

# ENOTURISMO: PROFILI GIURIDICI

WINE TOURISM: LEGAL PROFILES

LIDIA MELISSARI

*Assegnista di ricerca presso l'Università degli Studi Mediterranea  
di Reggio Calabria (Italy); Dottore di ricerca in diritto civile; Avvocato.*

**SOMMARIO:- RESUMEN.- 1. INTRODUZIONE. - 2. DALLE  
ORIGINI ALLE STRADE DEL VINO. - 3. INQUADRAMENTO  
NELL'AMBITO DELLE ATTIVITÀ AGRICOLE: ENOTURISMO E  
AGRITURISMO. - 3.1. Il concetto di connessione.- 4. PANDEMIA  
DA COVID 19 ED ENOTURISMO: CRITICITÀ E PROSPETTIVE. -  
5. BIBLIOGRAFIA.**

## ABSTRACT

Il connubio fra turismo e vino rappresenta una opportunità in grado di valorizzare, innovandole, le imprese agricole e le potenzialità turistiche del territorio. Attorno al vino si è sviluppato un mercato che guarda a questo prodotto con valenze diverse, a seconda che lo si veda come prodotto agroalimentare in senso stretto, oppure come risorsa che caratterizza un'offerta turistica, da consumare alla e per la scoperta di un luogo, fino a specializzare un segmento del mercato. In quest'ultima prospettiva il vino può costituire l'attrattiva principale di un territorio o un elemento che concorre, insieme ad altre risorse culturali e ambientali, alla definizione dell'offerta turistica.

Il vino simboleggia il modo di vivere italiano e dei Paesi del Mediterraneo, e trova in tutte le Regioni connotazioni differenti, che conferiscono forza e carattere all'offerta turistica nazionale. Il turismo del vino (*enoturismo*) coinvolge anche altri prodotti dell'agricoltura locale, la gastronomia tipica e, non ultima, anche l'arte. Si tratta quindi di un fenomeno complesso: esso non si esaurisce nella visita alle cantine, ai luoghi di produzione, alla degustazione, né è associabile soltanto a forme di turismo rurale o di agriturismo, ma coinvolge in modo diretto e completo un intero ambiente, nelle sue diverse componenti.

L'articolo individua gli elementi caratterizzanti dell'enoturismo ed esamina le leggi vigenti in Italia nel quadro unionale: dall'istituzione delle "strade del vino", alla legge sull'agriturismo e infine alla legge di bilancio, che per il triennio 2018/2020, ha finanziato e regolato il fenomeno, che sembra avere grandi potenzialità, anche nella difficile situazione creata dalla pandemia da Covid 19.

**Keywords:** *enoturismo – sviluppo turistico integrato – agriturismo – multifunzionalità – impresa agricola – pandemia da Covid 19.*

## RESUMEN:

*La unión entre turismo y vino representa una oportunidad capaz de potenciar, innovandolos, los negocios agrícolas y el potencial turístico de la zona.*

*En torno al vino se ha desarrollado un mercado que mira este producto desde diferentes perspectivas, según se lo considere un producto agroalimentario en sentido estricto, o como un recurso que caracteriza una oferta turística de consumir en y para el descubrimiento de un territorio, hasta el punto de especializar un segmento del mercado. En esta última perspectiva el vino puede ser el principal atractivo de un territorio o un elemento que contribuya, junto con otros recursos culturales y ambientales, a la definición de la oferta turística. El vino simboliza el estilo de vida italiano y el de los países mediterráneos en general, y en todas las regiones encuentra diferentes connotaciones, que dan fuerza y carácter a la oferta turística nacional. El enoturismo también involucra otros productos agrícolas*

locales, por ejemplo la gastronomía típica. Por último, pero no menos importante, el arte también. El enoturismo es, por tanto, un fenómeno complejo que no se concluye con visitas a bodegas, sitios de producción y degustación, ni puede asociarse únicamente a formas de turismo rural o agroturismo, sino que involucra directa y completamente a todo un ambiente en sus diversos componentes.

El artículo identifica los elementos característicos del enoturismo y examina las leyes vigentes en Italia en el marco de la UE: desde el establecimiento de las “rutas del vino”, a la ley sobre agroturismo y finalmente a la ley presupuestaria, que para el trienio 2018/2020 ha financiado y regulado un fenómeno que parece tener un gran potencial, incluso en la difícil situación creada por la pandemia Covid 19.

**Palabras clave:** enoturismo - desarrollo turístico integrado - agroturismo - multifuncionalidad - empresa agrícola - pandemia Covid 19.

**Clasificación JEL:** K15

#### ABSTRACT:

*The union between tourism and wine represents an opportunity capable of enhancing, through innovation, agricultural businesses and the tourist potential of the area.*

*A market has developed around wine that considers this product from different perspectives, depending on whether it is seen strictly as an agri-food product, or as a resource characterizing a tourist offer - to be consumed in and for the discovery of a territory - to the point of creating a specialized segment of the market. In the latter perspective, wine can become the main attraction of a territory, or an element that contributes, together with other cultural and environmental resources, to the definition of the tourist offer.*

*Wine symbolizes the Italian way of life and, in general, that of the Mediterranean countries, presenting in all regions different features which add strength and character to the national tourist offer. Wine tourism (enotourism) also involves other local related products, like for instance typical gastronomy. And, last but not least, art.*

*Wine tourism is therefore a complex phenomenon which does not end with the visits to cellars, production sites and tasting, nor can it be associated only with forms of rural tourism or agritourism, because it directly and completely involves an entire zone in all its different components.*

*The article identifies the characterizing elements of wine tourism and examines the laws in force in Italy within the EU framework: from the establishment of the “wine roads” to the law on agritourism and finally to the budget law, which in the three-year period 2018/2020 has financed and regulated a phenomenon whose potential seems to be remarkable even in the difficult situation created by the Covid 19 pandemic.*

**Keywords:** enotourism - integrated tourism development - agritourism - multifunctionality - agricultural enterprise - Covid 19 pandemic.

**JEL classification:** K15

## 1. INTRODUZIONE

Con la Legge n. 205 del 27 dicembre 2017 “Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020”, seguito dal regolamento attuativo<sup>1</sup>, è stato definito in Italia l’“enoturismo”, quale tipologia di attività turistica correlata all’agricoltura.<sup>2</sup>

Con il termine “enoturismo” s’intendono, secondo la indicata normativa, tutte le attività di conoscenza del “vino”<sup>3</sup>, espletate nel luogo di produzione, le visite nei luoghi di coltura, di produzione o di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, la degustazione e la commercializzazione delle produzioni vinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti, le iniziative a carattere didattico e ricreativo nell’ambito delle cantine.

Si tratta, come emerge già dalla indicata definizione<sup>4</sup>, di un esempio di “sistema”, al cui centro si trova l’azienda agricola, vista non nella sua in-

---

<sup>1</sup> Decreto del Ministro delle Politiche Agricole, alimentari, forestali e del turismo del 12 marzo 2019 recante “Linee guida e indirizzi in merito ai requisiti e agli standard minimi di qualità per l’esercizio dell’attività enoturistica”.

<sup>2</sup> Legge n. 205 del 27 dicembre 2017 “Bilancio di previsione dello Stato per l’anno finanziario 2018 e bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020”, articolo 1, commi da 502 a 505.

<sup>3</sup> Il significato e l’etimologia della parola “VINO” sono emblematici: la radice di “vino” secondo una delle teorie più diffuse, deriverebbe dal sanscrito *vena*, termine formato dalla radice *ven*, che significa “amare”, e quindi amabile, delizioso, piacevole. Si tratta di una parola di forma e suono quasi uguali nelle varie lingue europee: *vinum* in latino; *oinos* in Greco (da cui: enologia, scienza del vino); vino in italiano e spagnolo; *vin* in francese; *vinho* in portoghese; *wine* in inglese; *wein* in Tedesco; *wijn* in olandese. Il vino, la sua produzione e commercializzazione sono regolati a livello unionale. Il sistema del diritto dell’enologia Europeo si è basato nel corso del tempo sull’emanazione di regolamenti europei. Questi regolamenti hanno condotto ad una omogeneizzazione della disciplina che è tutta confluita in un regolamento europeo (cd. padre) del 2013, e in Italia da una legge ordinaria (cd. Testo unico sul vino) del 2016. Recentemente è stato emanato il c.d. Codice enologico europeo (Regolamento Delegato (UE) 2019/934 della Commissione dell’Unione Europea (del 12 marzo 2019), che ha integrato il regolamento (UE) n. 1308/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, per quanto riguarda le domande di protezione delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e delle menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo, la procedura di opposizione, le restrizioni dell’uso, le modifiche del disciplinare di produzione, la cancellazione della protezione nonché l’etichettatura e la presentazione. La tutela giuridica del patrimonio vinicolo, insieme a quello gastronomico, ha conferito significativa rilevanza a questi settori economici, non disgiunta dalla ricerca. L’enoturismo e l’enogastronomia sono infatti l’oggetto materie di insegnamento in molte Università italiane, segno ulteriore dell’attenzione non solo pratica ma anche scientifica al settore. Cfr. GARIBALDI, R., *In viaggio per cibo e vino. Opportunità per un nuovo turismo integrato*, vol. 1, *Aracne, Roma*, 2017.

dividualità ma collegata al luogo nel quale è immersa e del quale propone al viaggiatore forme di “turismo esperienziale”<sup>5</sup>, attraverso le produzioni agroalimentari, fra le quali appunto il vino, unite alla conoscenza della cultura e delle tradizioni delle produzioni agricole, dove gusto, storia e bellezza si fondono all’espressione di un territorio.

E il vino ne diventa la voce narrante.

Il quadro economico-giuridico nel quale si inserisce questa disciplina ha radici antiche e trova le sue ragioni economiche nel declino dell’agricoltura tradizionale dalla metà del secolo scorso e negli strumenti che l’UE ha predisposto per il suo rilancio. E i suoi riferimenti normativi nel quadro europeo di sviluppo e nelle leggi dei singoli stati membri.

Il settore agricolo per l’Italia e altri paesi del mediterraneo, come la Spagna, ha visto dalla metà del secolo scorso, un continuo declino della sua importanza economica e sociale (in termini di numero di occupati e contributo al PIL); anche il legame della “società moderna” con la campagna si è andato indebolendo. Italia e Spagna, peraltro, sono due Paesi in cui, per ragioni naturali e culturali, il turismo costituisce un settore centrale nelle rispettive economie. Proprio per questo, in un contesto di crisi globale, entrambi hanno deciso di incentivare il turismo legato all’enogastronomia, in grado di garantire una movimentazione dei flussi che copra l’intero arco dell’anno<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Una definizione strutturata di enoturismo a livello europeo tratta dalla “Carta Europea dell’Enoturismo” afferma che “Per enoturismo si intende designare tutte le attività turistiche, di svago e tempo libero, dedicate alla scoperta e al godimento culturale ed enofilo del vigneto, del vino e della sua terra”. la “Carta Europea dell’Enoturismo”, firmata a Parigi nel 2006 d’intesa fra le associazioni di settore e redatta dai partner del progetto Vintur, ha stilato delle regole generali seguite da raccomandazioni, linee guida e consigli per un integrato sviluppo del settore nel territorio europeo. Deloitte 2005, Vintur – Vademecum dell’enoturismo europeo pg.5. Secondo Hall e Macionis lo individuano nella “...visita a vigneti, cantine, festival del vino e mostre del vino, in cui la degustazione del vino e/o la conoscenza delle caratteristiche delle regioni vinicole sono i principali fattori di motivazione per i visitatori”, ampliando il concetto e aggiungendo altri fattori caratterizzanti come alcune delle politiche di promozione (festival e mostre) e il know-how del consumatore. Howland lo descrive come: “un idillio rurale che celebra essenzialmente il consumo da parte delle classe media di buon vino, cibo di alta qualità, alloggi esclusivi e connessione sociale”. L’enoturismo è anche collegato al marketing e alla promozione del territorio e ad altri elementi “economici” o quantificabili, rappresentando una vera evoluzione nelle modalità di consumo.

<sup>5</sup> Il prodotto turistico è “esperienza” che influenza e indirizza il viaggiatore nelle sue scelte. Secondo ROSSI, A. – GOETZ, M., *Dal Prodotto all’esperienza*, Hoepli, Milano, 2011, p. 48 ss., nel settore turistico elementi come l’immaginazione, l’esplorazione, il racconto, la scoperta...

L'attenzione dell'UE, e conseguentemente delle normative emanate dagli Stati membri per il settore agricolo, ha fatto registrare dall'inizio di questo secolo importanti passi avanti in termini di sviluppo, innovazione, modernizzazione, rivisitazione del ruolo e delle funzioni dell'agricoltura all'interno della società<sup>7</sup>.

Il legislatore italiano, nel codice civile all'art. 2135, nella sua formulazione originaria del 1942, definisce l'imprenditore agricolo secondo le tradizionali attività agricole: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse. Nel 2001 (con la l. 18.5.2001 n. 228, che ha inserito un comma 3 nell'art. 2135)<sup>8</sup> fra le attività "connesse" sono state espressamente incluse, *"le attività, esercitate dal medesimo imprenditore agricolo, dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che abbiano ad oggetto prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione del fondo o del bosco o dall'allevamento di animali, nonché le attività dirette alla fornitura di beni o servizi mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola esercitata, ivi comprese le attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale, ovvero di ricezione ed ospitalità come definite dalla legge"*.

