



Fund Raising

Normativa e Progettualità




Cosa si intende per Fund Raising?



Dall'inglese

“to raise” che significa “far crescere, coltivare, sorgere, ossia sviluppare”

“fund” che significa fondi



Si tratta quindi dell'insieme delle teorie e delle tecniche necessarie a sviluppare fondi per sostenere **un'azione senza finalità di lucro**, e non solo, sinteticamente, “ricerca fondi”

Il fund raising trova le sue origini nell'azione delle **organizzazioni non profit**.

Tuttavia attualmente il fund raising viene praticato anche da enti e servizi pubblici e da aziende che promuovono iniziative a scopo sociale



Finalità



Garantire la sostenibilità di una causa sociale e dell'organizzazione che la persegue

Promuoverne lo sviluppo costante nel tempo verso una molteplicità di interlocutori pubblici e privati




Normativa




PIU' DAI MENO VERSI

Art. 14 del D.L. 35/2005




1. Le liberalità in denaro o in natura erogate da persone fisiche o da enti soggetti all'imposta sul reddito delle società in favore di organizzazioni non lucrative di utilità sociale di cui all'articolo 10, commi 1, 8 e 9, del decreto legislativo 4 dicembre 1997, n. 460, nonché quelle erogate in favore di associazioni di promozione sociale iscritte nel registro nazionale previsto dall'articolo 7, commi 1 e 2, della legge 7 dicembre 2000, n. 383, sono deducibili dal reddito complessivo del soggetto erogatore nel limite del dieci per cento del reddito complessivo dichiarato, e comunque nella misura massima di 70.000 euro annui.




2. Costituisce in ogni caso presupposto per l'applicazione delle disposizioni di cui al comma 1 la tenuta, da parte del soggetto che riceve le erogazioni, di scritture contabili atte a rappresentare con completezza e analiticità le operazioni poste in essere nel periodo di gestione, nonché la redazione, entro quattro mesi dalla chiusura dell'esercizio, di un apposito documento che rappresenti adeguatamente la situazione patrimoniale, economica e finanziaria.

3. Resta ferma la facoltà di applicare le disposizioni di cui all'articolo 100, comma 2, del testo unico delle imposte sui redditi, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, e successive modificazioni



4. Qualora nella dichiarazione dei redditi del soggetto erogatore delle liberalità siano esposte indebite deduzioni dall'imponibile, operate in violazione dei presupposti di deducibilità di cui al comma 1, la sanzione di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 18 dicembre 1997, n. 471, è maggiorata del duecento per cento.

5. Se la deduzione di cui al comma 1 risulta indebita in ragione della riscontrata insussistenza, in capo all'ente beneficiario dell'erogazione, dei caratteri solidaristici e sociali dichiarati in comunicazioni rivolte al pubblico ovvero rappresentati ai soggetti erogatori delle liberalità, l'ente beneficiario e i suoi amministratori sono obbligati in solido con i soggetti erogatori per le maggiori imposte accertate e per le sanzioni applicate



6. In relazione alle erogazioni effettuate ai sensi del comma 1 la deducibilità di cui al medesimo comma non può cumularsi con ogni altra agevolazione fiscale prevista a titolo di deduzione o di detrazione di imposta da altre disposizioni di legge.



I chiarimenti dell' Agenzia delle entrate (Circolare Ministeriale n. 39/E del 19 agosto 2005)

Oggetto

Somme di denaro e beni in natura

Limite deducibilità (divieto di cumulo)

Minor ammontare tra:

10% del reddito complessivamente dichiarato dal soggetto erogatore
Euro 70.000 annui

Rimane ferma la possibilità, per i titolari di reddito di impresa, di applicare il vecchio limite del 2% sul reddito (art. 100, comma 2, DPR 917/1986 – TUIR)



Erogazioni liberali in natura

Considerate al valore normale, ovvero con riferimento al prezzo di mercato di beni della stessa specie o similari (art. 9, comma 3, DPR 917/1986 – TUIR); chi dona, in aggiunta alla documentazione attestante il valore normale (listini, tariffari, perizie, eccetera), deve farsi rilasciare dal beneficiario una ricevuta con la descrizione analitica e dettagliata dei beni erogati e l'indicazione dei relativi valori.

Soggetti erogatori

Persone fisiche

Enti soggetti all'IRES (individuati dall'art.73, DPR 917/1986 – TUIR)

Soggetti beneficiari

ONLUS ex. Art. 10, comma 1, D. Lgs. 460/1997, ivi comprese:

ONLUS “di diritto” ex comma 8, Art. 10

ONLUS “parziali” ex comma 9, Art. 10

Associazioni di promozione sociale (ASP) iscritte nel registro nazionale previsto dall'art. 7, commi 1 e 2 della legge 383/2000

Fondazioni e associazioni non riconosciute aventi per oggetto statutario la tutela, la promozione e valorizzazione dei beni di interesse artistico, storico e paesaggistico di cui al D. Lgs. 42 del 22 gennaio 2004, nonché lo svolgimento o la preparazione di attività di ricerca scientifica

Adempimenti contabili

Per i soggetti beneficiari

- Tenuta di scritture contabili atte a rappresentare con completezza e analiticità le operazioni poste in essere (applicazione dell'art. 14 DPR 600/1973) a prescindere dalla loro natura giuridica e dalle loro dimensioni reddituali
- *Redazione di un documento che rappresenti la situazione patrimoniale, economica e finanziaria, entro quattro mesi dalla chiusura dell'esercizio (consigliata anche una Relazione sulla gestione)*
- Rilascio di apposita ricevuta dell'erogazione liberale
- Restano fermi gli ulteriori obblighi contabili a carico delle ONLUS




Per i soggetti erogatori

- Erogazioni di denaro da effettuarsi tramite banca, ufficio postale e/o altri sistemi di pagamento (come previsti dall'art. 24, D. Lgs 241/1997) ovvero mediante carte di debito, di credito e prepagate, assegni bancari o circolari (si applicano anche per le erogazioni di cui all'art. 100, DPR 917/1986 – TUIR)
- Onere di verifica dell'adempimento degli obblighi contabili da parte del beneficiario

Sanzioni


Non deducibilità delle erogazioni: qualora nella dichiarazione dei redditi del soggetto erogatore delle liberalità siano esposte indebite deduzioni dall'imponibile, operate in violazione dei presupposti di deducibilità sopra evidenziati, si applica la sanzione dal 200% al 400% della maggiore imposta o della differenza del credito (corrispondente alla sanzione ordinaria maggiorata del 200%). La maggiorazione del 200% non si applica in caso di mancato rispetto degli obblighi contabili.

