



Il sostegno alle agenzie di viaggi e turismo in epoca di Covid-19

Documento tecnico - Milano, 18 dicembre 2020
(di Enrico Scotti, team director ©ADVMANAGER*)

* ©ADVMANAGER è un sistema di servizi per l'amministrazione in outsourcing e la consulenza di direzione per agenzie di viaggi e turismo. E' gestito da un team di professionisti e consulenti specializzati e utilizza per i suoi servizi una piattaforma web proprietaria includente un'applicazione gestionale con funzionalità originali in grado di garantire la totale tracciabilità del lavoro dell'agenzia, la tenuta della contabilità ordinaria e degli adempimenti fiscali.

Perché questo documento. Questo documento, di natura tecnica, è redatto da soggetti che da oltre 40 anni operano nel settore delle agenzie di viaggi e turismo come amministratori, consulenti di direzione, dirigenti associativi con specifici incarichi nelle materie amministrative e fiscali. Viene dall'esperienza pratica con le agenzie di viaggi nostre attuali clienti e ci auguriamo possa essere di qualche utilità per affrontare in modo concreto il traghettamento di questa categoria di imprese attraverso l'emergenza Covid-19. Le agenzie di viaggi e turismo sono piccole imprese e microimprese che hanno però accumulato col loro lavoro un elevato bagaglio di competenze e costituiscono in modo diffuso sul territorio un punto di riferimento fisico per il consumatore, non facilmente replicabile.

1 - Premessa: la specificità tecnico-fiscale delle agenzie di viaggi e turismo.

Ognuno a suo modo rivendica delle specificità, ma in questo caso non si tratta di uno slogan vuoto. Infatti la stessa legislazione civilistica, contabile e fiscale riconosce caratteristiche particolari a questa attività d'impresa, tali da meritare ad esempio una apposita Direttiva UE (la 2302 del 2015) e un apposito articolo nella legge Iva (art. 74ter) con relativo specifico Regolamento (DM n. 340 del 1999).

E' anche doveroso notare che il complesso delle procedure contabili e fiscali e dei conseguenti adempimenti è estremamente oneroso per le agenzie di viaggi, la cui attività richiede molte righe di prima-nota contabile e di documentazione fiscale per ognuna delle migliaia di micro-transazioni commerciali di cui è costituita, a fronte di marginalità economiche di piccola entità.

E' legittimo allora aspettarsi che non tutte le metodologie utilizzate per sostenere in modo trasversale le piccole e micro-imprese del mercato possano adattarsi alle agenzie di viaggi e raggiungere i necessari criteri di equità e giustizia.

Questo documento analizza alcuni di questi aspetti.

2 - L'attività commerciale dell'agenzia e i contratti di viaggio.

L'attività delle agenzie di viaggi si concretizza attraverso tre tipologie di contratti di viaggio, cui corrispondono tre specifiche procedure contabili e fiscali.

Negli esempi che seguono ipotizziamo per semplicità che le operazioni siano non imponibili di Iva ex art. 9 DPR n. 633/1972 al fine di evidenziare con immediatezza la differenza fra:

- **il volume delle vendite o giro d'affari commerciale;**
- **il volume d'affari Iva.**



3 - Contratto di intermediario di viaggio.

In questa situazione l'agenzia agisce come mandataria all'acquisto in nome e per conto del cliente mandante.

I riferimenti normativi sono: artt. 1704 e seguenti del codice civile; artt.17 e seguenti legge n. 1084 del 27.12.1977 (Convenzione Internazionale relativa al Contratto di Viaggio); DM n. 340 del 30.07.1999 art. 1 comma 8.

L'importo dei servizi turistici prenotati e/o acquistati in nome e per conto del cliente costituisce una anticipazione ex art. 15 comma 1 punto 3 DPR n. 633/1972. Tale importo costituisce una partita di giro, non ha natura di corrispettivo né di reddito e non forma volume d'affari Iva.

Il ricavo dell'agenzia è costituito da un compenso di intermediazione che può essere pagato:

- dal cliente sotto forma di un diritto d'agenzia;
- dal fornitore sotto forma di una provvigione.

Tale compenso è assoggettato a Iva e forma volume d'affari Iva.