---

costituiscono il "processo di creazione del valore esperienziale". Il turismo esperienziale segna un passaggio dall'economia dei prodotti all'economia dell'esperienza. Quest'ultima deve essere capace di creare, appunto, specifiche e rilevanti opportunità per i diversi target di turisti. V. anche PINE, J.B.- GILMORE, J.H., *L'economia delle esperienze*, Etas, Milano, 2000.

<sup>6</sup> BAZZOCCHI, G.- CAPANAGA, P.- PICCIONI, S. *Turismo ed enogastronomia fra Italia e Spagna. Linguaggi e territori da esplorare*, FrancoAngeli, Milano, 2011. Il volume affronta il tema della comunicazione linguistica del turismo enogastronomico, nelle sue forme e specificità lessicali, lessicografiche, pragmatiche e culturali, abbracciando anche le nuove frontiere della comunicazione attraverso la rete.

<sup>7</sup> Per un approfondimento si rinvia a: HALLET, G., *Economia e politica del settore agricolo*, Il Mulino, Bologna, 1983. Per un'analisi sull'evoluzione del pensiero economico sulle diverse specificità e problematiche del settore agricolo secondo la visione delle principali scuole economiche cfr. FERRAZ, C.A.L., "Note sull'agricoltura nell'evoluzione del pensiero economico", in *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, Anno 05 (2020), Ed.08, Vol.16, pp. 107-125.

<sup>8</sup> Decreto Legislativo 228 del 2001, Orientamento e modernizzazione del settore agricolo. Per un primo commento, nella vasta bibliografia sull'argomento, V. BORGHI, P., "Commento agli artt. 16/24 d.lgs. 228/2001", in *Nuove leggi civili commentate*, 2001, p. 834 ss.; DI LAURO, A., "artt. 32/36", ivi, p. 875 ss.; RUSSO, L., "art. 25", ivi, p. 854 ss.; SGAMBARTI, G. "artt. 13/15", ivi p. 825 ss.

A distanza di pochi anni dalla indicata novella legislativa il legislatore italiano ha emanato la legge sull'agriturismo<sup>9</sup>, che, inserendosi nel concetto di "multifunzionalità"<sup>10</sup>, ha per la prima volta abbinato l'agricoltura al turismo, segmenti economici e produttivi tradizionalmente autonomi e diversi, trasformando l'agricoltore tradizionale in portatore di nuovi interessi: in particolare, per quello che rileva ai nostri fini, ha attribuito la possibilità di sostenere e incentivare le produzioni tipiche, le produzioni di qualità e le connesse tradizioni enogastronomiche (art. 1 n. 7), elencando espressamente il vino fra le attività connesse esercitabili dall'imprenditore agrituristico.

<sup>9</sup> Le finalità dell'agriturismo italiano sono definite nell'art.1 della legge 20 febbraio 2006, n. 96 "Disciplina dell'agriturismo". All'art. 1 sono indicate le finalità della legge, emessa in armonia con i programmi di sviluppo rurale dell'Unione europea, dello Stato e delle regioni, per sostenere l'agricoltura anche mediante la promozione di forme idonee di turismo nelle campagne, volte a: 1. tutelare, qualificare e valorizzare le risorse specifiche di ciascun territorio; 2. favorire il mantenimento delle attività umane nelle aree rurali; 3. favorire la multifunzionalità in agricoltura e la differenziazione dei redditi agricoli; 4. favorire le iniziative a difesa del suolo, del territorio e dell'ambiente da parte degli imprenditori agricoli attraverso l'incremento dei redditi aziendali e il miglioramento della qualità di vita; 5. recuperare il patrimonio edilizio rurale tutelando le peculiarità paesaggistiche; 6. sostenere e incentivare le produzioni tipiche, le produzioni di qualità e le connesse tradizioni enogastronomiche; 7. promuovere la cultura rurale e l'educazione alimentare; 8. favorire lo sviluppo agricolo e forestale. Per un approfondito commento alla legge sull'agriturismo si veda LA TORRE, M., "Linee di tendenza e problematiche nella legge di riforma dell'agriturismo", in *Diritto del Turismo*, 2006, 106 e *amplius, infra*, par. 3.

<sup>10</sup> Il termine "multifunzionalità" comincia ad affermarsi nell'ambito delle politiche comunitarie intorno alla fine degli anni '80 del 1900 con il Libro verde dell'Unione Europea del 1985, quando da un lato si evidenzia l'insostenibilità finanziaria di una politica agricola finalizzata essenzialmente all'aumento delle produzioni e dall'altro si diffonde nella società la consapevolezza di un ruolo delle attività agricole che va oltre il garantire la sola autosufficienza alimentare. Nel 1988, la Commissione Europea redige il documento "il Futuro del mondo rurale", un ripensamento strategico della politica rurale europea, per uno sviluppo che utilizzi le risorse locali (sviluppo endogeno). Nel 1991 nasce l'iniziativa Comunitaria LEADER I, seguita nel 1994 dalla LEADER II, rivolta all'incentivazione di azioni a favore di uno sviluppo rurale endogeno e integrato in grado di valorizzare le risorse locali nei vari territori rurali; nel 1992 alla Conferenza delle Nazioni Unite, Ambiente e Sviluppo di Rio de Janeiro viene apertamente utilizzato il termine "multifunzionalità", e nel 1998 l'OCSE (Organizzazione per lo Sviluppo e la Cooperazione Economica), codificò il concetto secondo due requisiti: 1) capacità di produzione di beni e servizi secondari, materiali e/o immateriali; 2) il riconoscimento per alcuni dei beni immateriali della loro natura di esternalità o bene pubblico. Cfr. European Community, 1998. Cfr. CASINI, L. (a cura di) *Guida per la valorizzazione della multifunzionalità dell'agricoltura. Per i cittadini, le imprese, le pubbliche amministrazioni*. Firenze University Press, 2009, capitolo 1.2; HENKE, R. (a cura di) *Verso il riconoscimento di un'agricoltura multifunzionale. Teorie, politiche, strumenti*. Studi & Ricerche INEA, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2004; FORCONI V. MANDRONE S. VICINI C. (a cura di) *Multifunzionalità dell'azienda agricola e sostenibilità ambientale*, ISPRA, Rapporti 128/2010, 2010.

Il concetto di multifunzionalità nell'agricoltura<sup>11</sup> – che indica la capacità di un settore primario di produrre beni e servizi secondari congiuntamente alla produzione di prodotti destinati all'alimentazione umana e animale - esprime effettivamente il passaggio da una visione essenzialmente produttiva a una visione più ampia, che associa al settore agricolo altre funzioni: ambientali, sociali, culturali ed economiche.

La trasformazione in senso moderno dell'impresa agricola come impresa aperta alle potenzialità di un mercato in evoluzione ha consentito la ripresa di un settore in declino, modernizzandolo, e al contempo collegandolo con territorio con ricadute positive anche su di esso.

L'imprenditore agricolo può vendere i suoi prodotti, nei limiti indicati dalla legge, ospitare i clienti nella sua struttura – senza alterarne l'autenticità<sup>12</sup>- organizzare percorsi a cavallo per la visita ai luoghi, definire progetti che comprendono le “fattorie didattiche” per la conoscenza degli animali e delle tecniche di coltivazione dei fondi, incentivare le energie alternative, creare agri-asili/agri-nido, progetti per l'agricoltura sociale. Ciò in linea con l'elaborazione a livello unionale dei programmi di sviluppo rurale, che attraverso misure specifiche di sostegno agli agricoltori, hanno incentivato la diversificazione delle fonti di reddito. Su questi presupposti si basa la centralità attribuita dall'Unione europea alla multifunzionalità<sup>13</sup>, all'interno dei Programmi di Sviluppo Rurale, grazie a misure specifiche a sostegno degli agricoltori.

---

<sup>11</sup> Il concetto di multifunzionalità trova attuazione in Italia con il Decreto legislativo n. 228 del 2001 o Legge di Orientamento (v. nota n. 4) che rinnova – ampliandone le attività di competenza - la configurazione giuridica e funzionale dell'imprenditore e dell'impresa agricola. Ma già nel 1985 con la Legge Quadro n. 730 sull'agriturismo (*Legge 5 dicembre 1985, n. 730 “Disciplina dell'agriturismo”, poi sostituita dalla Legge Quadro n. 96 del 20 febbraio 2006*) chiare ed esplicite attività multifunzionali venivano riconosciute come “di competenza” dell'imprenditore agricolo in quanto connesse all'attività principale dell'azienda agricola, per il perseguimento di finalità di mercato e non. In Europa la multifunzionalità si afferma a partire dalla riforma McSharry del 1992, e successivamente, con la conferenza di Cork del 1996 e con Agenda 2000 il concetto viene ulteriormente sviluppato. Da un punto di vista politico la multifunzionalità ha avuto un suo riconoscimento con Agenda 2000. V. la nota che precede.

<sup>12</sup> Le cantine sviluppatasi negli ultimi trent'anni, utilizzano la componente estetica per rappresentare l'immagine dell'azienda e del produttore: da qui l'interesse dell'architettura per queste costruzioni, che diventano anche elemento di marketing turistico: cfr. MOLINARI, L., *Cantine Da Collezione, itinerari di architettura contemporanea nel paesaggio italiano*, Firenze, Forma, 2017; HALL, M. – SHARPLES, L. – CAMBOURNE, B.- MACIONIS, N., *Wine tourism around the world: Development, management and markets*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 2000.

<sup>13</sup> Per le imprese agricole la multifunzionalità rappresenta una “nuova” modalità di organizzazione dei fattori produttivi (risorse interne) e di interazione con le risorse esterne (il territorio), finalizzata al perseguimento di obiettivi economici, ambientali e sociali nel medio e lungo

Un ulteriore tassello è rappresentato dalla legge di bilancio 2017, che intitolata all'enoturismo, per la prima volta in modo espresso, ha regolamentato le aziende vitivinicole che possono svolgere attività di accoglienza, di divulgazione e degustazione, consentendo la predisposizione di particolari percorsi esperienziali e turistici incentivando e valorizzando da un lato le produzioni agricole e dall'altro il settore dei viaggi, delle vacanze e del turismo.

L'intervento legislativo si pone in sintonia con le finalità del testo unico della vite e del vino (legge n. 238/2016) e con i piani di sviluppo rurale regionali, al fine di valorizzare, attraverso la qualificazione dell'accoglienza nell'ambito di un'offerta turistica di tipo integrato, le aree ad alta vocazione vitivinicola.

Con il Decreto del Ministro delle Politiche Agricole, alimentari, forestali e del turismo del 12 marzo 2019 recante "Linee guida e indirizzi in merito ai requisiti e agli standard minimi di qualità per l'esercizio dell'attività enoturistica" sono state emanate le norme attuative e gli indirizzi in merito ai requisiti e standard minimi di qualità, con particolare riferimento alle produzioni vitivinicole del territorio, per l'esercizio dell'attività enoturistica, demandando alle Regioni la definizione di funzioni di vigilanza, controllo e sanzionatori. Con tali disposizioni si dà pertanto attuazione alla Legge n. 205 del 2017 e al successivo Decreto Ministeriale del 12 marzo 2019, definendo le procedure e criteri per lo svolgimento dell'attività enoturistica e le attività di controllo.

Grazie all'intervento del legislatore il turismo del vino esce dall'ombra per acquisire maggiore dignità: si tratta di un settore produttivo che in Italia vale più di 2,5 miliardi di euro all'anno, con 14 milioni di accessi di turisti e *winelover*<sup>14</sup>; una risorsa strategica che intreccia due importanti volani dell'economia, da un lato il turismo che vale il 13% del PIL, e dall'altro il settore vinicolo che pesa per 6,2 miliardi nelle esportazioni, con un fatturato di 2,65 miliardi di euro.

Da dati recenti risulta che i 15 milioni stimati di enoturisti che scelgono l'Italia come meta incidono per il 27% del fatturato delle cantine, e addirittura per il 36% per le altre attività della filiera turistica territoriale. Tale

---

periodo. In un'ottica più generale la multifunzionalità rappresenta una linea strategica fondamentale nel processo di sviluppo del settore agricolo e del mondo rurale. Contestualmente al cambiamento del settore agricolo e delle sue funzioni, si accompagna una reinterpretazione delle aree rurali, viste non più come territori marginali, ma - al contrario - come insieme (sistemi) di risorse ambientali, naturali, culturali, storiche e alimentari, pertanto, come tali, non solo contesti produttivi, ma anche ambiti di "consumo" e di "fruizione", di soddisfazione di bisogni culturali, ambientali, storici, legati al tempo libero, alla qualità alimentare e alla salute.

<sup>14</sup> I dati sono del Movimento Turismo del Vino Italia: [www.movimentoturismovino.it](http://www.movimentoturismovino.it).

settore riveste un'importanza strategica anche perchè sostiene le comunità rurali, con 42 milioni di fatturato complessivo annuo.

Esso si basa su un percorso che le aziende, e non solo, creano per il consumatore al fine di riscoprire il gusto della tradizione in un contesto locale, contornato dalla tipicità, dal territorio locale e da iniziative culturali; in questo modo il turista/viaggiatore/consumatore si immerge nel territorio stesso, fondendosi ad esso e cogliendone la sua essenza.

Sono diversi gli attori che entrano in gioco, tra cui fondamentali sono le aziende produttrici, i consumatori e le amministrazioni locali, creando una sorta di politica di valorizzazione interna del territorio che permette uno sviluppo a livello locale e, in aggregato, a livello nazionale.