Responsabilità solidale tra l'ente erogante e quello beneficiario ed i suoi amministratori: nel caso in cui la deduzione risulti indebita per l'insussistenza dei caratteri solidaristici e sociali dichiarati in comunicazioni rivolte al pubblico o rappresentati a chi effettua l'erogazione, l'ente beneficiario ed i suoi amministratori sono obbligati in solido con coloro che hanno donato per le maggiori imposte accertate e per le sanzioni applicate.




In alternativa alla deducibilità sopra illustrata, **le persone fisiche** che effettuano erogazioni liberali in denaro alle ONLUS possono fruire della detrazione dall'Irpef nella misura del 19% da calcolare su un importo massimo di 2.065,83 euro.

Va evidenziato che nello stesso limite previsto dalla suddetta agevolazione rientrano le erogazioni liberali in denaro a favore delle iniziative umanitarie, religiose o laiche, gestite da fondazioni, associazioni, comitati ed enti individuati con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri nei paesi non appartenenti all'Ocse.



Sono comprese anche le erogazioni liberali in denaro a favore delle popolazioni colpite da calamità pubbliche o da altri eventi straordinari, anche se avvenute in altri Stati. In tal caso però devono essere effettuate esclusivamente tramite:

- ONLUS;
- organizzazioni non governative di cui l'Italia è membro;
- altre fondazioni, associazioni, comitati ed enti il cui atto costitutivo o statuto sia redatto per atto pubblico o scrittura privata autenticata o registrata, che prevedono tra le proprie finalità interventi umanitari in favore delle popolazioni colpite da calamità pubbliche o da altri eventi straordinari;
- amministrazioni pubbliche statali, regionali e locali, enti pubblici non economici;
- associazioni sindacali di categoria.



È necessario che le erogazioni siano effettuate tramite versamento postale o bancario, o con carte di credito, carte prepagate, assegni bancari o circolari.

Attenzione: chi effettua una liberalità in denaro ad una ONLUS, al momento della presentazione della dichiarazione dei redditi dovrà valutare se è più conveniente fruire della detrazione d'imposta del 19% oppure della deduzione del 10% del reddito complessivo. In quest'ultimo caso l'erogazione deducibile determinerà, mediante la riduzione del reddito imponibile, un beneficio pari all'aliquota massima raggiunta dal contribuente.

LA DEDUZIONE DELLE EROGAZIONI DELLE IMPRESE


Le imprese (imprenditori individuali, società di persone, società di capitali, enti commerciali, eccetera), a fronte di erogazioni liberali in denaro a favore delle organizzazioni suddette possono dedurre dal reddito di impresa un importo non superiore a 2.065,83 euro o al 2% del reddito di impresa dichiarato. Quando si tratta di erogazioni liberali in favore delle popolazioni colpite da eventi di calamità pubblica e da altri eventi straordinari, anche se avvenuti in altri Stati, è prevista una duplice agevolazione a seconda che l'erogazione consista in una somma di denaro o in una cessione di beni. Le erogazioni liberali in denaro effettuate per il tramite di fondazioni, associazioni, comitati e enti individuati con appositi provvedimenti, sono deducibili, quali componenti negative, dal reddito di impresa. Le cessioni gratuite di beni non sono considerate destinate a finalità estranee all'esercizio dell'impresa. Pertanto, non concorrono a formare il reddito come ricavi o plusvalenze



CESSIONI GRATUITE DI BENI DELLE IMPRESE

Al fine di incentivare le erogazioni in natura, è prevista una particolare disciplina secondo la quale, ai fini delle imposte sui redditi, non si considerano destinate a finalità estranee all'esercizio dell'impresa, e quindi non concorrono a formare il reddito come ricavi o plusvalenze, le seguenti cessioni in favore delle ONLUS:

- cessione gratuita, e senza alcun limite, di derrate alimentari e prodotti farmaceutici alla cui produzione o scambio è diretta l'attività dell'impresa cedente. Si tratta di quei prodotti alimentari o farmaceutici che vengono generalmente esclusi dal commercio per difetti di confezionamento o altre cause che, comunque, non ne impediscono l'utilizzo (ad esempio prodotti prossimi alla scadenza);

- 
- cessione gratuita anche di altri beni, diversi dai precedenti, a condizione che:
 - si tratti di beni alla cui produzione o al cui scambio è diretta l'attività dell'impresa;
 - il costo specifico complessivo dei beni ceduti non sia superiore a 1.032,91 euro. Tale costo specifico, vale a dire il costo sostenuto dall'impresa per la realizzazione o l'acquisto dei beni, concorre, peraltro, con eventuali erogazioni liberali in denaro alla formazione del limite di deducibilità indicato nel paragrafo precedente (fino a 2.065,83 euro o al 2% del reddito d'impresa dichiarato).

Per fruire delle agevolazioni sopra indicate tanto l'impresa cedente quanto la ONLUS beneficiaria devono rispettare alcuni adempimenti



OVVERO:

- **IMPRESA CEDENTE** - ha l'obbligo di comunicare preventivamente al competente ufficio delle Entrate, mediante raccomandata con avviso di ricevimento, le singole cessioni di beni (la comunicazione è esclusa nei casi di beni facilmente deperibili e di modico valore) deve annotare nei registri IVA, o in apposito prospetto, quantità e qualità dei beni ceduti gratuitamente in ciascun mese deve conservare la dichiarazione rilasciata dalla ONLUS nei cui confronti ha effettuato la cessione

- **ONLUS** - dichiarazione da rilasciare all'impresa donante; in essa occorre attestare l'impegno ad utilizzare direttamente i beni ricevuti in conformità alle finalità istituzionali e a realizzare l'effettivo utilizzo diretto

Si ricorda, infine, che le cessioni gratuite di beni a favore delle ONLUS, alla cui produzione e scambio è diretta l'attività dell'impresa, sono considerate operazioni esenti da IVA.

Il sottoscritto..... nato a il nella
sua qualità di Presidente dell'Associazione Avis Comunale di sita in via
..... a codice fiscale

DICHIARA

di ricevere dal signor nato a il nella sua
qualità di titolare/rappresentante della sita in via
codice fiscale/partita iva la somma di euro,.....
(...../.....), quale contributo.