Scritture contabili:

		Dare	Avere	
Importo dei servizi prenotati	Cliente	1.000		NO volume d'affari
Importo dei servizi prenotati	Fornitore		1.000	NO volume d'affari
Diritto d'agenzia	Cliente	50		
Diritto d'agenzia	Ricavo		50	Volume d'affari Iva
Fattura di provvigione	Fornitore	50		
Fattura di provvigione	Ricavo		50	Volume d'affari Iva

In questo esempio abbiamo:

Volume delle vendite o giro d'affari commerciale: € 1.000

Volume d'affari Iva: € 100 = 10% del volume delle vendite

Margine di contribuzione commerciale: € 100 = 10% del volume delle vendite.

4 - Contratto di compravendita di servizi singoli non preventivamente acquisiti (regime Iva ordinario).

In questa situazione l'agenzia acquista il servizio turistico in nome proprio, ma per conto del cliente al quale lo rivende. Pertanto l'agenzia lavora a costi e ricavi.

Scritture contabili:

		Dare	Avere	
Importo dei servizi acquistati	Costo	900		
Importo dei servizi acquistati	Fornitore		900	
Importo dei servizi venduti	Cliente	1.000		
Importo dei servizi venduti	Ricavo		1.000	Volume d'affari Iva

Volume delle vendite o giro d'affari commerciale: € 1.000

Volume d'affari Iva: € 1.000 = 100% del volume delle vendite

Margine di contribuzione commerciale: € 100 = 10% del volume delle vendite.



5 - Contratto di organizzazione di pacchetti turistici oppure di compravendita di pacchetti turistici oppure di servizi singoli preventivamente acquisiti (regime Iva 74ter).

In questa situazione l'agenzia acquista i servizi turistici sempre in nome proprio e, alternativamente, per conto proprio oppure per conto del cliente al quale li rivende. L'agenzia lavora sempre a costi e ricavi. I riferimenti normativi sono la Direttiva UE 2302/2015, l'art. 74ter del DPR n. 633/1972 e il DM n. 340 del 1999.

Scritture contabili:

	Dare	Avere
Importo dei servizi acquistati	Costo 900	
Importo dei servizi acquistati	Fornitore	900
Importo dei servizi venduti	Cliente 1.000	
Importo dei servizi venduti	Ricavo	1.000

Volume d'affari Iva

Volume delle vendite o giro d'affari commerciale: € 1.000

Volume d'affari Iva: € 1.000 = 100% del volume delle vendite

Margine di contribuzione commerciale: € 100 = 10% del volume delle vendite.

6 - Imprecisione del termine "fatturato".

La maggior parte dei provvedimenti di ristoro e sostegno alle imprese, sia di origine statale che regionale, utilizza il termine **fatturato**.

Si tratta di un termine impreciso e ambiguo. In realtà il termine corretto secondo l'art. 20 del DPR n. 633/1972 è **volume d'affari Iva**, definito come l'ammontare complessivo delle prestazioni di servizi effettuate dal contribuente nel periodo dato. In altre parole, è la somma degli importi imponibili delle fatture emesse e dei corrispettivi al netto dell'Iva, con esclusione delle anticipazioni ex art. 15 e di altre particolari operazioni definite dall'art. 20.

A peggiorare l'ambiguità del termine, l'Allegato 4-bis del Decreto Liquidità utilizza lo stesso termine **fatturato** in tutt'altra accezione: "Il fatturato qui è inteso nella sua accezione civilistica e, pertanto, si fa riferimento ai "Ricavi delle vendite e delle prestazioni" di cui all'articolo 2425, lettera A), punto 1) del codice civile". E allora perché non usare il termine corretto che qui è **Ricavi civilistici**?

7 – Prima conclusione: inadeguatezza del parametro "volume d'affari Iva".

La struttura dei costi dell'agenzia di viaggi è proporzionale al suo volume delle vendite o giro d'affari commerciale.

Come ordine di grandezza, ad ogni milione di volume di vendite corrispondono indicativamente:

- n. 2-3 ULA (unità lavorative annue) fra titolari e dipendenti;
- i costi correlati: affitto locali, utenze, costi generali di funzionamento dell'ufficio e dell'impresa.