Il turismo del vino rappresenta, dunque, un fenomeno ampio, complesso, e con caratteristiche diverse e articolate in relazione alla molteplicità di fattori che si cercherà di analizzare, partendo dalla nascita del fenomeno, terminando con il cercare di comprendere gli effetti della sua crescita.

Indagine cantine su andamento 2020 del turismo del vino						
<i>Survey on wine tourism business about 2020 trend and future expectations</i>						
(% of answers)	Global	Italy	Piedmont	Tuscany	Veneto	Rest of Italy
<b>Revenues from wine tourism?</b>						
-80%+	21%	21%	13%	24%	18%	23%
-50/80%	33%	38%	39%	34%	50%	35%
-10/50%	31%	31%	36%	31%	22%	32%
No change	10%	8%	10%	6%	8%	10%
Positive	5%	2%	2%	5%	1%	1%
<b>International tourists change?</b>						
-90%+	47%	41%	30%	45%	34%	45%
-50%+	33%	39%	46%	38%	47%	33%
-20%+	12%	15%	20%	14%	13%	15%
No change	7%	5%	4%	3%	5%	7%
<b>Back to normal?</b>						
2021	31%	29%	29%	17%	41%	31%
2022	58%	62%	63%	69%	49%	62%
2023	9%	8%	8%	13%	7%	6%
2024 and after	2%	2%	0%	2%	4%	1%

Fonte: *inumeridelvino su winetourism.com*

## 2. DALLE ORIGINI ALLE STRADE DEL VINO

Il ritorno all'agricoltura passa attraverso un messaggio prima di tutto culturale, in grado di promuovere le potenziali risorse della campagna nella prospettiva del miglioramento della società nel suo complesso. La gestione razionale di questo progetto, in sinergia fra organi statali e locali, mira a

trasformare il sistema di valori tipico del mondo rurale in un sistema di servizi, progetti e nuove prospettive per le future generazioni<sup>15</sup>.

D'altronde anche a livello europeo, le scelte di politica agricola comune sono orientate a riconoscere all'agricoltura un ruolo polifunzionale: territoriale, economico, ambientale e sociale. Si sostengono, infatti, non solo forme di conduzione dei terreni agricoli compatibili con la tutela del paesaggio e delle risorse naturali, ma si promuovono nuove attività (non agricole) integrative di quelle tradizionali con l'obiettivo, per un verso, di diversificare l'economia rurale, e, per l'altro, di accrescere la competitività del settore nonché di migliorare l'ambiente e la qualità della vita nelle zone rurali<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> LA TORRE, M., "Linee di tendenza e problematiche nella legge di riforma dell'agriturismo", in *Diritto del Turismo*, cit., 106.

<sup>16</sup> In quegli anni è stato delineato a livello europeo il documento «Agenda 2000» del 1997, che porterà ad identificare nella politica di sviluppo rurale il secondo pilastro della politica agricola comune. E' inoltre noto come tra gli obiettivi della riforma della PAC, vi è in particolare quello di garantire il mantenimento di zone rurali vive e dinamiche, attraverso lo sviluppo della loro economia e la valorizzazione delle specifiche risorse. COSTATO L., "La riforma della PAC 2003", in Riv. dir. agr., (2003), 387 ss.; in generale sul tema SNYDER, F.G., *Diritto agrario della Comunità europea*, Milano, 1990;

GOLDONI, M., *Trattato breve di diritto agrario italiano e comunitario*, 2, Padova, 1997; RAGIONIERI M. P., *Diritto rurale comunitario*, Milano, 1999. L'idea di interpretare il turismo del vino come opportunità in termini di sviluppo territoriale, cioè di porre l'attenzione anche su chi il territorio lo vive e non solo come segmento capace di incrementare il flusso turistico nelle aree rurali nasce con la Carta Europea dell'Enoturismo, firmata a Parigi nel 2006, che nel suo incipit lo definisce come «lo sviluppo di ogni attività turistica e del tempo libero, dedicate alla scoperta e al godimento culturale ed enofilo del vigneto, del vino e della sua terra». La definizione include la motivazione del viaggio facendo riferimento alla finalità ricreativa, include l'aspetto culturale del turismo del vino e riconosce la rilevanza sia del territorio rurale sia del prodotto vinicolo. L'iniziativa della Carta europea dell'enoturismo nasce nell'ambito del progetto comunitario Interreg IIC - Vintur (spazio europeo dell'enoturismo), sostenuto da Arev (Assemblea europea delle regioni vitivinicole), Recevin (Rete europea delle Città del Vino) a seguito di un accordo tra diverse amministrazioni del settore pubblico e gli operatori del settore privato, rappresentati da RECEVIN e dall'Assemblea delle regioni europee del vino (AREV, Assemblée des Régions Européennes Viticoles, l'organizzazione europea nata nel 1988 e depositaria di tutto il patrimonio associativo, organizzativo e morale della ex-CERV (Conferenza delle Regioni Europee Viticole). I suoi membri rappresentano sia le regioni del vino d'Europa sia i professionisti direttamente o indirettamente legati al settore del vino) che impegna tutti i firmatari ad elaborare una strategia a livello locale per lo sviluppo del turismo del vino sostenibile. All'interno di questo documento vengono elencate le funzioni dell'enoturismo, o meglio, le responsabilità a cui devono attenersi gli operatori per sviluppare questo settore. Quest'ultimi, infatti, devono impegnarsi a dare priorità assoluta ai principi dello sviluppo sostenibile e svolgere un ruolo determinante nella conservazione, nella gestione e nella valorizzazione delle risorse territoriali e vitivinicole in quanto bene comune. Le aree vitivinicole, per raggiungere i loro obiettivi, dovranno promuovere tra loro una cooperazione efficace e non solamente limitare le loro azioni ai singoli territori; inoltre, dovranno svolgere un ruolo determinante nella diffusione di un'autentica "Cultura del Vino" che implica, di conseguenza, la necessità di una gestione integrale, seria e corretta dell'utilizzo razionale delle zone viticole in termini sociali ed ecologici.

L'enoturismo si può dire sia nato in Italia nel 1993 in concomitanza al "Movimento del Turismo del vino"<sup>17</sup>. Nel corso degli anni sono nate quelle che oggi sono reputate tra le maggiori manifestazioni di settore quali "Cantine Aperte", "Calici sotto le stelle" e "Benvenuta Vendemmia" che hanno rappresentato un punto di svolta per il settore consentendo di entrare in cantina, stringere rapporti diretti con i produttori e quindi diffondere questa cultura<sup>18</sup>.

Il successo dell'enoturismo è stato aiutato anche dall'attuale modo di concepire il viaggio ed il cibo. Oggi, infatti, il viaggio è breve, a medio raggio, intraregionale, si organizza da soli tramite internet o tramite guide specializzate, avviene in ogni momento dell'anno e in esso si ricerca qualità e contatto umano, il c.d. *short break* (soggiorno breve).

In Spagna, ACEVIN (Associazione Spagnola delle Piccole e Medie Città del Vino), e le strade del vino della Spagna sono chiari esempi di come la cultura del vino sia un motore per lo sviluppo sostenibile delle regioni vinicole<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Il Movimento del Turismo del Vino è un'associazione nata nel 1993 con l'obiettivo di promuovere la cultura del vino attraverso la visita nei luoghi di produzione al fine di far conoscere i prodotti della cantine aderenti in grado di far impresa nel pieno rispetto dell'ambiente, tradizioni e agricoltura di qualità. Per la nascita ed il successo di questo specifico tipo di turismo, hanno giocato un ruolo fondamentale anche associazioni quali: "Città del vino" del 1987 e il "Movimento del Turismo del Vino" risalente al 1993. V. GRUMO, R., "Le strade del vino e il binomio agricoltura-turismo: Tipicità, qualità e appeal del territorio", in *Annali del turismo*, 1, (2012) Geoproggress Edizioni, Novara, p. 197.

<sup>18</sup> La prima manifestazione "Cantine Aperte" nel 1993 segnò la nascita di un appuntamento che, ogni anno regolarmente nell'ultima domenica di maggio, dà appuntamento a migliaia di turisti, esperti e appassionati. La nascita di tale manifestazione è ricollegata ai problemi che negli anni Novanta quasi tutte le cantine erano chiuse al pubblico e i produttori italiani non credevano che un'apertura pubblica la domenica avrebbe potuto portare dei risultati tangibili. È necessario ricordare che la cantina è l'elemento portante su cui si basa l'intera attività enoturistica, poiché determina il momento terminale del processo di offerta e dell'effettivo consumo da parte dei fruitori. Inoltre, la cantina è il luogo d'incontro della domanda con la realtà territoriale e culturale della produzione vitivinicola e lì si ritrovano i contatti con la natura che, a causa della routine quotidiana, il consumatore non ha modo di apprezzare nel contesto in cui vive quotidianamente. Il primo evento di "Cantine Aperte" viene tradotto come la giornata dell'accoglienza in cantina. Le prime cantine decise a mettersi in gioco con l'apertura domenicale furono quelle toscane e, in seguito al successo dell'evento, il progetto si estese in Piemonte, Trentino, Veneto, sino ad arrivare a coprire quasi tutte le cantine italiane. L'evento diventa nazionale a partire dal 1995 con la partecipazione di 600 cantine e con 2500 persone impiegate a ricevere visitatori. All'evento Cantine Aperte si decise di aggiungere un'ulteriore iniziativa denominata "Calici di Stelle", in coincidenza con la notte di San Lorenzo realizzata con le medesime caratteristiche dell'evento madre e realizzato all'interno delle cantine e nelle piazze delle Città del Vino. Negli anni successivi il fenomeno venne replicato a livello nazionale e mondiale, in particolare modo a partire dall'evento del 1998, a cui parteciparono "l'Italia per l'Europa, Sonoma per l'America del Nord, Mendoza per il Sud America, i vigneti Suntory del Giappone per l'Asia, Stellenbosh per l'Africa e Coonawarra per l'Australia".

<sup>19</sup> Attualmente ci sono 26 strade del vino certificate con il marchio delle strade del vino spagnole. Questi percorsi sono distribuiti su tutto il territorio peninsulare, e ci sono altri progetti

Per quanto riguarda il cibo è invece importante il trend positivo dello *slow food* e della filiera corta: il cliente ricerca prodotti di qualità, sani ed ecosostenibili.

Non si tratta soltanto di un turismo rurale, ma anche culturale, in cui si ha non solo l'opportunità di conoscere, ma anche di entrare nella essenza di un luogo, conoscere la sua gente, con le suggestioni che evoca. Il turista sensibile a questi richiami non ha interesse solo per il prodotto vino e cibo, considerati in sé, ma anche per il luogo della loro produzione con riguardo a tutti gli aspetti che ne connotano in modo originale il paesaggio, l'ambiente naturale, la storia, la cultura e le tradizioni e che caratterizzano il prodotto in modo biunivoco.

Lo sviluppo del turismo del vino in Italia – come anche in molti Paesi europei – è stato favorito dalla nascita di itinerari turistici legati ai prodotti agroalimentari. Questi si sono sviluppati in due stadi: inizialmente hanno vissuto una fase che potremmo definire “spontanea”, in cui si riscontrano esperienze sparse nel territorio, alla quale è seguita una fase che ha portato alla regolamentazione delle “Strade del vino”<sup>21</sup>.

Con la legge quadro 27 luglio 1999 n. 268 sono state istituite in Italia le «strade del vino». Si tratta, secondo quanto previsto al comma 2 dell'art. 1, di «percorsi segnalati e pubblicizzati con appositi cartelli, lungo i quali insistono valori naturali, culturali e ambientali, vigneti e cantine di aziende agricole singole o associazioni aperte al pubblico; esse costituiscono uno strumento attraverso il quale i territori vinicoli e le relative produzioni possono essere divulgati, commercializzati e fruiti in forma di offerta turistica»<sup>22</sup>.

in corso in cui si sta lavorando per ottenere questa certificazione. Al momento, circa 2.000 aziende, 600 delle quali sono cantine e circa 550 comuni fanno parte delle strade del vino della Spagna. V. GONZÁLEZ-SANJOSÉ, M.L.- GÓMEZ-MIGUEL, V. - SOTÉS, V., *La Cultura del Vino, motor del desarrollo sostenible de las regiones vitivinícolas*, in 40° Word Congress of Vine and Wine, 9, (2017), Bio Web of Conferences.

<sup>20</sup> Il primo tentativo spontaneo di strada del vino sembra sia nato in Veneto con “la Strada del Vin Bianco”, che andava da Conegliano a Valdobbiadene, inaugurata il 10 settembre 1966, si trattava di una strada fisica, segnalata dalle osterie e dai ristoranti che si incontravano lungo il percorso, diventata poi “La Strada del Prosecco”.

<sup>21</sup> Prima dell'emanazione delle legge statale, alcune Regioni avevano già legiferato in materia, disciplinando percorsi che valorizzavano prodotti della tradizione enogastronomica italiana. La prima regione ad attivarsi è stata la Toscana che ha emanato la legge regionale n° 69 del 13 agosto 1996, ben tre anni prima della legge quadro nazionale n° 268 del 27 Luglio 1999 che le ha disciplinate. Si tratterà di una legge specifica per il prodotto vino che veniva valorizzato e promosso attraverso l'itinerario Strada del vino. I successi perseguiti dalla prima esperienza hanno spinto la Regione Toscana ad estendere, con la legge regionale n°45 del 2003, lo strumento anche per la valorizzazione di altri prodotti. Anche la Regione Piemonte approvò, nell'agosto 1999 una sua legge sui Distretti del Vino e sulle Strade del Vino, che ovviamente non poteva tener conto di quella nazionale. Quindi, prima della legge nazionale esistevano già la rete delle Strade Toscane e la Strada del Vino Alto Monferrato in Piemonte.