Il versamento è stato effettuato a mezzo bonifico bancario/postale in data

La presente ricevuta viene emessa ai sensi e per effetto dell'art. 14 D.L. 35/2005

Luogo....., data

In fede

Il sottoscritto..... nato a il nella
sua qualità di Presidente dell'Associazione Avis Comunale di sita in via
..... a codice fiscale

DICHIARA

di ricevere dal signor nato a il nella sua
qualità di titolare/rappresentante della sita in via
codice fiscale/partita ivala somma di euro
(...../.....), quale contributo.

Il versamento è stato effettuato a mezzo bonifico bancario/postale in data

Il versamento è stato effettuato a mezzo bonifico bancario/postale in data

La presente ricevuta viene emessa ai sensi e per effetto dell'art. 100, comma 2 D.P.R. 917/1986 TUIR


Luogo....., data

In fede



Attività connesse

Art. 10 comma 5 D. Lgs 460/1997



Le attività connesse delle Onlus non rappresentano vere e proprie attività di fund raising in quanto spesso sono attività necessarie alla realizzazione dell'attività istituzionale dell'ente non profit. Tuttavia grazie alla normativa fiscale agevolata possono rappresentare, in alcuni casi, vere e proprie opportunità di autofinanziamento.

Art. 10 comma 5 D. Lgs 460/1997

Si considerano direttamente connesse a quelle istituzionali le attività statutarie di assistenza sanitaria, istruzione, formazione, sport dilettantistico, promozione della cultura e dell'arte e tutela dei diritti civili, di cui ai numeri 2), 4), 5), 6), 9) e 10) del comma 1, lettera a), svolte in assenza delle condizioni previste ai commi 2 e 3, nonché le attività accessorie per natura a quelle statutarie istituzionali, in quanto integrative delle stesse.

L'esercizio delle attività connesse é consentito a condizione che, in ciascun esercizio e nell'ambito di ciascuno dei settori elencati alla lettera a) del comma 1, le stesse non siano prevalenti rispetto a quelle istituzionali e che i relativi **proventi non superino il 66 per cento delle spese complessive dell'organizzazione.**




Le "Attività connesse" a quelle istituzionali in una ONLUS sono:

- per il settore assistenza sanitaria, istruzione, formazione, sport dilettantistico, promozione della cultura e dell'arte e tutela dei diritti civili **le prestazioni analoghe a quelle rese nell'ambito dell'attività istituzionale svolte nei confronti delle persone non svantaggiate**
- le "attività accessorie per natura a quelle istituzionali" realizzate allo scopo di reperire i fondi necessari per finanziare l'attività istituzionale dell'organizzazione.

A titolo esemplificativo possono considerarsi tali la vendita di "gadgets" o materiale propagandistico.

Queste attività non dirette espressamente al perseguimento della solidarietà sociale sono da considerarsi di natura "commerciale".



Sono attività strutturalmente funzionali, sotto l'aspetto materiale, a quelle istituzionali, quali ad esempio la vendita di depliant o di magliette pubblicitarie e altri oggetti di modico valore in occasione di campagne di sensibilizzazione


L'accessorietà presuppone, infatti, un collegamento non solo su un piano funzionale, ma anche e soprattutto su un piano meramente materiale, nel senso che l'attività connessa non deve potersi configurare come un'attività commerciale esercitabile anche separatamente dall'attività istituzionale



In sintesi

- a. l'attività accessoria deve essere collegata funzionalmente con l'attività a favore degli “svantaggiati”;
- b. l'attività accessoria non deve poter avere “vita propria”, ovvero non deve avere una ragione economica di sopravvivenza nel caso si estinguesse l'attività istituzionale

Per esempio, vendita di magliette con la scritta “lo amo i mari puliti”; questa operazione è considerata accessoria, fintanto che una delle attività istituzionali è classificabile nella categoria “tutela e valorizzazione della natura” (settore con finalità immanenti di solidarietà sociale).




Si consiglia, quindi, di promuovere attività di sensibilizzazione e di ricerca fondi che siano in totale sintonia con le attività istituzionali svolte dall'organizzazione, ricordando che non basta (anche se risulta necessaria) la menzione delle stesse nello statuto, ma è obbligatorio che vengano effettivamente svolte e che siano preponderanti rispetto a quella accessoria di reperimento dei fondi.



Anche per le attività connesse dovrà essere adottata la contabilità separata “fiscale” prevista per gli enti non commerciali.

Le attività connesse, comunque, ai sensi dell’art. 12, secondo comma, del decreto 460/97, “non concorrono alla formazione del reddito imponibile”.



Le ONLUS che adottano il libro giornale preventivamente vidimato, anziché tenere una doppia contabilità, possono gestirne una unica nella quale evidenziare separatamente le voci che interessano le attività connesse. Questo al fine di una corretta redazione della “situazione patrimoniale, economica e finanziaria dell’organizzazione” prevista dall’art. 25, primo comma, lettera a) del decreto. Analogo procedimento può essere attuato per la redazione del libro degli inventari. In questo registro, al fine di adempiere al disposto dell’art. 77 del DPR 917/86, sarà opportuno evidenziare separatamente i beni strumentali utilizzati per la realizzazione delle attività connesse da quelli relativi all’attività istituzionale della ONLUS



RACCOLTA OCCASIONALE DI FONDI
Art. 143 c. 3 del DPR 917/1986 (TUIR)



Non concorrono in ogni caso alla formazione del reddito degli enti non commerciali di cui alla lettera c) del comma 1 dell'art. 73:


a) i fondi pervenuti ai predetti enti a seguito di raccolte pubbliche effettuate occasionalmente, anche mediante offerte di beni di modico valore o di servizi ai sovventori, in concomitanza di celebrazioni, ricorrenze o campagne di sensibilizzazione.



