

AGEVOLAZIONI

All'enoturismo si affianca l'oleoturismo

di Luigi Scappini

L'[articolo 1, commi 513 e 514, L. 160/2019](#), pubblicata sulla **Gazzetta Ufficiale n. 304 del 30.12.2019**, S.O. n. 45, la cd. **Legge di Bilancio 2020**, **estende**, con decorrenza 1° gennaio 2020, alle attività di **oleoturismo** le **disposizioni** precedentemente introdotte con l'**articolo 1, commi 502-505, L. 205/2017** (la cd. Legge di Bilancio 2018), per le attività di **enoturismo**.

Ai sensi del [comma 514](#), si definisco **attività di oleoturismo** tutte quelle di **conoscenza dell'olio d'oliva** espletate nel luogo di produzione, le **visite** nei **luoghi** di coltura, di **produzione** o di **esposizione** degli strumenti utili alla coltivazione dell'ulivo, la **degustazione** e la **commercializzazione** delle produzioni aziendali dell'olio d'oliva, **anche** in **abbinamento ad alimenti**, le **iniziative** a carattere **didattico** e **ricreativo** nell'ambito dei luoghi di coltivazione e produzione.

L'operazione rappresenta la chiusura del cerchio, infatti, l'[articolo 5, comma 1, L. 268/1999](#) prevede che *“Le disposizioni della presente legge (la legge istitutiva delle strade del vino) si applicano anche per la realizzazione delle “strade” finalizzate alla valorizzazione, anche congiunta, di altre produzioni di qualità, con particolare riguardo all'olio d'oliva ed in genere ai prodotti tipici.”*.

Come a dire, una sorta di **binomio vino-olio** che si era andato a spezzare in occasione della forse troppo frettolosa introduzione dell'**enoturismo** avvenuta con la scorsa **Legge di Bilancio 2019**.

Il **rimando integrale** alle regole introdotte per l'enoturismo è **utile** per evidenziare, in modo costruttivo, alcuni **aspetti** che **non convincono**.

L'**enoturismo** nasce dall'**esigenza** del settore di poter **supportare** gli **operatori** in un aspetto dell'attività, quello del **marketing**, che sicuramente non tutti possono sviluppare in modo individuale, in ragione soprattutto delle dimensioni ridotte del tessuto imprenditoriale.

In tal senso, del resto, deve essere letta anche la ormai più che ventennale **L. 268/1999**, istitutiva delle c.d. “strade del vino”, a cui ha fatto seguito il **Decreto attuativo 12.07.2000**.

Obiettivi di tale norma, in stretta connessione anche con il documento noto come “**Agenda 2000**”, con cui è stato ampliato l'ambito delle attività esercitabili dall'imprenditore agricolo, erano rinvenibili nel **dotare il settore di uno strumento di territorio rurale**, il tutto mantenendo quale perno, intorno a quale far ruotare il sistema, l'**imprenditore agricolo**.

A conferma di questo, il **Decreto attuativo 12.07.2000** prevedeva che, quali **soggetti aderenti e promotori**, dovessero esserci **obbligatoriamente** almeno **2 imprese vitivinicole** a cui poi potevano affiancarsi anche soggetti non strettamente legati alla produzione del vino, ma sicuramente utili allo scopo, avendo **altre propensioni commerciali** quali, ad esempio, le **enoteche**.

Questo, tra l'altro, porta a evidenziare un'altra caratteristica delle strade del vino che si ponevano gli obiettivi di cui sopra attraverso la **cooperazione di varie "anime"**.

Al contrario, l'enoturismo, pur mantenendo l'obiettivo di garantire la valorizzazione delle produzioni vitivinicole del territorio, **non prevede** una **cooperazione** tra i vari attori, lasciandoli **liberi di operare distintamente**, fermo restando il rispetto dei requisiti minimi *standard* previsti nel **Decreto 12.03.2019**.

La lettura di tali **parametri** lascia perplessi, in quanto il rispetto di alcuni di essi risulta di **difficile** attuazione da parte dei **piccoli produttori**, con la conseguenza che **ci si domanda l'effettiva utilità di una norma** che, nella realtà pratica, doveva essere scritta a supporto proprio di tali soggetti essendo di tutta evidenza che i "grandi" produttori sono già organizzati con proprie politiche di *marketing* e di sviluppo.

Tale errore, purtroppo, pare si vada a ripetere anche per quanto riguarda il **comparto dell'olio**, particolarmente **inciso**, in questi ultimi anni, dagli **andamenti climatici** e non solo.

In più non si può non evidenziare l'**assenza** della **previsione** di un **decreto attuativo ad hoc** per il settore **oleoturistico**, di talché si **dovrebbe**, a parere del Legislatore, **applicare de plano** le regole di cui al più volte richiamato **Decreto 12.03.2019**.

A questo si deve aggiungere la circostanza che **viene meno**, anche in questo caso, la figura dell'**imprenditore agricolo** quale **centro del progetto**. Con riferimento all'enoturismo, infatti, il **Decreto 12.03.2019** prevede che, nel caso di esercizio dell'attività da parte dell'imprenditore agricolo, ciò ne determina la ricomprensione nell'alveo delle attività c.d. **connesse ex [articolo 2135 cod. civ.](#)**, e questo significa che le stesse **possono essere esercitate anche da soggetti terzi diversi dall'imprenditore agricolo**.

Tale circostanza comporta che, sotto il profilo della **fiscalità diretta**, se sussistenti i requisiti soggettivi, a prescindere dalla qualifica di imprenditore agricolo, si rendono **applicabili** le **regole** specifiche previste per l'**agriturismo**.



Seminario di specializzazione
**COOPERATIVE DI PRODUZIONE E LAVORO:
CASI PRATICI PER LA CORRETTA GESTIONE**
Scopri le sedi in programmazione >