Le «strade», dunque, sono nate ancor prima della legge istitutiva e dei regolamenti attuativi, infatti, il paradigma nell'ambito del quale la loro nascita ed il loro sviluppo si articolano rientra più nel settore dell'agricoltura che in quello del turismo, in quanto l'obiettivo è rivalorizzare località agricole in crisi.

Il riconoscimento delle strade all'interno del proprio ambito territoriale spetta alle Regioni. Realizzare una strada, secondo una definizione oggettiva, significa creare una rete fisica che collega i diversi aggregati di un territorio. Va definito un percorso da tracciare attraverso l'utilizzo di segnaletica e un'attività di promozione<sup>23</sup>.

In una definizione di tipo soggettivo viene inoltre dato rilievo alla simbolicità per cui essa si connota, per ciò che rappresenta, legandosi alle sensazioni di chi la percorre, ai suoi bisogni, alle sue motivazioni ed esperienze.

Tale processo di costituzione delle strade è stato formalizzato non solo con la legge del 1999, ma anche con il decreto del 12 luglio 2000 del Ministero delle Politiche Agricole che ha fissato i c.d. standard minimi di qualità per i percorsi individuati ai sensi della legge 27 luglio 1999, n.268, recante "Disciplina delle strade del vino" (pubblicato in G.U. n.175, 28 luglio 2000).

---

<sup>22</sup> La legge ha l'obiettivo di valorizzare i territori a vocazione vinicola, ovverosia quei «luoghi delle produzioni qualitative» che sono riconosciuti come denominazioni di origini protette (DOP), indicazioni geografiche protette (IGP) o menzioni tradizionali e che trovano la loro disciplina nella L. 12 dicembre 2016 n. 238 sulla coltivazione della vite e della produzione del commercio del vino. Il legislatore consente però che tale strumento possa essere usato anche per valorizzare territori con vocazioni produttive diverse da quella vitivinicola, ma che siano caratterizzati da produzioni DOP o IGP oppure inserite nell'elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali (es. l'olio e i prodotti tipici menzionati nell'art. 5 della legge 268 del 1999) redatto e aggiornato annualmente dalle Regioni e dalle Province autonome di Trento e di Bolzano ai sensi dell'art. 8 del d.lgs. 30 aprile 1998 n. 173 e del decreto MIPAF dell'8 settembre 1999 n. 350, pubblicato annualmente dal MIPAAFT (l'ultima revisione dell'elenco è stata pubblicata in G.U. n. 48 del 26 febbraio 2021 - Suppl. Ordinario n. 15). Alcune Regioni, come ad esempio la Toscana (l. reg. 5 agosto del 2003, n. 45) hanno previsto la possibilità di costituire «strade» per le produzioni da agricoltura biologica e da agricoltura integrata.

<sup>23</sup> L'art. 2 della Legge del 27 luglio 1999, n. 268 si sviluppa in tre commi che fanno riferimento agli strumenti di organizzazione, di gestione e di fruizione che, a livello nazionale ma in particolare modo a livello regionale, devono esser sanciti e perseguiti: si conferisce delega alle regioni di istituire degli strumenti di organizzazione, fruizione e gestione delle Strade del vino tra cui il disciplinare della Strada del vino sottoscritto dai vari soggetti aderenti, il comitato promotore, il comitato di gestione, il sistema di segnaletica ed infine le guide ed il materiale illustrativo divulgativo e promozionale (ai sensi dell'articolo 39 comma 1 lettera C), capoverso h) del decreto legislativo 30 aprile 1992 n.285); le regioni possono pianificare e definire tutto ciò che attiene alle strutture ed infrastrutture funzionali alle strade del vino; le medesime disposizioni valgono sia per le regioni a statuto speciale sia per le province autonome.

Tali standard richiedono che ciascuna strada del vino preveda: un logo identificativo unico; la segnaletica informativa; l'esposizione, presso ogni soggetto aderente, della mappa dell'itinerario; il regolamento di funzione; il soggetto responsabile (è costituito dal Comitato di gestione il quale secondo l'articolo 2 comma I, lettera c) della legge 27 luglio 1999, n.268, deve essere regolarmente costituito, e deve verificare che i soggetti mantengano gli standard qualitativi richiesti, predisposizione di materiale illustrativo offerto e idoneo, formazione e predisposizione di personale adeguato per eventuali visite guidate che sia in grado di offrire la conoscenza di almeno un'altra lingua comunitaria oltre alla necessaria promozione della strada del vino)<sup>24</sup>.

Inoltre, il decreto MIFAP, disciplina i soggetti aderenti ad ogni strada del vino e in particolare, devono farvi parte: una o più cantine; due o più aziende vitivinicole; una o più strutture tra: enoteche, agriturismi, ristoranti ed esercizi pubblici, imprese ricettive, musei della vite e del vino o musei etnografici enologici<sup>25</sup>. Tuttavia le Regioni sono legittimate ad aggiungere altre tipologie di soggetti e possono integrare gli standard minimi di qualità previsti dal decreto ministeriale per ciascuna tipologia di soggetto aderente alla strada<sup>26</sup>.

Tali strutture per poter rientrare all'interno delle strade del vino, devono possedere delle caratteristiche qualitative minime per poter essere riconosciute dalle Regioni e beneficiare di incentivi eventualmente previsti a livello nazionale e regionale.

Non tutte le regioni italiane hanno aderito al progetto delle strade del vino per svariati motivi, dovuti sia all'assenza di percorsi sul territorio sia all'esiguità di tratti e, quindi, si sono unicamente costituite facendo riferimento alla normativa nazionale. La libertà data alle Regioni di determinare lo sviluppo degli itinerari turistici enogastronomici con i tempi e le modalità a loro più convenienti (art.6) ha portato alla realizzazione di itinerari tematici diversi l'uno dall'altro proprio per la varietà di risorse presenti nel territorio italiano. Si è assistito, così, negli anni, al proliferare di itinerari e percorsi enogastronomici lungo l'intero territorio nazionale<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> Cfr. art. 2 del d.m. 12 luglio 2000, op. cit.

<sup>25</sup> Cfr. art. 4 del d.m. 12 luglio 2000, op. cit.

<sup>26</sup> Tali soggetti, insieme ai loro rappresentanti costituiscono il Comitato promotore della strada (che in seguito al loro riconoscimento prenderà il nome di Comitato di gestione della strada) rappresentano la c.d. offerta enoturistica, la cui localizzazione deve essere ben visibile, promossa attraverso l'uso di apposita cartellonistica contenente l'esposizione della mappa del territorio interessato dalla strada da parte di ciascun soggetto

<sup>27</sup> Tra gli esempi più virtuosi: la Strada del vino di Franciacorta in Lombardia, la Strada del vino del Nobile di Montepulciano in Toscana, la Strada del vino Terre Sicane in Sicilia

L'importanza della normativa sulle strade del vino risiede nel fatto che rafforza la figura dell'imprenditore agrituristico che produce l'uva ed il vino, senza il quale la strada non potrebbe esistere. L'imprenditore non è solo il produttore del bene, ma diventa il portatore di conoscenze legate all'attività agricola (art. 2135 c.c.) ed il custode del territorio in cui opera<sup>28</sup>.

La normativa sulle strade del vino ha anticipato la disciplina contenuta nell'art. 3 del d.lgs. 18 maggio 2001 n. 228 in tema di attività agrituristiche<sup>29</sup>, nonché l'art. 2 della legge 20 febbraio 2006 n. 96 in materia di agriturismo in merito alla degustazione dei prodotti aziendali e delle attività ricreative<sup>30</sup>.

### 3. INQUADRAMENTO NELL'AMBITO DELLE ATTIVITÀ AGRITURISTICHE: ENOTURISMO E AGRITURISMO

Con la legge n. 205/2017, all'art. 1, commi da 502 a 505, viene delineata per la prima volta in Italia una definizione univoca di enoturismo o «turismo del vino», che acquista autonoma rilevanza normativa e supera le criticità del precedente assetto<sup>31</sup>.

<sup>28</sup> PAOLONI, L., "L'agriturismo e l'attività di valorizzazione del territorio", in COSTATO, L. - GERMANÒ, A. - ROOK BASILE, E. a cura di, *Trattato di diritto agrario*, vol. II, Torino, (2011), 527. LA TORRE, M., "Linee di tendenza e problematiche nella legge di riforma dell'agriturismo", in *Diritto del Turismo*, (2006), 105-109.

FRANCARIO, L. - PAOLONI, L., *L'impresa agrituristica. Normativa comunitaria, nazionale, regionale*, Napoli, 1989; ALBISINNI, F., "Agriturismo e turismo rurale: pluralità di modelli aziendali, disciplina legislativa ed ipotesi interpretative", in *Riv. dir. agr.*, (1988), i, 266 e ss.; FERRUCCI, N., "L'agriturismo: icona della trasversalità dell'agricoltura tra impresa, alimentazione, ambiente e paesaggio", in *Riv. dir. agr.*, (2007), I, 679 e ss.

<sup>29</sup> Si veda FRANCARIO, L. - PAOLONI, L., "Commento dell'art. 3 del d.lgs. n. 228/2001", in *Riv. dir. agr.*, (2002), I, 256 e ss.; ALBISINNI, F., "Commento all'art.3 del decr.leg.vo n.228", in *Commentario a I tre «Decreti orientamento» della pesca e acquacoltura, forestale e agricolo*, in *Le nuove leggi civ. comm.*, (2001), 740 e ss.

<sup>30</sup> Dopo molteplici interventi normativi settoriali, la legge n. 96/2006 ha delineato un quadro d'insieme delle attività, espressamente incluse nella definizione di attività agrituristica, come l'ospitalità, la somministrazione di pasti e bevande, la degustazione e vendita di prodotti tipici e miscita di vino, l'organizzazione di eventi culturali, manifestazioni sportive, ricreative, didattiche, escursionistiche e di ippoturismo. Si veda ALBISINNI, F., "Commento all'art. 2 della legge n. 96 del 2006 sull'agriturismo, Definizione di attività agrituristiche", in *Riv. dir. agr.*, (2006), I, 407 e ss.; RUSSO, L., "Art. 2 definizione di attività turistiche. Le nuove norme statali sull'agriturismo", in *Le nuove leggi civ. comm.*, (2007), 134 e ss.

<sup>31</sup> Già l'art. 2, comma 3 della legge n. 96/2006, che annovera tra le attività agrituristiche l'organizzazione di «degustazioni di prodotti aziendali, ivi inclusa la miscita di vini, alla quale si applica la I. 27 luglio 1999, n. 268» poteva valere ad offrire un aggancio normativo ad alcune delle attività ora annoverate come enoturistiche, tuttavia la disciplina è considerata non sufficientemente esaustiva. La L. 27 luglio 1999, n. 268 all'art. 1, comma 3 include, infatti, le

Rientrano nella nozione di enoturismo le attività enoturistiche consistenti nella degustazione e commercializzazione delle produzioni vinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti, nonché le iniziative didattico-ricreative del mondo del vino finalizzate alla promozione e valorizzazione della cultura rurale, delle risorse specifiche di ciascun territorio, come, tra le altre, le visite nei luoghi di coltura, di produzione.

Si tratta di prestazioni molto simili a quelle definite agrituristiche, dalle quali però si distinguono per essere volte alla valorizzazione della coltura e delle produzioni vinicole.

Il legislatore, da questa prima descrizione, sembra aver optato per una sostanziale continuità tra le attività agrituristiche e quelle enoturistiche tale per cui, ad esempio, anche il regime fiscale delle due iniziative gode di una sostanziale assimilazione<sup>(32)</sup>.

Sorge allora la necessità di definire e differenziare le due attività.

L'attività enoturistica, come già accennato, è stata concepita fin dalle sue prime manifestazioni, come ulteriore espressione della natura multifunzionale dell'impresa agricola: dunque, come attività sussumibile nella nozione più ampia di agriturismo.

---

attività di ricezione e di ospitalità, tra cui la degustazione dei prodotti aziendali come il vino tra le attività agrituristiche. Ma ciò non ha mancato di sollevare alcune perplessità nella dottrina data la sovrapposizione della suddetta legge con la normativa sull'agriturismo, laddove la semplice miscita di vini, per sé sola, siccome costituente attività agricola per connessione già sulla base dell'art. 2135 c.c., non appariva necessariamente soggetta alle disposizioni autorizzatorie previste per l'agriturismo. Si veda ALBISINNI, F., "Commento all'art. 2", in Riv. dir. agr., (2006), 4, 449-469.