Limitazioni e Adempimenti

La Circolare Ministeriale n. 59/E ha precisato quanto segue:

- la raccolta di fondi deve essere **occasionale** ed in concomitanza con ricorrenze o campagne di sensibilizzazione;
- i beni ceduti in occasione della raccolta occasionale di fondi devono essere di **modico valore**;
- indipendentemente alla redazione del rendiconto annuale economico e finanziario, *gli enti non commerciali che effettuano raccolte pubbliche di fondi devono redigere, entro quattro mesi dalla chiusura dell'esercizio, un apposito e separato rendiconto per ogni evento, comprensivo di relazione illustrata (art. 20 DPR 600/73);*

- 
- la relazione illustrata deve indicare gli ammontari raccolti per singolo versamento e le somme destinate per singolo progetto;
 - la maggior parte dei fondi raccolti deve essere destinata a finanziare i progetti per i quali si effettua la raccolta;
 - va posta attenzione all'assorbimento delle spese amministrative ed ai costi imputati all'attività di raccolta;
 - l'attività di controllo spetta all'Agenzia per le Onlus.



Sanzioni (Circolare Ministeriale n. 59/E)

la principale é quella che sancisce la perdita di qualifica di ente non commerciale/Onlus.


Ulteriori sanzioni/conseguenze collegate alla perdita della qualifica di ente non commerciale

- obbligo di devoluzione del patrimonio (procedura di cui all'art. 10 comma 1 lettera f) D.Lgs 460/97);
- inadempienze relative al mancato assolvimento della Comunicazione EAS di cui all'art. 30 DL 185/2008;
- sanzioni pecuniarie per la fruizione dei benefici fiscali in assenza dei prescritti requisiti (da Euro 1.033,00 a Euro 6.197,00);
- sanzioni pecuniarie per lo svolgimento di attività diverse da quelle consentite (da Euro 1.033,00 a Euro 6.197,00);
- distribuzione di utili in forma indiretta (da euro 1.033,00 a Euro 6.197,00);
- non applicazione delle agevolazioni in materia di Imposta di Bollo, di Registro, Tassa di CC.GG.; Imposta sugli Intrattenimenti;
- perdita del Contributo del cinque per mille.




Il regime contabile della raccolta fondi

La raccolta pubblica di fondi è una delle forme più utilizzate dagli enti non-profit (soprattutto organizzazioni di volontariato e ONLUS) al fine del loro sostentamento o in riferimento a iniziative specifiche. Rientrano in questa fattispecie tutti i “banchetti” organizzati dalle singole organizzazioni nei quali si raccolgono offerte anche consegnando dei beni quali fiori e piante, palloncini, magliette, ecc.



Il legislatore con l'art. 2 del D.Lgs, 460/97, in modifica all'articolo 108 - TUIR 917/86 (ora art. 143 TUIR 917/86), ha precisato che “Non concorrono alla formazione del reddito degli enti non commerciali ... i fondi pervenuti ai predetti enti a seguito di raccolte pubbliche effettuate occasionalmente, anche mediante offerte di beni di modico valore o di servizi ai sovventori, in concomitanza di celebrazioni, ricorrenze o campagne di sensibilizzazione”




Occorre evidenziare come in poche righe siano contenute le regole essenziali per la raccolta di fondi. Essa deve essere essenzialmente:

- pubblica: ossia aperta a tutta la collettività alla quale va data comunicazione
- occasionale: ossia non può essere una prassi ordinaria della organizzazione non profit


Il legislatore ha espressamente previsto che l'occasionalità coincida con:

- celebrazioni: ossia S. Natale, Pasqua, Festa del Patrono, Festa della liberazione, ecc.....
- ricorrenze: per esempio l'anniversario di costituzione dell'organizzazione
- campagne di sensibilizzazione: ossia progetti specifici per i quali le singole organizzazioni intendono raccogliere fondi.



Contabilmente il legislatore (art. 8 D.Lgs 460/97 in modifica dell'art. 20 DPR 600/73) prevede che a fronte di ogni singola raccolta fondi venga redatto entro quattro mesi dalla chiusura della gestione un rendiconto “dal quale devono risultare, anche a mezzo di una relazione illustrativa, in modo chiaro e trasparente, le entrate e le spese” specifiche.

In questa obbligatoria rendicontazione oltre ai costi di diretta imputazione possono essere imputati quote di costi comuni di gestione in quanto imputabili alla singola iniziativa, ad esempio parte dei costi telefonici sostenuti nell'ambito di organizzazione di una manifestazione.




Sarà inoltre opportuno indicare la finalità di utilizzo dei fondi raccolti ed è necessaria la sottoscrizione del documento da parte del legale rappresentante. Si ricorda che ciascuna specifica rendicontazione di raccolta fondi deve essere poi successivamente inserita nella contabilità dell'ODV affinché sia comunque ricompresa nella contabilità e nel bilancio e/o rendiconto annuale dell'ente.




ATTIVITA' MARGINALI

Art. 8 della Legge 266/1991



I proventi derivanti da attività commerciali e produttive marginali non costituiscono redditi imponibili ai fini dell'imposta sul reddito delle persone giuridiche (oggi Ires) e dell'imposta locale sui redditi (oggi Irap), qualora sia documentato il loro totale impiego per i fini istituzionali dell'organizzazione di volontariato.



L'articolo 8, comma 4, della Legge 266/91 prevede la possibilità di effettuare da parte delle organizzazioni di volontariato attività commerciali di carattere “marginale”.

Queste sono le uniche attività commerciali previste dal legislatore.

Dette attività, seppur di natura prettamente commerciale vengono considerate dal legislatore “non commerciali”, qualora sia dimostrabile il totale impiego del ricavato per i fini istituzionali dell'organizzazione di volontariato. Il problema fondamentale è legato al concetto di “marginalità”.

La circolare ministeriale evidenzia alcuni criteri affinché sussista il carattere della “marginalità”.



Essa infatti stabilisce che dette attività debbono essere svolte:


- dagli assistiti, al fine della loro riabilitazione e del loro inserimento sociale;
- dai volontari, nello spirito della legge stessa, ossia in modo “personale, spontaneo e gratuito”;
- senza forme organizzate d’impresa;
- in misura marginale rispetto all’attività complessiva dell’organizzazione.



