale", "esperenziale" e "relazionale"**, la varietà degli strumenti di comunicazione, la velocità di interazione con la domanda e la commercializzazione sono condizioni necessarie ma non sufficienti, è **fondamentale spiegare le differenze rispetto ad altre formule ricettive** (es. un albergo o un ristorante commerciale), in cosa ci si distingue e per cosa ci si caratterizza. **La qualità, l'eccellenza e l'autenticità, che contraddistinguono l'accoglienza agrituristica, va comunicata, raccontata e spiegata in maniera semplice ed efficace**, al fine di poter orientare le scelte dei possibili nuovi ospiti e di favorire il ritorno di chi è già stato in azienda.

Bisogna quindi analizzare con attenzione gli aspetti tecnici dei diversi strumenti, per valutare la convenienza degli investimenti su determinati canali di comunicazione e commercializzazione, tenendo conto che l'offerta è, in questo campo, molto ampia e non ugualmente efficace in termini di visibilità; e bisogna sempre comunicare non solo i servizi o i prodotti, ma anche **l'identità e l'autenticità aziendale, la propria filosofia, le caratteristiche distintive e di qualità dell'accoglienza, in tutte le sue declinazioni dall'ospitalità in alloggi ai menù della ristorazione.**

Pertanto si raccomanda di utilizzare nella comunicazione aziendale i valori della Carta dell'Accoglienza e i principi dell'ospitalità autentica di Campagna Amica. Valori richiamati dal marchio degli Agriturismi di Campagna Amica, che si suggerisce di esporre in modo ben visibile come segno di distintività e riconoscibilità, dato il grande valore concettuale, la notorietà e la reputazione di garanzia di qualità che ha presso i consumatori e i potenziali ospiti. Abbiamo raccolto [qui](#) alcuni materiali utili – tra cui le indicazioni per la definizione dei menù e la carta dell'accoglienza negli agriturismi di Campagna Amica – da scaricare e tenere sempre in azienda.

NORMATIVA

Credito d'imposta IRAP per i soggetti che esercitano contemporaneamente attività agricola ed attività di agriturismo (art. 1, comma 21 legge 23 dicembre 2014, n. 190). Agenzia delle Entrate - Risposta n. 39 del 12 febbraio 2019

Con la risposta n. 39 del 12 febbraio scorso (testo integrale - [qui](#)), l'Agenzia delle Entrate fornisce chiari e approfondimenti approfondendo la questione relativa al **credito d'imposta IRAP per i soggetti che esercitano contemporaneamente attività agricola ed attività di agriturismo.**

In particolare, a porre il quesito (l'istanza) è un imprenditore agricolo che svolge oltre all'attività agricola anche attività di agriturismo per la quale si avvale del regime forfettario di determinazione del reddito previsto dalla Legge n. 413 del 30 dicembre 1991.

Nell'ambito dell'attività agricola, non più soggetta ad Irap con le novità introdotte dalla Legge di Stabilità per il 2016, l'imprenditore impiega dei lavoratori dipendenti stagionali, mentre non si avvale di lavoratori dipendenti per l'attività di agriturismo, che invece è soggetta ad Irap.

Il quesito posto all'attenzione dell'Agenzia delle Entrate riguarda la possibilità di applicare all'attività di agriturismo il credito d'imposta introdotto dalla Legge di Stabilità per il 2015 e pari al 10% dell'Irap, riconosciuto ai soggetti che non si avvalgono di lavoratori dipendenti.

L'Agenzia delle Entrate nella **risposta n. 39** ha ricordato che l'agevolazione del credito d'imposta si inserisce nel quadro delle modifiche alla disciplina dell'Irap apportate dalla Legge di Stabilità e che costituisce una misura complementare ad un'altra agevolazione introdotta dalla stessa Legge, ovvero l'integrale deducibilità dall'imponibile Irap del costo sostenuto per il lavoro dipendente a tempo indeterminato.

La Legge di stabilità 2016 ha, infatti, da una parte aggiunto tra i soggetti cui non si applica l'imposta, anche "i soggetti che esercitano una attività agricola ai sensi dell'articolo 32 del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del DPR 917/86, i soggetti di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 227, nonché le cooperative e loro consorzi di cui all'articolo 10 del decreto del Presidente della Repubblica 29 settembre 1973, n. 601", cancellando l'imposta per le aziende agricole in regime di tassazione catastale che già beneficiavano di un'aliquota ridotta dell'1,9%. **Tuttavia, come è noto, l'imposta continua ad applicarsi con l'aliquota ordinaria, per le attività connesse rientranti nell'articolo 56-bis del TUIR, per l'attività di agriturismo, per l'attività di allevamento di animali con terreno insufficiente a produrre almeno un quarto dei mangimi necessari.**

D'altra parte, il credito d'imposta IRAP è riconosciuto per le imprese senza dipendenti, a fronte della deduzione dall'imponibile IRAP del costo del lavoro riconosciuta in favore delle imprese che si avvalgono di personale dipendente. L'Agenzia evidenzia che il credito d'imposta per le imprese senza dipendenti ha lo scopo di fornire un vantaggio fiscale Irap anche a quei soggetti passivi che per il fatto di non avvalersi di lavoratori, non potrebbero accedere alla deduzione del costo del lavoro; il credito in parola è, dunque, complementare all'agevolazione della deduzione e nel caso di specie – attesa l'esclusione dell'attività di coltivazione dall'applicazione del tributo – spetta per l'attività agrituristica con riferimento alla quale i dipendenti non sono stati impiegati e va utilizzato esclusivamente in compensazione.

Per approfondimenti

<https://www.ilpuncotoldiretti.it/attualita/fisco/credito-dimposta-irap-al-10-per-un-agriturismo-senza-dipendenti/>