<sup>32</sup> Il comma 503 dell'art. 1 della legge n. 205 del 2017 prevede, ai fini fiscali, che «allo svolgimento dell'attività enoturistica si applicano le disposizioni fiscali di cui all'art. 5 della L. 30 dicembre 1991, n. 413». L'art. 5, comma 1, legge n. 413 del 1991 stabilisce che, per i soggetti titolari di reddito di impresa diversi dalle società di capitali ed enti commerciali residenti esercenti le attività agrituristiche, il reddito imponibile è determinato applicando all'ammontare dei ricavi conseguiti per suo tramite, al netto dell'IVA, un coefficiente di redditività del 25%. Quanto all'IVA, l'art. 5, comma 2 della medesima legge stabilisce che essa sia determinata riducendo l'imposta relativa alle operazioni imponibili in misura pari al 50% del suo ammontare, a titolo di detrazione forfetaria dell'imposta afferente agli acquisti e alle importazioni. Il legislatore tributario ha abbandonato definitivamente la possibilità di ricomprendere, da un punto di vista fiscale, l'attività agriturbistica e quella enoturistica nell'ambito del regime di determinazione catastale del reddito agrario previsto per le imprese agricole, ma allo stesso tempo la sua scelta non è ricaduta sul regime di tassazione analitica proprio delle imprese commerciali. All'imprenditore agriturbistico ed enoturistico è così consentito effettuare scelte sulla base delle proprie convenienze; il regime impositivo dettato dall'art. 5 della legge n. 413 del 1991 ha natura opzionale. Egli, infatti, nel caso in cui non trovi conveniente il regime forfetario, potrà optare per l'applicazione della disciplina ordinaria ai fini delle imposte sui redditi prevista per il reddito d'impresa (art. 56 T.U.I.R.).

Infatti, la normativa sull'enoturismo pur avendo autonoma rilevanza rispetto all'agriturismo, non ha fatto venir meno il suddetto rapporto di specialità. La definizione legislativa di enoturismo per un verso sembra ricalcare la definizione di agriturismo delineata dalla legge quadro n. 96 del 2006, ma allo stesso tempo se ne distacca, apparendo per alcuni aspetti più ampia e per altri più ristretta.

Essa appare più ampia nella parte in cui annovera «la degustazione e la commercializzazione delle produzioni viticole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti», perchè consente che la degustazione dei prodotti vinicoli possa svolgersi anche al di fuori del fondo, in linea con quanto previsto dall'art. 3, comma 1, del d.lgs. n. 228/2001<sup>33</sup>, ed inserisce tra le attività enoturistiche anche la commercializzazione del vino prodotto in azienda, attività, invece, non prevista tra quelle agrituristiche, laddove il vino aziendale può essere ceduto solo in degustazione e mescita o con la somministrazione dei pasti e sempre in via secondaria rispetto all'attività di produzione.

Appare invece più ristretta della definizione di agriturismo ove sembra consentire lo svolgimento delle attività ricreative, culturali e didattiche solo all'interno delle cantine e dei luoghi di produzione e non «anche all'esterno dei beni fondiari nella disponibilità dell'impresa» come invece è ammesso per le attività agrituristiche.

Entrambe le definizioni hanno però come tratto comune il concetto di connessione: anche l'attività enoturistica, infatti, ai sensi dell'art. 1, comma 502 della legge n. 205/2017, deve essere connessa ad una attività svolta su un fondo.

L'enoturismo è infatti inquadrabile tra le *attività agricole per connessione*, definite dal terzo comma dell'art. 2135 del C.C. come quelle “dirette alla manipolazione, conservazione, trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che abbiano ad oggetto prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione del fondo o del bosco o dall'allevamento di animali, nonché le attività dirette alla fornitura di beni o servizi mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola esercitata, ivi comprese le attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale, ovvero di ricezione ed ospitalità.”

---

<sup>33</sup> Tale disposizione prevede che «rientrano tra le attività agrituristiche di cui alla L. 5 dicembre 1985, n. 730, ancorchè svolte all'esterno dei beni fondiari dell'impresa, l'organizzazione di attività ricreative, culturali e didattiche, di pratica sportiva, escursionistiche e di ippoturismo finalizzate ad una migliore fruizione e conoscenza del territorio (...)».

Vengono in rilievo *la connessione oggettiva relativa all'attività svolta e la connessione soggettiva relativa alla persona dell'imprenditore*. Altro criterio è quello della *prevalenza*, ovvero che le attività connesse devono essere quantitativamente di utilizzo inferiore rispetto all'attività principale. *Tra le attività connesse per eccellenza si colloca l'attività enoturistica*, che per essere esercitata prevede la presentazione della S.C.I.A. (Segnalazione Certificata Inizio Attività) al comune di competenza ed in conformità alle linee guida del D.M. 12 marzo 2019.

### 3.1. IL CONCETTO DI CONNESSIONE

Il legislatore italiano, fin dalla legge del 1985, ha individuato la «connessione», quale criterio da verificare per considerare agricole attività che oggettivamente non lo sono.

La «connessione» tra due attività - una principale agricola ed una accessoria alla prima oggettivamente commerciale - sussiste in presenza di due requisiti: uno soggettivo ed uno oggettivo.

Si ha connessione soggettiva quando c'è identità tra il soggetto che esercita l'attività agricola principale e quello esercente l'attività collegata. Questo requisito viene normalmente espresso con il termine «unisoggettività»<sup>34</sup>.

Si ha connessione oggettiva quando per l'esercizio dell'attività collegata l'imprenditore agricolo si avvale delle attrezzature impiegate per l'esercizio dell'attività principale. Tale requisito viene normalmente espresso con il termine «uniazionalità»<sup>35</sup>.

L'integrazione e l'inserimento dell'attività collegata (nella specie, l'attività di ricezione e di ospitalità) nel processo produttivo organizzato dall'imprenditore agricolo per l'esercizio dell'attività principale (nel caso dell'agriturismo la coltivazione del fondo, la silvicoltura e l'allevamento di animali, nel caso dell'enoturismo la degustazione e la commercializzazione delle produzioni viticole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti) comportano la creazione di un'unica impresa che può meritare la qualifica di impresa agricola<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> GERMANÒ A. – ROOK BASILE E., “L'impresa agricola”, in COSTATO L. – GERMANÒ A. – ROOK BASILE E. (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. I, (2011), 776.

<sup>35</sup> AMBROSIO M., *Agriturismo, Il percorso normativo*, Roma, 2016, 96; SERVIDIO S., *Nell'agriturismo l'attività agricola prevale sull'ospitalità*, cit., 24 ss.; GERMANÒ A. – ROOK BASILE E., *L'impresa agricola*, cit., 776.

<sup>36</sup> Cass. civ., sez. lav., 11 agosto 2015, n. 16685, in *Agricoltura*, (2015), 5, 24, secondo la quale, (in linea con Cass. 18 maggio 2011 n. 10905, Cass. 2 ottobre 2008 n. 24430) «il riconoscimento della qualità agrituristica dell'attività di ricezione ed ospitalità richiede la contempo-

Secondo la dottrina<sup>37</sup> il principio generale di connessione esprime quel legame di relazione ed interdipendenza in virtù del quale un'attività collegata, autonomamente commerciale, interferisce nel processo tecnico ed economico dell'attività principale con la quale si salda<sup>38</sup>. Tale legame consente di estendere all'attività correlata il regime giuridico dell'attività principale.

Ciò posto si deve analizzare il rapporto tra l'art. 2, comma 1, legge n. 96/2006 e l'art. 2135, comma 3 e.e., cui il primo rinvia.

Ai sensi dell'art. 2, comma 1 della Legge n. 96/2006, per attività agrituristiche si intendono «le attività di ricezione e ospitalità esercitate dagli imprenditori agricoli di cui all'art. 2135 del codice civile, anche nella forma di società di capitali o di persone, oppure associati fra loro, attraverso l'utilizzazione della propria azienda in rapporto di connessione con le attività di coltivazione del fondo, di silvicoltura e di allevamento di animali»; tali attività, precisa il legislatore, devono rimanere prevalenti rispetto a quelle agrituristiche.

La locuzione «attività di ricezione e di ospitalità» racchiude due fattispecie distinte seppur collegate: una generale (la ricezione), l'altra specifica (l'ospitalità)<sup>39</sup>

---

ranea sussistenza della qualifica di imprenditore agricolo da parte del soggetto che la esercita, dell'esistenza di un rapporto di connessione e complementarietà con l'attività propriamente agricola e della permanenza della principalità di quest'ultima rispetto all'altra; con la conseguenza che non potrà essere considerata agrituristica un'attività di ricezione e di ospitalità svolta da un imprenditore che non possa qualificarsi agricolo ovvero che non sia o non sia più nel detto rapporto di connessione e complementarietà con l'attività agricola o, comunque, che releghi quest'ultima in posizione del tutto secondaria».

<sup>37</sup> GERMANÒ A. – E. ROOK BASILE E., "Impresa agricola", in *Digesto civ., Agg. IV*, Torino, (2009), 284; ID. *L'impresa agricola*, cit., 775 ss.; VECCHIONE, A., "Le attività agricole connesse", in JANNARELLI A. – VECCHIONE A., *L'impresa agricola*, Torino, 2009, 275; FERRARA G., "I limiti oggettivi e soggettivi dell'attività agrituristica", in *Riv. dir. agr.*, (2018), 1, 5 ss.; FRANCIARIO L. – PAOLONI L., "Agriturismo", in *Digesto civ., Agg. IV*, cit., 58; GRAZIANI, C.A., "Commento all'art. 2", in *Riv. dir. agr.*, (2006), 4, 407; AMBROSIO, M., *Agriturismo, Il percorso normativo*, cit., 21 ss.

<sup>38</sup> GERMANÒ A. – ROOK BASILE E., *L'impresa agricola*, cit., 776, secondo i quali l'attività accessoria e collaterale deve essere funzionalmente collegata alla principale, funzionalmente complementare ad essa e deve tendere allo stesso fine perseguito dall'imprenditore che svolge l'attività principale. *Contra*: ALBISINNI F., *Diritto agrario territoriale, Lezioni, Norme, Casi*, Roma, 2004, 81; FRANCIARIO L. – PAOLONI L., "Commento all'art. 3, d.lgs. n. 228/2001", in *Riv. dir. agr.*, (2002), 1, 257. Secondo i quali è necessario superare la logica insita nel parametro della connessione, configurando «l'attività agrituristica come attività agricola ex se, siccome attività idonea alla valorizzazione delle risorse agricole e territoriali, rivolta ad un razionale sfruttamento del suolo che prescinde dall'offerta sul mercato delle produzioni agricole tradizionali».

<sup>39</sup> GRAZIANI, C.A., *Commento all'art. 2*, cit., 407.

La prima si riferisce a tutte le attività con cui l'imprenditore agricolo accoglie nella propria azienda un soggetto terzo, per offrirgli un'accoglienza per una qualsiasi durata di tempo; la seconda, invece, si riferisce all'offerta a un soggetto terzo di un alloggio, inteso come servizio organizzato per il riposo (che può avvenire in edifici o anche in «spazi aperti destinati alla sosta dei campeggiatori» comportante una sosta, ovvero sia un tempo, sia pur breve, di dimora, anche in assenza di pernottamento).

La particolarità dell'«attività di ricezione e di ospitalità» agrituristica risiede nel fatto che questi servizi sono offerti dall'imprenditore agricolo nella propria azienda<sup>40</sup> a terzi per contribuire alla realizzazione delle finalità di cui all'art. 1<sup>41</sup>, ovvero sia la tutela delle risorse specifiche di ciascun territorio, il mantenimento delle attività umane nelle aree rurali, la multifunzionalità in agricoltura, la promozione della cultura rurale.

In tal modo, queste attività (commerciali e non agricole) vengono trattate nell'impresa agricola, e diventano connesse con quelle essenzialmente agricole, che secondo il legislatore, ai sensi dell'art. 4 dall'art. 4, comma 2 della legge 96/2006 devono comunque restare prevalenti<sup>42</sup>.

L'art. 2135 del codice civile, così come modificato dall'art. 1, d.lgs. 18 maggio 2001, n. 228<sup>43</sup>, già colloca le attività di ricezione e di ospitalità tra

<sup>40</sup> FRANCARIO, L., *L'impresa agricola di servizi*, Napoli, 1988. PAOLONI, L., *L'agriturismo e le attività di valorizzazione del territorio*, cit., 535.

<sup>41</sup> GRAZIANI, C.A., *Commento all'art. 2*, cit., 412, secondo la quale, fermo restando il rapporto di connessione, le finalità assegnate dalla legge all'agriturismo consentono di ampliare il ventaglio delle ipotesi agrituristiche.

<sup>42</sup> PAOLONI, L., "Commento all'art. 4", in Riv. dir. agr. (2006), 4, 488 ss.; SERVIDIO, S., "Nell'agriturismo l'attività agricola prevale sull'ospitalità", in *Agricoltura*, (2015), 5, 24. Il criterio della prevalenza secondo alcuni deve ed è inteso in termini quantitativi, perchè nell'art. 4, comma 2, della legge n. 96/2006 si legge che «affinchè l'organizzazione dell'attività agrituristica non abbia dimensioni tali da perdere i requisiti di connessione rispetto all'attività agricola occorre prestare attenzione al tempo di lavoro necessario all'esercizio delle diverse attività».