D.M. 25 maggio 1995

Ha stabilito che si considerano attività commerciali e produttive marginali le seguenti attività:

- attività di vendita occasionali o iniziative occasionali di solidarietà svolte nel corso di celebrazioni o ricorrenze o in concomitanza a campagne di sensibilizzazione pubblica verso i fini istituzionali dell'organizzazione di volontariato;
- attività di vendita di beni acquisiti da terzi a titolo gratuito a fini di sovvenzione, a condizione che la vendita sia curata direttamente dall'organizzazione senza alcun intermediario;

- 
- cessione di beni prodotti dagli assistiti e dai volontari sempreché la vendita dei prodotti sia curata direttamente dall'organizzazione senza alcun intermediario;
 - attività di somministrazione di alimenti e bevande in occasione di raduni, manifestazioni, celebrazioni e simili a carattere occasionale;
 - attività di prestazione di servizi rese in conformità alle finalità istituzionali, non riconducibili nell'ambito applicativo dell'art. 148, comma 3, del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con Decreto del Presidente della Repubblica del 22 dicembre 1986, n. 917, verso pagamento di corrispettivi specifici che non eccedano del 50% i costi di diretta imputazione.



Art. 148, comma 3, TUIR

3. Per le associazioni politiche, sindacali e di categoria, religiose, assistenziali, culturali, sportive dilettantistiche, di promozione sociale e di formazione extrascolastica della persona **non si considerano commerciali le attività svolte in diretta attuazione degli scopi istituzionali**, effettuate verso pagamento di corrispettivi specifici nei confronti degli iscritti, associati o partecipanti, di altre associazioni che svolgono la medesima attività e che per legge, regolamento, atto costitutivo o statuto fanno parte di un'unica organizzazione locale o nazionale, dei rispettivi associati o partecipanti e dei tesserati dalle rispettive organizzazioni nazionali, nonché le cessioni anche a terzi di proprie pubblicazioni cedute prevalentemente agli associati.

e che queste attività devono essere svolte:


- in funzione della realizzazione del fine istituzionale dell'organizzazione di volontariato iscritta nei Registri di cui all'art. 6 della Legge n. 266 del 1991;
- senza l'impiego di mezzi organizzati professionalmente per fini di concorrenzialità sul mercato, quali l'uso di pubblicità dei prodotti, di insegne elettriche, di locali attrezzati secondo gli usi dei corrispondenti esercizi commerciali, di marchi di distinzione dell'impresa;
- non rientrano, comunque, tra i proventi delle attività commerciali e produttive marginali quelli derivanti da convenzioni (es.: introiti da convenzioni con enti pubblici per la raccolta del sangue).



C M n. 3 del 25 febbraio 1995

L'Amministrazione finanziaria con C.M. n. 3 del 25/02/1995 ha precisato che le condizioni generali per fruire di questa agevolazione sono:

- Iscrizione al Registro generale del Volontariato di cui all'art. 6 della Legge 266/1991;
- La dimostrazione che i proventi derivanti dall'attività marginale siano utilizzati **totalmente** per l'attività istituzionale dell'organizzazione di volontariato.



Inoltre in merito all'entità delle attività marginali, l'agenzia ha specificato con la stessa circolare che l'entità delle attività, pur non essendo questa ancorata ad una specifica percentuale delle entrate dell'organizzazione, dovrà essere individuata sulla base di parametri correlati a diverse situazioni di fatto quali, a titolo esemplificativo, la occasionalità dell'attività, la non concorrenzialità (che può essere anche ricondotta a radicate tradizioni locali che riservino al volontariato determinati servizi in favore della comunità locale) dell'attività sul mercato, il rapporto tra risorse impiegate e ricavi, il rapporto tra i ricavi dell'attività e i servizi resi dall'organizzazione.



In conclusione:

la dimostrazione dell'impiego istituzionale di questi proventi può essere fornita mediante presentazione di un bilancio corredato da una relazione sull'impiego dei proventi dell'attività commerciale svolta.

Utile é quindi tenere appositi conti di contabilità per la rendicontazione dell'attività marginale e la destinazione di questi proventi, con specifica causale, se applicabile, alle fattispecie previste dal DM 25 maggio 1995.

Sono auspicabili schemi specifici di bilancio per l'attività marginale.



Come per la raccolta occasionale di fondi

Sanzioni (Circolare Ministeriale n. 59/E)


la principale é quella che sancisce la perdita di qualifica di ente non commerciale/Onlus.

Ulteriori sanzioni/conseguenze collegate alla perdita della qualifica di ente non commerciale

- obbligo di devoluzione del patrimonio (procedura di cui all'art. 10 comma 1 lettera f) D.Lgs 460/97);
- inadempienze relative al mancato assolvimento della Comunicazione EAS di cui all'art. 30 DL 185/2008;
- sanzioni pecuniarie per la fruizione dei benefici fiscali in assenza dei prescritti requisiti (da Euro 1.033,00 a Euro 6.197,00);
- sanzioni pecuniarie per lo svolgimento di attività diverse da quelle consentite (da Euro 1.033,00 a Euro 6.197,00);
- distribuzione di utili in forma indiretta (da euro 1.033,00 a Euro 6.197,00);
- non applicazione delle agevolazioni in materia di Imposta di Bollo, di Registro, Tassa di CC.GG.; Imposta sugli Intrattenimenti;
- perdita del Contributo del cinque per mille.




SPONSORIZZAZIONI




La sponsorizzazione può essere definita, mutuando una definizione ricavata dall'ambito della dottrina, come quella forma di pubblicità con la quale l'impresa mira, non a decantare i propri prodotti invitando direttamente i consumatori all'acquisto, ma a diffondere il proprio marchio.

Ciò normalmente avviene tramite l'abbinamento del marchio che contraddistingue lo sponsor ad un evento culturale o ad un intervento promozionale di beni culturali di particolare prestigio oppure legando l'immagine del marchio a spettacoli di vario tipo



La sponsorizzazione si caratterizza per la sua poliedricità, sia in relazione ai prodotti ma anche rispetto alla dimensione economica: si passa da modeste sponsorizzazioni legate a eventi locali minori, a sponsorizzazioni milionarie che coinvolgono eventi culturali di richiamo nazionale o internazionale.

Il mercato delle sponsorizzazioni si divide classicamente in tre segmenti: culturale, sportivo e di utilità sociale.



Sul piano degli strumenti dell'applicazione tecnico-legale, occorre considerare che la sponsorizzazione si lega alla formula giuridica che ne consente la realizzazione in base alla normativa codicistica, ed in particolare al contratto di sponsorizzazione.