Ne consegue che il parametro corretto per misurare il danno commerciale prodotto dall'emergenza Covid-19 alle agenzie di viaggi è il "volume delle vendite" o "giro d'affari commerciale"



e non il “volume d'affari Iva”, il quale invece può variare in un rapporto da 1 a 10 a seconda della tecnica di contabilizzazione utilizzata (in intermediazione oppure a costi e ricavi).

Ci si può giustamente chiedere come produrre una **prova documentale certa del volume delle vendite**. A tale scopo il sistema amministrativo ©ADVMANAGER produce, per l'intermediazione turistica, un **documento commerciale** strutturato come segue.

Importo dei servizi prenotati (anticipazione ex art. 15 c.1 p.3 DPR n. 633/1972)	1.000,00
Diritti d'agenzia (Iva non imponibile art. 9 DPR n. 633/1972)	50,00
Totale Documento Commerciale	1.050,00

8 – Seconda conclusione: inadeguatezza dei periodi di riferimento infrannuali e dei colori delle zone per i ristoranti e i sostegni alle agenzie di viaggi.

L'art. 25 del Decreto Rilancio, gestito dall'Agenzia delle Entrate e rivolto alla generalità delle imprese, faceva riferimento al “fatturato” del mese di aprile 2020 rapportato al mese di aprile 2019.

L'art. 182 del Decreto Rilancio faceva riferimento al periodo 23 febbraio/31 luglio dei due anni.

Altri provvedimenti come il bonus affitti fanno riferimento a specifici mesi dell'anno (marzo/aprile/maggio/giugno; ottobre/novembre/dicembre).

Ulteriori provvedimenti regionali fanno riferimento al confronto fra i primi semestri dei due anni, oppure a periodi fino al 31 agosto.

L'altro parametro utilizzato per individuare le attività meritorie di sostegno sono i colori rosso/arancione/giallo delle zone.

Anche questi parametri, validi per un negozio, un bar, un ristorante, sono inadeguati e iniqui per le agenzie di viaggi, per le seguenti ragioni.

Il prodotto turistico non è a consumo immediato né a fatturazione immediata. Per un bar o un ristorante la quantità degli scontrini battuti in un giorno o in un mese è la misura della sua attività commerciale in quel periodo. Per un'agenzia di viaggi no, perché l'afflusso o meno di clienti e di prenotazioni in un certo mese produrrà operazioni Iva nei mesi successivi. Se un'agenzia di viaggi resta chiusa per i tre mesi di primavera saltano tutte le prenotazioni dell'estate e tale perdita non trova riscontro nei “fatturati” di quei tre mesi, ma in quelli estivi.

Se il codice Ateco 79.11 (agenzie di viaggi dettaglianti) resta aperto e quindi non viene ristorato, mentre i codici Ateco bar e ristoranti restano chiusi e per questo vengono ristorati, non è che l'agenzia di viaggi in quel periodo realizza “fatturato”, perché non ha clienti da servire e viaggi da vendere. Quindi non ristorarla è iniquo.

Altrettanto ininfluyente ai fine delle sue vendite è la localizzazione in una zona rossa, arancione o gialla: se l'agenzia ha sede in una regione gialla, ma le gente non può muoversi e viaggiare, l'agenzia non realizza “fatturato”. In una zona gialla un cliente può uscire di casa per prendere un caffè, ma non ha ragione di entrare in una agenzia di viaggi.

Nel 2020 le agenzie di viaggi hanno perso il 73% delle vendite (dato Istat). E poiché, per quanto sopra illustrato, i parametri temporali infrannuali sono inadeguati a misurarne il danno commerciale,



sarebbe opportuno utilizzare un parametro rapportato a tutto l'anno 2020, perché l'attività commerciale delle agenzie è ferma per tutto l'anno 2020 e tale resterà ancora almeno per il primo trimestre 2021.

Considerazione finale: che senso ha per l'erario creare strutture e procedimenti burocratici massivi e costosi per rincorrere presunti micro-gettiti da parte di micro-imprese che durante il periodo dell'emergenza Covid-19 sono sostanzialmente inattive?