<sup>43</sup> L'art. 1, del d.lgs. 18 maggio 2001, n. 228, ha modificato la nozione di «imprenditore agricolo» disciplinata all'art. 2135 c.c., statuendo che «è imprenditore agricolo chi esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse», interpretando poi normativamente la definizione con riferimento alla sussistenza di un ciclo biologico o di una fase necessaria del medesimo ed alla utilizzabilità di fondo, bosco, acque dolci, salmastre o marine. Quale effetto della citata novella, il concetto giuridico di imprenditore agricolo si è esteso, con la modificazione di quello che sotto la previgente disciplina risultava il limite tra le distinte categorie dell'imprenditore commerciale e dell'imprenditore agricolo nel senso di ridimensionamento della prima. Inoltre, secondo la Cass. Sez. I Civ. 17 luglio 2012, n. 12215, in *Giust. civ.*, 2012, 10, I, 2305, «la nozione d'imprenditore agricolo, contenuta nell'art. 2135 c.c., nel testo conseguente la modifica introdotta con il d.lgs. n. 228 del 2001, ha determinato un notevole ampliamento delle ipotesi rientranti nello statuto agrario, avendo introdotto mediante il richiamo alle attività dirette alla cura e allo sviluppo di un ciclo biologico, anche attività che non richiedono una connessione necessaria tra produzione e utilizzazione del fondo, essendo sufficiente a tale scopo il semplice collegamento potenziale o

le attività dell'impresa agricola che «si intendono comunque connesse», purché siano svolte «mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola».

Ne discende che anche le attività agrituristiche definite dalla legge quadro n. 96/2006 rientrano nell'ampio *genus* delle attività di ricezione e di ospitalità di cui all'art. 2135, comma 3, c.c..

Si pone, dunque, il problema di individuare il *discrimen* tra attività di ospitalità e ricezione configuranti agriturismo e non.

Secondo la dottrina<sup>44</sup> tale distinzione risiede non tanto nell'elemento della connessione dell'attività agricola con quella agrituristiche, riscontrabile in entrambe le ipotesi, quanto nell'utilizzo esclusivo o prevalente dei beni aziendali normalmente destinati all'esercizio dell'attività agricola a favore dell'attività agrituristiche.

Da ciò deriva che sono considerate agrituristiche le attività di ricezione e di ospitalità che usano i beni aziendali normalmente destinati all'esercizio di attività agricole esclusivamente per le attività ricettive; mentre, sono attività agricole le attività che usano i beni aziendali prevalentemente, ma non esclusivamente, per le attività di ricezione.

C'è un passaggio quindi da attività operative a struttura semplice, come la somministrazione per la consumazione sul posto di pasti e bevande costituiti da prodotti, in prevalenza, della propria azienda agricola a forme a struttura mista, più complesse, come la prestazione di ospitalità a turisti eventualmente accompagnata dall'offerta di consumo in loco di pasti e bevande, dalla vendita di prodotti e dalla partecipazione ad attività ricreative e culturali<sup>45</sup>

---

strumentale con il terreno invece che reale come richiesto nella nozione giuridica ante vigente; con la conseguenza che ai fini dell'assoggettamento a procedura concorsuale l'accertamento della qualità d'impresa commerciale non può essere tratto esclusivamente da parametri di natura quantitativa, non più compatibili con la nuova formulazione della norma».

<sup>44</sup> GRAZIANI, C.A., *Commento all'art. 2*, cit., 412, secondo la quale vi possono essere attività di ricezione e di ospitalità non qualificabili come agrituristiche non solo quando l'imprenditore agricolo non utilizzi esclusivamente la propria azienda, ma che quando questi, pur utilizzando solo la propria azienda, non osservi alcune delle altre prescrizioni stabilite dall'art. 2 della L. 96/2006. In tali casi le attività, pur potendo essere qualificate come agrituristiche, possono essere comunque considerate connesse se ricorrono le condizioni fissate dall'art. 2135, terzo comma, c.c. ed essere assoggettate al regime dell'impresa agricola.

<sup>45</sup> AMBROSIO, M., *Agriturismo. Il percorso normativo*, cit., 21, secondo la quale l'estensione è frutto dell'evoluzione della normativa europea e nazionale che ha qualificato esercizio dell'impresa agricola attività sempre più distanti da quelle tradizionali di coltivazione del fondo, silvicoltura, allevamento di animali. COSTATO, L., "Commento all'art. 1", in *Riv. dir. agr.*, (2006), 4, 400, secondo il quale la nuova legge allontana l'agriturismo dall'agricoltura, spostando l'attenzione su argomenti non agrari, anche se legati all'imprenditore agricolo, con vincoli assai tenui in relazione alla sua attività principale.

La connessione con le attività agricole è dunque certa per l'enoturismo

Il Decreto del Ministro delle Politiche Agricole, alimentari, forestali e del turismo del 12 marzo 2019<sup>46</sup> (recante la disciplina dell'enoturismo) stabilisce all'art. 1 comma 2 che l'attività enoturistica svolta da un imprenditore agricolo, singolo o associato, è deve qualificarsi come connessa a quella agricola ai sensi del terzo comma dell'art. 2135 c.c.<sup>47</sup>.

Sono considerate attività enoturistiche, ai sensi dell'art. 1 comma 3, tutte le attività formative ed informative rivolte alle produzioni vitivinicole del territorio e la conoscenza del vino, con particolare riguardo alle indicazioni geografiche (DOP, IGP) nel cui areale si svolge l'attività, quali, a titolo esemplificativo, le visite guidate ai vigneti di pertinenza dell'azienda, alle cantine, le visite nei luoghi di esposizione degli strumenti utili alla coltivazione della vite, della storia e della pratica dell'attività vitivinicola ed enologica in genere; le iniziative di carattere didattico, culturale e ricreativo svolte nell'ambito delle cantine e dei vigneti, ivi compresa la vendemmia didattica; le attività di degustazione e commercializzazione delle produzioni vitivinicole aziendali, anche in abbinamento ad alimenti, da intendersi quali prodotti agro-alimentari freddi preparati dall'azienda stessa, anche manipolati o trasformati, pronti per il consumo e aventi i requisiti e gli standard di cui all'articolo 2, comma 1 e 2.

È chiaro, dunque, che, laddove tali attività, pur svolte dall'imprenditore agricolo di cui all'art. 2135 c.c. (nelle varie forme soggettive in cui l'impresa

<sup>46</sup> Decreto MIPAAFT del 12 marzo 2019, adottat previa intesa in sede di Conferenza per i rapporti tra lo Stato, le Regioni e le Province autonome di Trento e di Bolzano pubblicato in G.U. n. 89 del 15 aprile 2019.

<sup>47</sup> L'art. 1, del d.lgs. 18 maggio 2001, n. 228, ha modificato la nozione di «imprenditore agricolo» disciplinata all'art. 2135 c.c., statuendo che «è imprenditore agricolo chi esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse», interpretando poi normativamente la definizione con riferimento alla sussistenza di un ciclo biologico o di una fase necessaria del medesimo ed alla utilizzabilità di fondo, bosco, acque dolci, salmastre o marine. Quale effetto della citata novella, il concetto giuridico di imprenditore agricolo si è esteso, con la modificazione di quello che sotto la previgente disciplina risultava il limite tra le distinte categorie dell'imprenditore commerciale e dell'imprenditore agricolo nel senso di ridimensionamento della prima. Inoltre, secondo la Cass. Sez. I Civ. 17 luglio 2012, n. 12215, in *Giust. civ.*, 2012, 10, I, 2305, «la nozione d'imprenditore agricolo, contenuta nell'art. 2135 c.c., nel testo conseguente la modifica introdotta con il d.lgs. n. 228 del 2001, ha determinato un notevole ampliamento delle ipotesi rientranti nello statuto agrario, avendo introdotto mediante il richiamo alle attività dirette alla cura e allo sviluppo di un ciclo biologico, anche attività che non richiedono una connessione necessaria tra produzione e utilizzazione del fondo, essendo sufficiente a tale scopo il semplice collegamento potenziale o strumentale con il terreno invece che reale come richiesto nella nozione giuridica ante vigente; con la conseguenza che ai fini dell'assoggettamento a procedura concorsuale l'accertamento della qualità d'impresa commerciale non può essere tratto esclusivamente da parametri di natura quantitativa, non più compatibili con la nuova formulazione della norma».

agricola può essere esercitata), non rispettino il requisito di connessione, non potranno essere qualificate quale espressione dell'impresa agricola; per contro, integreranno l'esercizio (sul presupposto che siano svolte con l'organizzazione ed i requisiti propri dell'impresa, ex art. 2082 c.c.) dell'impresa commerciale.

In capo al medesimo soggetto, si cumuleranno sia l'impresa agricola (per le attività di cui all'art. 2135 c.c.), sia l'impresa commerciale (per le attività di ricezione ed ospitalità), con la conseguente autonoma rilevanza anche dei rispettivi complessi aziendali.

Secondo parte della dottrina<sup>48</sup> potrebbe opinarsi che la legge sull'agriturismo rechi una speciale disciplina delle attività di ricezione ed ospitalità cui fa riferimento il terzo comma dell'art. 2135 c.c. Per tale ragione, il rapporto di connessione, oggettivo e soggettivo, tra l'agriturismo e le attività agricole principali dovrebbe essere appurato, non in base al parametro all'uso fissato dall'art. 2135, comma 3 c.c. (secondo il quale la connessione ricorre laddove le attività di ricezione ed ospitalità, come definite dalla legge, sono svolte mediante risorse e beni dell'azienda - agricola - normalmente impiegati nell'esercizio delle attività agricole), ma sulla base dei criteri posti dalla legge n. 96/2006. In particolare, quello della prevalenza dell'attività agricola rispetto a quella agrituristica, avuto riguardo al requisito dell'organizzazione dimensionale delle attività, rispetto al quale il parametro del tempo di lavoro necessario per il loro svolgimento costituisce indice - non esclusivo, potendo essere integrato dalla normativa regionale - di riferimento.

Secondo altra dottrina<sup>49</sup> potrebbe invece sostenersi che l'art. 2135 c.c., quale disposizione generale che fissa l'oggetto dell'impresa agricola, è norma alla luce della quale deve essere interpretata la legge n. 96.

Dunque, tale legge non porrebbe alcuna speciale disciplina del rapporto di connessione tra agriturismo ed attività agricole principali, rispetto a quanto stabilito dall'art. 2135 c.c.; al contrario, si limiterebbe, da un lato, a specificare l'oggetto dell'attività di ricezione ed ospitalità che assume le forme dell'agriturismo; dall'altro lato, ad integrare il contenuto della connessione, individuando dei parametri di riferimento, da apprezzare unitamente ai criteri generali del terzo comma dell'art. 2135 c.c. e, a dettare tassative fattispecie in cui il criterio della connessione può essere invece derogato<sup>50</sup>, senza che l'attività di ricezione ed ospitalità debba essere qualificata commerciale.

---

<sup>48</sup> GRAZIANI, C.A., "Definizione delle attività agrituristiche (art. 2)", in *Riv. dir. agr.* (2006), 408-415.

<sup>49</sup> RUSSO L., "Definizioni di attività agrituristiche (art. 2)", in *Le nuove leggi civ. comm.*, (2007), 134 e ss. PETRELLI L., *Studio sull'impresa agricola*, Milano, 2007, 275 e ss.

In altre parole un'attività di ricezione ed ospitalità svolta utilizzando in prevalenza beni extra aziendali e/o che non sono ordinariamente usati per lo svolgimento delle attività agricole principali da parte di quello specifico imprenditore non può essere mai qualificata agrituristica.

Non potrà essere qualificata attività di ricezione ed ospitalità quella che, pur osservando i parametri di connessione di cui al comma 3 dell'art. 2135 c.c., non rispetti, tuttavia, lo specifico requisito di prevalenza fissato dall'art. 4: perciò, ove detta attività assuma, per organizzazione, una dimensione economica eccedente quella dell'organizzazione apprestata per l'esercizio delle attività agricole principali, oppure, indipendentemente da detto valore economico, il tempo di lavoro impiegato per l'attività agricola principale sia inferiore rispetto a quello destinato alla ricezione ed ospitalità, si verserà nel caso, non di attività d'impresa agricola (agrituristica), bensì commerciale.

Laddove la dimensione organizzativa dell'impresa agrituristica non sia prevalente rispetto a quella agricola, ma i beni usati siano prevalenti rispetto a quelli impiegati per le attività principali e/o non ordinariamente impiegati per esse, l'attività di ricezione ed ospitalità assume invece natura commerciale.

A sostegno di questa tesi sono intervenute anche la Corte Costituzionale e la Corte di Cassazione: la prima, nella sentenza in cui ha dichiarato la parziale illegittimità di alcune disposizioni della legge n. 96 per contrasto con la competenza legislative regionale, ha statuito che l'art. 4, comma 2, laddove pone il principio della prevalenza dell'attività agricola su quella agrituristica, «si limita a ribadire il principio secondo il quale l'attività agrituristica deve porsi in rapporto di connessione con quella agricola, così come previsto dall'art. 2135 c.c.<sup>51</sup>», lasciando intendere che il rapporto di connessione deve essere apprezzato sulla base della disposizione codicistica; la seconda in due pronunce riguardanti la natura agricola, ovvero commerciale dell'attività di ricezione ed ospitalità, ha affermato che l'art. 2135 terzo comma c.c. è il parametro per la valutazione della connessione, nonché della prevalenza delle attività agricole rispetto alle attività agrituristiche<sup>52</sup>.

<sup>50</sup> Ad esempio nel caso dell'organizzazione delle attività ricreative al di fuori del fondo aziendale, ai sensi dell'art. 2, comma 3, lett. d).

<sup>51</sup> Corte Cost. 12 ottobre 2007, n. 309, in *Dir. Giur. Agr. al. amb.*, 2008, 259 e ss., con nota di PAOLONI, L., "Sul concetto liquido di connessione nell'applicazione dei criteri e dei limiti di qualificazione dell'attività agrituristica"; FERRARA G., "La disciplina dell'agriturismo (legge n. 96/2006) al vaglio della Corte Costituzionale: spunti di riflessione", in *Dir. giur. agr. e ambiente*, 253 e ss.. LUCIFERO N., "La legge statale sull'agriturismo a fronte del vaglio di legittimità della Corte Costituzionale", in *Giur. it.*, (2008), 4.