Secondo il codice civile il contratto di sponsorizzazione è un “contratto atipico a forma libera di natura patrimoniale a prestazioni corrispettive (sinallagmatico), in forza del quale lo sponsorizzato (o "sponsee") si obbliga a consentire ad altri (lo "sponsor") l'uso della propria immagine pubblica e del proprio nome, per promuovere un marchio o un prodotto specificamente marcato, dietro corrispettivo che può sostanziarsi in una somma di denaro, in beni o servizi ovvero in entrambi, da erogarsi da parte dello sponsor, direttamente o indirettamente



Tale definizione, ottenuta dal combinato disposto degli artt. 1322, 1350 e 1174 c.c. mette in rilievo gli elementi caratteristici della sponsorizzazione:

- atipicità , non è possibile ricondurlo ad uno degli schemi contrattuali previsti dalle norme
- natura patrimoniale, le parti accettano un impegno a fronte di un vantaggio: per lo sponsor l'immagine pubblicitaria di un proprio marchio, per lo sponsee un determinato ammontare di risorse sinallagma (prestazioni corrispettive)
(lo sponsee assume l'obbligo di fungere da mezzo di veicolazione impegnandosi a porre in essere una serie di prestazioni specifiche rivolte a formare o accrescere la notorietà dello sponsor)

La definizione desunta da tale normativa mette in luce la duplice natura possibile delle sponsorizzazioni: finanziaria o tecnica. Il corrispettivo può, infatti, essere costituito da una somma di denaro, o, in alternativa, da forniture di beni o servizi necessari allo svolgimento delle attività programmate dalle PA; in questo secondo caso l'aiuto prende il nome di sponsorizzazione tecnica.



R.M. 88/E del 11 luglio 2005

La risoluzione offre un'interpretazione in merito al trattamento fiscale, ai fini IVA, da riservare alle sponsorizzazioni.

Queste ultime costituiscono una forma atipica di pubblicità commerciale, attività considerata, ai sensi dell'articolo 4, comma 5, lett. i) del DPR n.633 del 1972, in ogni caso commerciale ancorché esercitata dagli enti pubblici.

Lo svolgimento di detta attività da parte di un ente pubblico non commerciale fa sorgere il presupposto soggettivo in capo allo stesso.

Caratteristiche

- natura onerosa dell'accordo
- esistenza di prestazioni contrapposte tra sponsor e sponsorizzato
- realizzazione di pubblicità per lo sponsor

Si realizza attività commerciale ex art. 4 comma 5 lettera i) DPR 633/1972 (normativa Iva) con sussistenza dei presupposti oggettivo e soggettivo in capo all'ente non profit

Le operazioni di sponsorizzazione non rientrano tra le attività connesse delle Onlus per opzione.



Le operazioni di sponsorizzazione non rientrano tra le attività connesse delle Onlus per opzione.

Conseguenze

- Realizzazione di attività commerciale
- Obbligo degli adempimenti Iva
- RM 113/E del 14 luglio 2000: omessa fatturazione ai fini Iva nell'ambito di operazioni permutative configura sempre violazione sostanziale.
- Operazioni di sponsorizzazione non sono previste tra le fonti di entrata della L. 266/1991 né dal D.M. 25 maggio 1995, G.U. n. 134 del 10 giugno 1995 (Criteri per l'individuazione delle attività commerciali e produttive marginali svolte dalle organizzazioni di volontariato)
- Quindi **non possono essere effettuate nemmeno come attività marginali**

Rischio di perdita della qualifica di ente non profit



R.M. 356/E del 14 novembre 2002

Cause related marketing: è considerata sponsorizzazione anche l'attività a favore di terzi se non rientra in quella istituzionale
(Risoluzione applicabile solo alle Onlus - Se non si è Onlus questa attività è ammessa)



PROGETTUALITA'




In un'iniziativa di fund raising la pianificazione è importantissima:

1. definire gli obiettivi: il progetto, l'attività, il fine per cui si chiede il contributo va definito in modo chiaro.

L'esperienza dimostra che la raccolta di fondi è più semplice in presenza di progetti concreti e circoscritti, che facciano percepire il rapporto diretto tra la donazione e i risultati raggiunti.

2. definire i fabbisogni: di quale contributo c'è bisogno? risorse, denaro, professionalità, strutture; è importante sapere con precisione cosa chiedere al pubblico e in quale misura.




3. preparare il messaggio: la comunicazione a supporto della campagna di raccolta ha un ruolo importantissimo nel favorire il coinvolgimento dei destinatari della campagna. Il messaggio dovrebbe essere diverso a seconda che sia rivolto:


- a chi ha già contribuito in passato ad iniziative sociali, mettendo in evidenza i risultati ottenuti grazie al loro contributo
- a chi non ha mai contribuito, cercando di far leva sugli aspetti più emozionali e dunque sull'eticità della causa
- ad aziende profit, nei cui confronti l'argomento chiave potrebbe essere il vantaggio di immagine derivante dal legare il proprio nome al sostegno di una campagna sociale




In ogni caso il messaggio dovrebbe:

- essere ultrasemplificato, conciso ma completo
- prospettare al donatore un "interesse a donare", fornendo un motivo razionale, oltre che emotivo, al donare
- essere capace di "umanizzare" la causa, spostando il focus dalle richieste ai problemi sociali da risolvere, alle persone coinvolte
- fissare un traguardo temporale per la raccolta, che, è dimostrato, facilita il reperimento dei fondi


- 
- anticipare i dubbi del donatore, sulle modalità, l'impiego dei fondi, il controllo sui risultati,...
 - indicare concreti obiettivi raggiungibili con una donazione anche di piccolo valore, in modo da dare ad ogni potenziale donatore la misura dell'utilità del proprio gesto
 - raccontare, se esistono, i risultati ottenuti in precedenti progetti
 - indicare le modalità con cui in concreto contribuire: donando tempo, soldi,...

- 
4. veicolare il messaggio: occorre selezionare i canali più idonei per fare arrivare il messaggio ai potenziali donatori: i più usati sono:
- il direct mail: spedizione di opuscoli informativi contenenti il messaggio più adeguato al target e l'indicazione delle modalità e degli strumenti per prestare il proprio contributo.
 - il contatto telefonico (telemarketing), o la visita diretta (face to face) in cui il messaggio può essere ulteriormente personalizzato e adattato all'interlocutore ed è possibile rispondere a tutte le sue domande e dubbi.