<sup>52</sup> Cass. Sez. I Civ. 14 gennaio 2015, n. 490, in *Dir. giur. agr. al. amb.*, (2016), 2, con nota di TOLINO, E.. Cass. Sez. I Civ. 10 aprile 2013, n. 8690, in *Giust. civ. Mass.*, (2013).

Inoltre, a sostegno di questa tesi deve aggiungersi che la legge sull'agriturismo non deroga espressamente al criterio di connessione di acui all'art. 2135 comma 3 c.c., salvo che in fattispecie tassative, anzi si innesta sulla configurazione dell'impresa agricola posta dalla norma codicistica<sup>53</sup>.

Ne discende che l'attività enoturistica (di ricezione e di ospitalità, compresa la degustazione dei prodotti aziendali e l'organizzazione di attività ricreative, culturali e didattiche, svolte da aziende vinicole), costituisce ai sensi dell'art. 2135 comma 3 c.c. un'attività di ricezione ed ospitalità disciplinata dalla legge n. 96/2006, la quale per essere qualificata connessa e, dunque, agricola, deve soddisfare il requisito della connessione ivi posto.

Tale attività deve essere svolta attraverso l'utilizzazione prevalente di attrezzature o risorse dell'azienda agricola, che devono essere normalmente impiegate nell'esercizio dell'attività agricola<sup>54</sup>.

Nell'ottica dell'esame della disciplina attuale sull'enoturismo appare evidente che al centro di un modello di sviluppo rurale che fa leva sul turismo c'è l'imprenditore agricolo definito dall'art. 2135 c.c. Questi è coinvolto non solo come produttore di uva e di vino, ma anche come portatore di saperi legati all'attività di coltivazione e di trasformazione dei prodotti che identificano la «strada», diventando custode del territorio in cui opera e delle risorse naturali necessarie per la sua attività<sup>55</sup>.

---

<sup>53</sup> Si pensi all'art. 1, il quale individua tra le finalità della legge, quella di garantire l'incremento del reddito dell'imprenditore agricolo (ossia, di colui che svolge le attività di cui all'art. 2135 c.c.; all'art. 2, che rimette l'esercizio dell'agriturismo agli «imprenditori agricoli» di cui all'art. 2135 e.e.; all'art. 4, che richiama il requisito della connessione tra l'attività agricola (evidentemente quella di cui all'art. 2135 c.c. e quella agrituristica; all'art. 9 che, ancora, precisa che agrituristica è l'attività di ricezione ed ospitalità svolta dall'imprenditore agricolo.

<sup>54</sup> Secondo la dottrina (GERMANÒ, A., *Manuale di diritto agrario*, Torino, 2006, 118 e ss.; ALESSI, R. – PISCIOTTA, G., *L'impresa agricola* (artt. 2135-2140), Milano, 2010, 206-208) il requisito della normalità richiamerebbe il fatto che i beni utilizzati per le attività di fornitura di beni e servizi a terzi debbono essere non saltuariamente, ma costantemente, ossia stabilmente utilizzati per l'esercizio delle attività agricole di quella specifica impresa in relazione alla quale si pone il tema della connessione; analoga è l'interpretazione che viene data dalla circolare dell'Agenzia delle Entrate n. 44 del 15 novembre 2004, par 3, secondo la quale il requisito della prevalenza sarebbe soddisfatto quando il volume d'affari imputabile ai beni strumentali ordinariamente impiegati nell'esercizio delle attività agricole è superiore rispetto a quello ritratto dagli altri beni impiegati per erogare i servizi a terzi,

<sup>55</sup> ALABRESE, M., "Dalle strade del vino al made in Italy nei ristoranti", in STRAMBI, G. – ALABRESE, M. (a cura di), *I prodotti agro-alimentari tipici e tradizionali come beni culturali (Nuove frontiere di tutela e valorizzazione del territorio)*, Pisa, 2005, 73 e ss.

#### 4. PANDEMIA DA COVID 19 ED ENOTURISMO: CRITICITÀ E PROSPETTIVE

Le restrizioni alla circolazione determinate dalla pandemia<sup>56</sup> hanno spostato l'interesse dei viaggiatori dalle mete lontane e dalle visite alle città verso luoghi vicini, aperti, dominati dalla natura e dagli spazi naturali, incentivando un turismo di prossimità, che nella campagna, con le offerte che l'impresa agricola nella sua dimensione multifunzionale (che comprende l'eno-gastronomia), è in grado di offrire.

La diffusione del virus e le restrizioni alla circolazione delle persone, non disgiunte dalla paura di contrarre la malattia, hanno determinato significativi cambiamenti nelle tre componenti del sistema turistico (domanda, mobilità e offerta), che lasciano intravedere veri e propri "cambi di paradigma", che potranno essere pienamente apprezzati solo una volta che il quadro degli impatti turistico-economici generati dal Covid-19 si sarà delineato con maggiore chiarezza. La loro comprensione, e l'adozione di politiche conseguenti, inevitabilmente favorirà gli attori turistici e le destinazioni più attrezzate a giocare le proprie carte sotto il profilo dell'innovazione.

Uno degli effetti potenzialmente positivi determinato dalla limitata mobilità e dalle imposizioni di rigide regole di distanziamento, è stato ipotizzato possa essere rappresentato dal recupero delle aree marginalizzate che, sebbene dotate di un notevole patrimonio culturale, artistico e naturale, hanno sempre trovato grandi difficoltà a competere o, meglio ancora, ad agire in posizione di complementarità con le aree fortemente antropizzate, che garantivano agli operatori i vantaggi economici connessi al conseguimento di economie di scala<sup>57</sup>.

In questa prospettiva il turismo verde e di prossimità, nel quale si inserisce l'enoturismo, potrebbe trovare nuove soluzioni e prospettive<sup>58</sup>.

<sup>56</sup> Secondo un rapporto dell'Organizzazione mondiale del turismo delle Nazioni Unite (UNWTO) e della Conferenza sul commercio e lo sviluppo (UNCTAD) pubblicato il 30 giugno 2021 l'impatto economico del crollo del turismo dovuto al Coronavirus nel 2020 ha superato i 4.000 miliardi di dollari.

<sup>57</sup> Cfr. MORVILLO A.; BECHERI E., a cura di, *Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia*, Rogiosi editore, 2020, Supplemento alla XXIII Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano; AA.VV., "Il diritto del turismo affronta la crisi causata dal COVID-19 Tourism law addresses the crisis caused by COVID-19", a cura di Morandi F., in *Rivista italiana di Diritto del turismo*, 30/2020.

<sup>58</sup> Cfr. GONZALES, J.S., *La paradoja de la pandemia del Covid 19 para el mundo rural*, in questa rivista, num. 32, (2020), p. 35 e ss., ha visto nel turismo rurale una opportunità offerta dalla pandemia per il ripopolamento delle campagne e il ripensamento di modelli sociali e di occupazione dello spazio.

S'impone però una rivisitazione degli strumenti economico-giuridici per il mantenimento e lo sviluppo sul mercato di questa importante risorsa.

Per muoversi tra le regole di protocolli e linee guida, Wine Tourism ha pubblicato un sondaggio tra le cantine di tutto il mondo relativamente all'impatto sull'attività di turismo del vino<sup>59</sup>, con risultati non confortanti, anche se nei mesi estivi il settore ha vissuto una ripresa a conferma della sua centralità nelle preferenze dei turisti. I nuovi *lockdown* in Italia ed Europa impongono un'importante e approfondita riflessione: per fronteggiare la crisi sarà fondamentale "rispondere e fornire soluzioni, garantire il sostegno economico da parte delle istituzioni e stimolare la digitalizzazione del settore". Volgendo lo sguardo alla Spagna, emerge come l'offerta turistica sia più ampia e variegata rispetto a quella italiana. Prima del *lockdown*, il 48% e il 32% delle aziende vinicole spagnole offriva percorsi da svolgere in autonomia rispettivamente in cantina nei vigneti rispetto all'11% e al 12% delle cantine italiane; differenze significative si riscontrano anche per le cene nei vigneti (36% vs 19%), la vendemmia per turisti (29% vs 12%), *wine club* (26% vs 11%) e tour e proposte per bambini (26% vs 17%). Dopo il termine del periodo di chiusura forzata, questo gap non si è colmato ed è rimasto forte specialmente per le visite in autonomia e i *wine club*.

Il rilancio del settore va ripensato tenendo presenti le esigenze e i cambiamenti attuali ed adeguandosi alle normative sulle restrizioni per la salute dei cittadini<sup>60</sup>.

In questa ottica l'Unione Italiana Vini e il Movimento Turismo del Vino hanno elaborato la Carta dell'Enoturismo ai tempi del Covid-19, vademecum e servizio di assistenza alle imprese impegnate nell'enoturismo per aiutarle a riaprire nelle condizioni di massima sicurezza. La Carta costituisce un supporto concreto e gratuito per tutte le aziende che operano nel settore dell'Enoturismo e, più in generale, che svolgono attività connesse all'ospitalità nel settore vitivinicolo.

La Carta si caratterizza per il suo carattere operativo, elaborato per fornire risposte concrete alle domande e ai dubbi dell'imprenditore o della direzione aziendale durante la fase di riapertura delle attività. Delinea dettagliate linee guida, sulla base della normativa vigente (in particolare D.M. n. 2779 del 12/03/2019 - Linee guida e indirizzi in merito ai requisiti e agli standard minimi

---

<sup>59</sup> Winetourism.com. Su circa 1200 cantine la maggior parte non prevede un ritorno alle cifre del 2019 prima del 2022 (circa il 70% delle risposte, in Italia uguale al resto del mondo); per l'85% delle cantine il fatturato da turismo del vino è calato (quasi il 90% per le aziende italiane); nel 93% dei casi si sono ridotti i turisti internazionali (95% per l'Italia).

<sup>60</sup> Cfr. Turismo del vino in Italia. *Storia, normativa e buone pratiche* (Edagricole) scritto dal senatore Dario Stefano – promotore della legge sull'enoturismo – e dalla produttrice Donatella Cinelli Colombini, nonché fondatrice del Movimento Turismo del Vino e ideatrice della prima giornata di Cantine Aperte.

di qualità per l'esercizio dell'attività enoturistica), su come accogliere in azienda clienti ed ospiti in massima sicurezza e su come tutelare i propri dipendenti. Il documento fornisce alle aziende enoturistiche indicazioni generali per una riapertura in sicurezza, consentendo di personalizzare il documento in base ai propri processi/attività.

## 5. BIBLIOGRAFIA

AA.VV. (2020), *Il diritto del turismo affronta la crisi causata dal COVID-19 Tourism law addresses the crisis caused by COVID-19* a cura di Morandi F., in *Rivista italiana di Diritto del turismo*, n. 30.

ALABRESE M., (2005): *Dalle strade del vino al made in Italy nei ristoranti*, in Strambi G. – Alabrese M. (a cura di), *I prodotti agro-alimentari tipici e tradizionali come beni culturali (Nuove frontiere di tutela e valorizzazione del territorio)*, Pisa, 73 e ss.

ALAMPI SOTTINI V., BARBIERATO E., BERNETTI I., CAPECCHI I., FABBRIZZI S., MENGHINI S. (2019). “*Winescape perception and big data analysis: An assessment through social media photographs in the Chianti Classico region*”. *Wine Economics and Policy*, pp. 127-140.

ALBISINNI, F. (1988): “Agriturismo e turismo rurale: pluralità di modelli aziendali, disciplina legislativa ed ipotesi interpretative”, in *Riv. dir. agr.*, i, 266 e ss.;

ALBISINNI, F. (2001): “Commento all’art.3 del decr.leg.vo n.228”, in *Commentario a I tre «Decreti orientamento» della pesca e acquacoltura, forestale e agricolo*, in *Le nuove leggi civ. comm.*, 740 e ss.

ALBISINNI, F. (2006): “Commento all’art. 2 della legge n. 96 del 2006 sull’agriturismo, Definizione di attività agrituristiche”, in *Riv. dir. agr.*, I, 407 e ss.;

ALBISINNI, F. (2006): “Commento all’art. 2”, in *Riv. dir. agr.*,4, 449-469.

ALEBAKI M., IAKOVIDOU O. (2011). “*Market Segmentation in wine tourism: a comparison of approaches*”. *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, pp. 123-140.

ALESSI R.– PISCIOTTA G.(2010), *L’impresa agricola (artt. 2135-2140)*, Milano, pp. 206-208.

AMBROSIO, M., *Agriturismo, Il percorso normativo*, Roma, 2016, 96;

ANTONIOLI CORIGLIANO M. (1996), “*Enoturismo: caratteristiche della domanda, strategie di offerta e aspetti territoriali e ambientali*”, FrancoAngeli, Milano.

ANTONIOLI CORIGLIANO M. (1999), “*Strade del vino ed enoturismo: distretti turistici e vie di comunicazione*”, FrancoAngeli, Milano.

ASERO V., PATTI S. (2009). “*Prodotti enogastronomici e territorio: la proposta dell'enoturismo*”. XVI Rapporto sul turismo italiano.

ASSOCIAZIONE NAZIONALE CITTÀ DEL VINO (2020). “*XVI Rapporto Nazionale sul Turismo del Vino*”.