Sta prendendo piede, anche se per il momento è un fenomeno limitato alle grandi organizzazioni dotate di una reputazione di livello nazionale e/o internazionale l'uso di

- Internet come strumento di raccolta di fondi. E' vero infatti che alla capillarità della copertura e al maggior potere informativo che lo strumento consente si aggiungono una serie di problematiche forti tra cui spicca il problema dell'accesso ad Internet, non così diffuso in tutte le fasce della popolazione, e la diffidenza nei confronti di forme di pagamento on line considerate poco sicure.
- Organizzazione di eventi speciali



5. comunicare i risultati: è importante, una volta concluso il progetto realizzato mediante i fondi raccolti comunicare, alla collettività mediante una comunicazione generica oppure più nominalmente mediante iniziative di direct mail i risultati raggiunti con il denaro ricevuto dai donatori.

Si tratta di un gesto che ha la funzione di fidelizzare il donatore che, così come emerge da ricerche effettuate, tende non solo a donare ancora ma soprattutto a rimanere fedele alla stessa organizzazione nel momento in cui possa toccare con mano i risultati del suo contributo.



Chi sono i destinatari delle campagne di fund raising?

I privati cittadini, che stanno assumendo sempre più sensibilità nei confronti di aspetti etici e valoriali insiti in un servizio, in un prodotto, e stanno dimostrando un interesse non più solo al "cosa", ma anche al "come".

Le imprese profit, che per rivolgersi a questa nuova tipologia di "consumatore-cittadino" puntano sempre più spesso sulla trasparenza, sulla fiducia e sulla lealtà del loro agire, anche a favore di cause sociali.




Agenzia per le Onlus

LINEE GUIDA PER LA RACCOLTA DEI FONDI

documento approvato dall' Agenzia per le Onlus
nella seduta consiliare del 15 ottobre 2009




1. Oggetto, finalità e principi di riferimento



1. 1 Oggetto delle presenti Linee guida sono le donazioni in denaro. In esse sono comprese anche le donazioni raccolte dall'ente donatario a seguito dell'offerta di beni o servizi di modico valore, come regolate dal legislatore fiscale

1.2 Dalle presenti Linee guida **sono escluse le donazioni in natura**, quali beni, servizi e competenze, che, pur potendo seguire criteri generali analoghi, danno luogo a modalità di trattamento differenti, anche in relazione al beneficio fiscale.




1.3 Scopo delle Linee guida è di tutelare tutti i soggetti coinvolti dall'attività di raccolta fondi: il donatore (persona fisica o giuridica) che ha l'aspettativa di vedere realizzate le finalità della sua donazione; il destinatario finale della donazione (persona fisica o giuridica) che ha l'aspettativa di ricevere le risorse che il donatore ha inteso destinargli; l'amministrazione pubblica che verifica la sussistenza dei presupposti per l'applicazione dei benefici fiscali; la stessa organizzazione ricevente che ha interesse a tutelare la propria missione e reputazione.

1.4 Le presenti Linee guida contengono indicazioni di ordine generale e particolare per orientare gli enti non profit a svolgere l'attività di raccolta fondi coerentemente con i principi di trasparenza, rendicontabilità e accessibilità.

1.5 Altri principi, quali la veridicità dei dati, la chiarezza di esposizione, la completezza dell'informazione, la neutralità e la tempestività, devono essere rispettati all'interno dell'implementazione dei precedenti tre principi.



2. Trasparenza



2.1 La trasparenza riguarda la determinazione delle informazioni da rendere disponibili ai donatori, ai destinatari della donazione, agli organi di controllo e al pubblico in generale.

2.2 Ai fini della trasparenza, le informazioni riguardanti l'attività di raccolta fondi ritenute rilevanti sono contenute nel Documento della Trasparenza, che l'ente redige autonomamente e rende disponibile ai donatori, ai destinatari, agli organi di controllo e al pubblico in generale, preferibilmente attraverso la pubblicazione sul sito Internet.



2.3 Sono considerati elementi informativi rilevanti di tale documento, i seguenti:


2.3.1 l'indicazione della persona a cui è delegata la responsabilità dell'attività di raccolta fondi;

2.3.2 l'indicazione delle finalità della raccolta, ovvero se la stessa sia rivolta al sostegno generale dell'organizzazione o mirata ad uno specifico progetto;

2.3.3 l'indicazione della durata, degli strumenti e dei luoghi di svolgimento della raccolta, qualora la raccolta sia effettuata per uno specifico progetto;

2.3.4 l'indicazione delle modalità con cui eseguire la donazione, privilegiando strumenti bancari o postali i quali evidenziano la particolare causa del versamento, tenuto conto che ai fini dell'applicazione di eventuali benefici fiscali in capo al donante occorre garantire la tracciabilità del versamento;

2.3.5 l'indicazione dell'ammontare che l'ente si prefigge di raccogliere per la realizzazione del progetto enunciato;





2.3.6 l'indicazione della percentuale dei proventi raccolti che sarà destinata alle attività di sostegno dell'organizzazione o ad uno specifico progetto; al fine di assicurare che i fondi raccolti siano impiegati per la realizzazione dell'obiettivo enunciato, è necessario – come da prassi prevalente - che ad esso sia destinata una quota non inferiore al 70% dei proventi raccolti; l'eventuale scostamento dalla suddetta percentuale dovrà essere motivato nella rendicontazione (è questo un caso che si realizza nell'occasione dell'avvio di nuovi enti);

2.3.7 l'indicazione, qualora il progetto non possa realizzarsi, della differente destinazione delle risorse raccolte;

2.3.8 l'indicazione, qualora le somme raccolte siano superiori all'importo necessario per il raggiungimento dell'obiettivo enunciato, della destinazione d'uso delle eccedenze;

2.3.9 l'indicazione dettagliata dei soggetti diversi da persone fisiche che hanno sostenuto l'organizzazione o il progetto;

- 
- 2.3.10 l'indicazione dei tempi necessari alla realizzazione del progetto;
 - 2.3.11 l'indicazione se la cifra versata costituisca una liberalità a favore dell'ente o la sottoscrizione della quota associativa; in quest'ultima ipotesi, il sottoscrittore deve essere informato dei diritti e doveri derivanti dal rapporto associativo;
 - 2.3.12 l'indicazione chiara e puntuale dell' eventuale beneficio fiscale di cui il donatore può fruire;
 - 2.3.13 l'indicazione che il personale eventualmente utilizzato per la raccolta fondi sarà identificabile;




2.3.14 qualora la raccolta fondi sia effettuata a beneficio di un'altra organizzazione (casa madre internazionale, associazione nazionale, enti collegati e non, presenti sul territorio o residenti all'estero), l'indicazione:

- del soggetto destinatario dei proventi della raccolta;
- della quota di fondi destinata al suddetto soggetto e di quella eventualmente trattenuta dall'ente che ha effettuato la raccolta;
- delle finalità e delle modalità di utilizzo di tali risorse da parte dell'ente destinatario;
- dei tempi necessari ad erogare i proventi della raccolta al soggetto destinatario;

2.3.15 l'indicazione dell'esistenza e del contenuto di regole per gestire i conflitti di interesse che potrebbero coinvolgere gli amministratori, i dipendenti, i collaboratori, i volontari, sia nell'approvvigionamento di beni e servizi necessari allo svolgimento della raccolta, sia nelle modalità di utilizzo dei proventi della raccolta; tali regole vanno inserite nel codice etico proprio dell'ente.




3. Rendicontabilità



3.1 La rendicontabilità è il processo attraverso cui l'ente rende conto delle attività svolte, mediante la definizione di indicatori e la produzione di strumenti, quali il rendiconto, al fine di monitorare la coerenza e la congruenza degli obiettivi enunciati con i risultati effettivamente conseguiti.

3.2 Nell'ambito delle presenti Linee guida, la rendicontabilità riguarda la necessità di dare conto, attraverso la descrizione delle attività svolte e la rilevazione analitica dei valori economici, dell'attività di raccolta fondi realizzata.

3.3 Il riferimento generale per svolgere l'attività di rendicontazione è rappresentato dalle "Linee guida e schemi per la redazione del bilancio di esercizio" e dalle "Linee guida per la redazione del Bilancio sociale" emanate dall'Agenzia per le Onlus.




3.4 Per agevolare i donatori, o comunque i terzi interessati, nel conoscere il rendiconto di una determinata raccolta, oltre a darne evidenza nel bilancio di esercizio, l'ente può predisporre specifiche rendicontazioni.

3.5 Nel Rendiconto gestionale devono essere evidenziati i proventi e gli oneri delle raccolte.



3.6 Nella Relazione di missione o nella Relazione degli amministratori sono da evidenziare:

- a. qualora la raccolta sia stata realizzata per uno specifico progetto, la quota dei fondi raccolti utilizzata per l'attuazione dello stesso;
- b. qualora la raccolta sia stata realizzata per il sostegno generale dell'organizzazione, la quota dei fondi raccolti utilizzata per tale scopo, evidenziandone le specifiche destinazioni (a titolo esemplificativo acquisto di beni, formazione del personale, etc.);
- c. la quota dei fondi destinata al soggetto beneficiario e la quota eventualmente trattenuta dall'ente che ha effettuato la raccolta, qualora la raccolta fondi sia stata effettuata a beneficio di un'altra organizzazione (casa madre internazionale, associazione nazionale, enti collegati e non);
- d. l'utilizzo dell'eccedenza (vedi punto 2.3.8), qualora le risorse raccolte siano risultate superiori all'importo necessario per il raggiungimento dell'obiettivo enunciato nel Documento della Trasparenza;
- e. la quota dei fondi raccolti destinata alla copertura dei costi sostenuti per la realizzazione della raccolta;
- f. la ragione dell' eventuale scostamento dalla percentuale prevista al punto 2.3.6



3.7 Gli enti con proventi e ricavi annui inferiori a Euro 250.000 che, secondo le Linee guida sui bilanci emanate dell'Agenzia per le Onlus, devono redigere un rendiconto semplificato degli incassi e dei pagamenti, dovranno evidenziare in esso le entrate e le uscite relative alle raccolte effettuate. Tali enti potranno, inoltre, indicare nella relazione di missione (se redatta) i dati di cui al punto 3.6.

3.8 Nei casi in cui i proventi di singole raccolte fossero molto modesti rispetto al totale dei proventi e dei ricavi annui dell'organizzazione, la rendicontazione di tali raccolte può essere effettuata in modo aggregato, fornendo opportuna spiegazione delle ragioni di tale scelta, fatto salvo quanto previsto dalle disposizioni fiscali

3.9 L'ente darà evidenza nel bilancio di missione o sociale (ove esistenti) dello stato di avanzamento dei progetti in corso e/o del raggiungimento dell'obiettivo a cui la raccolta era finalizzata.

3.10 Sono fatti salvi gli obblighi previsti nelle disposizioni di legge tributaria di redigere specifiche rendicontazioni per le raccolte di fondi. La rendicontazione prevista dalle presenti Linee guida può essere utilizzata anche ai fini richiesti dalle disposizioni fiscali se rispetta gli obblighi in esse contenuti



4. Accessibilità




4.1 L'accessibilità concerne il diritto del donatore e del destinatario della donazione a reperire informazioni e a riceverle se richieste.

4.2 L'ente non profit mette a disposizione del richiedente tutte le informazioni relative all'attività di raccolta fondi di cui è in possesso, con lo scopo di consentire al donatore e al destinatario di rintracciare le informazioni di cui necessita. Le informazioni devono essere fornite senza esigere alcun compenso.

4.3 L'ente individua al proprio interno le modalità e gli strumenti per la gestione delle richieste di informazione; individua inoltre un referente, o per l'ente nel suo complesso o per i singoli progetti.

4.4 L'applicazione del principio di accessibilità può essere facilmente perseguita a costi contenuti mediante l'impiego delle nuove tecnologie.



L'allegato 1 disciplina quindi i comportamenti, le tecniche e gli strumenti per le buone prassi nella raccolta dei fondi", indicando principi e procedure da seguire, rispetto a .

1. RACCOLTA FONDI ATTRAVERSO IL DIRECT
2. RACCOLTA FONDI ATTRAVERSO IL TELEFONO (TELEMARKETING)
3. RACCOLTA FONDI ATTRAVERSO IL FACE-TO-FACE
4. RACCOLTA FONDI DALLE IMPRESE FOR PROFIT
5. RACCOLTA FONDI DAI GRANDI DONATORI
6. RACCOLTA FONDI ATTRAVERSO GLI EVENTI
7. RACCOLTA FONDI ATTRAVERSO I SALVADANAI
8. RACCOLTA FONDI ATTRAVERSO I LASCITI TESTAMENTARI



L'allegato 2 analizza e riepiloga i profili fiscali delle erogazioni liberali, trattati in precedenza