BAZZOCCHI, G. – CAPANAGA, P. – PICCIONI, S. (2011): *Turismo ed enogastronomia fra Italia e Spagna. Linguaggi e territori da esplorare*, FrancoAngeli, Milano.

BENCARDINO F. & MAROTTA F. (2004), “*Nuovi turismi e politiche di gestione della destinazione*” Franco Angeli, Milano.

BOATTO V., GENNARI A. J. (2011), *La roadmap del turismo enologico*, Franco-Angeli, Milano.

BORGHI, P. (2001): “Commento agli artt. 16/24 d.lgs. 228/2001”, in *Nuove leggi civili commentate*, p. 834 ss.;

BROCHADO A., STOLERIU O. E LUPU C. (2019). “*Wine tourism: a multisensory experience*”. *Current Issues in Tourism*.

BRUSCINO A. (2011), *Il turismo sostenibile*, Libreriauniversitaria.it.

CARDINALI S., GREGORI G., PALLONARI M. (2010), *Piccole imprese vitivinicole e un nuovo approccio al marketing integrato*, FrancoAngeli, Milano.

CAROLI M. G. (2001), *Globalizzazione e localizzazione dell'impresa internazionalizzata*, FrancoAngeli, Milano.

CAROLI M. G., FRATOCCHI L. (2000), *Nuove tendenze nelle strategie di internazionalizzazione delle imprese minori. Le modalità di entrata emergenti tra alleanze e commercio elettronico*, FrancoAngeli, Milano.

CARRÀ G., MARIANI M., RADIC' I., PERI I. (2016). “Participatory strategy analysis: The case of wine tourism business”, in *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, pp. 706 – 712.

CASINI, L. (a cura di) (2009): *Guida per la valorizzazione della multifunzionalità dell'agricoltura. Per i cittadini, le imprese, le pubbliche amministrazioni*. Firenze University Press, 2009, capitolo 1.2;

CASTRIOTA S. (2015), *Economia del vino*, Egea, Milano.

CESRETTI G. P., AZZURRA A. (2011), *Strategie e strumenti per la valorizzazione sostenibile delle produzioni agroalimentari di qualità*, FrancoAngeli, Milano.

CHARTER S. (2009). “New World and Mediterranean wine tourism: a comparative analysis”, in *Tourism* 57 (4), pp. 369-379.

CHIODO E. (2006), “Evoluzione dei mercati mondiali, riforma della OCM vino e competitività del settore vitivinicolo italiano”, *Agriregionieuropa* anno 2 n°6, Sett.

CINELLI COLOMBINI D. (2015). “Wine Tourism in Italy”, in *International Journal of Wine Research*.

COSTATO, L. (2006): “Commento all’art. 1”, in *Riv. dir. agr.*, 4 , 400.

COSTATO, L. (2003): “La riforma della PAC 2003”, in *Riv. dir. agr.*, 387 ss.;

CRAVIDÃO F., NOSSA P., SANTOS N., DOLORS VIDAL CASELLAS M., COSTA N. C., AULET SERRALLONGA S. A., DALLARI F. (2018). “Chapter: Tourism at World Heritage Sites Opportunities and Challenges”. *Tourism Management at UNESCO World Heritage Sites*.

CUCCIA T., GUCCIO C., RIZZO I. (2016). “The effects of UNESCO World Heritage List inscription on tourism destinations performance in Italian regions”. *Economic Modelling* Volume 53.

DE ESTEBAN CURIEL J. (2015): “*Turismo gastronómico y enológico*”, Dykinson S.L.

DI LAURO, A. (2001): “Commento agli artt. 32/36 d.lgs. 228/2001”, in *Nuove leggi civili commentate*, p. 875 ss.;

FERRARA G. (2008), “La disciplina dell’agriturismo (legge n. 96/2006) al vaglio della Corte Costituzionale: spunti di riflessione”, in *Dir. giur. agr. e ambiente*, 253 e ss.

FERRARA, G. (2018), “I limiti oggettivi e soggettivi dell’attività agrituristica”, in *Riv. dir. agr.*, 1, 5 ss.;

FERRAZ, C.A.L., (2020): “Note sull’agricoltura nell’evoluzione del pensiero economico”, in *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, Anno 05, Ed.08, Vol.16, pp. 107-125.

FERRUCCI, N. (2007): “L’agriturismo: icona della trasversalità dell’agricoltura tra impresa, alimentazione, ambiente e paesaggio”, in *Riv. dir. agr.*, I, 679 e ss.

- FESTA, G. - RIAD SHAMS, S.M. – METALLO, G, CUOMO, M.T. (2020). “Opportunities and challenges in the contribution of wine routes to wine tourism in Italy – A stakeholders’ perspective of development”. *Tourism Management Perspectives*.
- FIGLIORE M., SILVESTRI R., CONTO F., PELLEGRINI G. (2017). “Understanding the relationship between green approach and marketing innovations tools in the wine sector”. *Journal of Cleaner Production* 142 pp. 4085 - 4091.
- FONDAZIONE CENSIS, FEDERVINI (2017). “*Ricerca: Il valore economico e sociale del settore del vino e dei suoi protagonisti*”.
- FORCONI, V. – MANDRONE, S. – VICINI, C. (a cura di) (2010): *Multifunzionalità dell’azienda agricola e sostenibilità ambientale*, ISPRA, Rapporti 128/2010.
- FRANCARIO, L.(1988), *L’impresa agricola di servizi*, Napoli.
- FRANCARIO, L. – PAOLONI, L. (1989), *L’impresa agrituristica. Normativa comunitaria, nazionale, regionale*, Napoli.
- FRANCARIO, L. – PAOLONI, L. (2002): “Commento all’art. 3, d.lgs. n. 228/2001”, in *Riv. dir. agr.*, 1, 256 e ss.
- FRANCARIO, L. – PAOLONI, L., “Agriturismo”, in *Digesto, IV, Disc. Priv. civ., Sez. Civ.*, 58.
- GARIBALDI, R. (2017): *In viaggio per cibo e vino. Opportunità per un nuovo turismo integrato*, vol. 1, Aracne, Roma.
- GERMANÒ A. (2006): *Manuale di diritto agrario*, Torino, 118 e ss.
- GERMANÒ, A. – E. ROOK BASILE, E.(2009): “Impresa agricola”, in *Digesto civ., Agg. IV*, Torino, 284;
- GERMANÒ, A. – ROOK BASILE, E. (2011): “L’impresa agricola”, in COSTATO L. – GERMANÒ A.– ROOK BASILE E. (a cura di), *Trattato di diritto agrario*, vol. I, , 776.
- GOLDONI, M. (1997): *Trattato breve di diritto agrario italiano e comunitario*, 2, Padova, 1997;
- GÓMEZ M., LOPEZ C., MOLINA A. (2015). “A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain”. *Tourism Management*, Volume 15.

GONZALES, J.S. (2020): “La paradoja de la pandemia del Covid 19 para el mundo rural”, in questa rivista, num. 32, pp. 35-58.

GONZÁLEZ-SANJOSÉ, M.L.- GÓMEZ-MIGUEL, V. - SOTÉS, V. (2017): “La Cultura del Vino, motor del desarrollo sostenible de las regiones vitivinícolas”, in *40° Word Congress of Vine and Wine*, 9, Bio Web of Conferences.

GRAZIANI, C.A. (2006), “Definizione delle attività agrituristiche” (art. 2), in *Riv. dir. agr.*, 407 r ss., 408-415.

GRAZIANI, C.A. (2006): “Commento all’art. 2”, in *Riv. dir. agr.*, 4, 407;

GRUMO, R. (2012): “Le strade del vino e il binomio agricoltura-turismo: Tipicità, qualità e appeal del territorio”, in *Annali del turismo*, 1, Geoprogress Edizioni, Novara, p. 197.

HALL, C.M. - SHARPLES, L. – CAMBOURNE - CAMBOURNE, B.- MACIONIS, N. a cura di (2000): “*Wine Tourism around the world: development, management and markets*”. Butterworth - Heinemann.

HALLET, G. (1983): *Economia e politica del settore agricolo*, Il Mulino, Bologna.

HENKE, R. (a cura di) (2004): *Verso il riconoscimento di un’agricoltura multifunzionale. Teorie, politiche, strumenti*. Studi & Ricerche INEA, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli;

LA TORRE, M., (2006): “Linee di tendenza e problematiche nella legge di riforma dell’agriturismo”, in *Diritto del Turismo*, 105-109.

LOCKSHIN L. (2003): “Consumer Purchasing Behaviour for Wine: What We Know and Where We Are Going”, *Cahier de Recherche n. 57-03*, Centre de Recherche de Bordeaux Ecole de Management.

LOURENÇO-GOMES L., PINTO LÍGIA M.C., REBELO JOÃO (2015): “Wine and cultural heritage. The experience of the Alto Douro Wine Region”. *Wine Economics and Policy* 4, pp.78–87.

LUCIFERO N.(2008), *La legge statale sull’agriturismo a fronte del vaglio di legittimità della Corte Costituzionale*, in *Giur. it.*, 4.

MARIANI A., NAPOLETANO F., POMARICI E., TEDESCO R. (2005), “Valutazione della competitività del settore vitivinicolo italiano: un contributo all’analisi”, in *Rivista di Economia e Diritto Agroalimentare*, n. 3.

MARLOWE B., LEE S. (2018): “Conceptualizing Terroir Wine Tourism”. *Tourism Review International*.

MOLINARI, L. (2017): *Cantine Da Collezione, itinerari di architettura contemporanea nel paesaggio italiano*, Firenze, Forma.

MONTELLA, M.M.(2017): “Wine Tourism and Sustainability: A Review”. *Economics and Business Management*.

MORESCHINI, L. – RAMELLO, G.B. – SANTAGATA, W. (2016): *“Un marchio per la valorizzazione dei territori di eccellenza: dai siti UNESCO ai luoghi italiani della cultura, dell’arte e del paesaggio”*. Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo. Rubbettino Editore.

MORVILLO, A. - BECHERI, E., a cura di (2020): *Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo in Italia*, Rogiosi editore, Supplemento alla XXIII Edizione del Rapporto sul Turismo Italiano.

PAOLONI, L. (2011): “L’agriturismo e l’attività di valorizzazione del territorio”, in COSTATO L. - GERMANÒ A. – ROOK BASILE E. a cura di, *Trattato di diritto agrario*, vol. II, Torino, 527.

PAOLONI, L., “Commento all’art. 4”, in *Riv. dir. agr.*, (2006), 4, 488 ss..

PAOLONI, L. (2008): “Sul concetto liquido di connessione nell’applicazione dei criteri e dei limiti di qualificazione dell’attività agrituristica”, *nota a Corte Cost.* 12 ottobre 2007, n. 309, in *Dir. Giur. Agr. al. amb.*, 259 e ss.

PERIS-ORTIZ M., DE LA CRUZ DEL RÌO RAMA M., RUEDA-ARMENGOT C. (2016): *“Wine and Tourism: a strategic segment for sustainable economic development”*, Springer.

PETRELLI, L. (2007), *Studio sull’impresa agricola*, Milano, 275 e ss..

PINE, J.B.- GILMORE, J.H. (2000): *L’economia delle esperienze*, Etas, Milano.

POMARICI, E. (2005): “Il mercato mondiale del vino: tendenze, scenario competitivo e dualismo tra vecchio e nuovo mondo”, Working paper n. 7/2005, Università degli Studi di Napoli Federico II.

RAGIONIERI, M.P. (1999), *Diritto rurale comunitario*, Milano.

ROSSI, A. – GOETZ, M. (2011): *Dal Prodotto all’esperienza*, Hoepli, Milano, p. 48 ss.

RUSSO, L. (2007): “Definizioni di attività agrituristiche (art. 2)”, in *Le nuove leggi civ. comm.*”, 134 e ss.

RUSSO, L. (2001): “Comentario all’art. 25 d.lgs. 228/2001”, in *Nuove leggi civili commentate* p. 854 ss.;

RUSSO, L. (2007): “Art. 2 definizione di attività turistiche. Le nuove norme statali sull’agriturismo”, in *Le nuove leggi civ. comm.*, 134 e ss.

SERVIDIO, S., (2015): “Nell’agriturismo l’attività agricola prevale sull’ospitalità”, in *Agricoltura*, 5, 24.

SGAMBARTI, G. (2001): “Comentario agli artt. 13/15 d.lgs. 228/2001 ”, in *Nuove leggi civili commentate* p. 825 ss.

SNYDER, F.G. (1990): *Diritto agrario della Comunità europea*, Milano.

SPARKS, B. (2006): *Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioral intentions*, Brisbane, Griffith Business School.

STEFANO, D. - CINELLI COLOMBINI, D. (2020): *Turismo del vino in Italia. Storia, normativa e buone pratiche*, Edagricole, Milano.

TOLINO, E. (2016): nota a Cass. Sez. I Civ. 14 gennaio 2015, n. 490, in *Dir. giur. arg. al. amb.*, 2.

VECCHIONE, A. (2009), “Le attività agricole connesse”, in JANNARELLI A. – VECCHIONE A., *L’impresa agricola*, Torino, 275;

VITALE, L., LÒPEZ-GUZMÀN, T., PÉREZ GÀLVEZ, J.C. & DI CLEMENTE, E. (2019): “The wine tourist’s segmentation: a literature review”. *Revista Espacio* Vol. 40.

La *Revista de Estudios Económicos y Empresariales* recibió este artículo el 30 de julio de 2022 y fue aceptado para su publicación el 17 de septiembre de 2022.