IL VALORE DELLA "DIPLOMAZIA CULTURALE":

L'IMPORTANZA DELLA CULTURA AZIENDALE E DELLA FILANTROPIA

Comitato Corporate Heritage & Philanthropy

Position Paper

AmCham Italy

IL VALORE DELLA "DIPLOMAZIA CULTURALE":

L'IMPORTANZA DELLA CULTURA AZIENDALE E DELLA FILANTROPIA

Comitato Corporate Heritage & Philanthropy

Position Paper

American Chamber of Commerce in Italy

INDICE

INTRODUZIONE.....5

1. ART BONUS E DINTORNI: CONSIDERAZIONI SULLE AGEVOLAZIONI FISCALI A SUPPORTO DEL PATRIMONIO ARTISTICO.....7

2. LA FILANTROPIA: CONFRONTO E SPUNTI DI RIFLESSIONE TRA STATI UNITI E ITALIA.....17

INTRODUZIONE

Le attività di advocacy e policy di American Chamber of Commerce in Italy si sono spesso concentrate su temi di carattere prevalentemente economico e geopolitico, focalizzando l'attenzione su suggerimenti di policy e raccomandazioni che aiutassero a rendere più attrattivo il nostro Paese nei confronti degli investitori americani.

Il Comitato Corporate Heritage & Philanthropy è stato la dimostrazione di come da un lato l'identità, il patrimonio (fatto di conoscenze e di esperienze) e la storia di una impresa siano un vantaggio competitivo esclusivo da recuperare, mettere insicurezza, proteggere e valorizzare, dall'altro lato l'investimento filantropico generi un valore con ricadute positive sul business perché si tratta di elementi, in entrambi i casi, capaci di impattare non solo dal punto di vista economico, ma anche – se non soprattutto – dal punto di vista strategico, della comunicazione esterna oltre che su tutti i livelli dell'organizzazione interna delle aziende.

Il documento si muove su due filoni: il primo dedicato al Corporate Heritage, il secondo alla filantropia. Nel primo viene analizzato il sistema di agevolazioni fiscali a supporto del patrimonio artistico, che è uno degli elementi di maggior forza del sistema italiano. Si tratta di una leva su cui il nostro Paese dovrebbe investire con forza e convinzione in quanto costituisce uno strumento di influenza e soft power a livello internazionale – come riconosciuto in un recente report elaborato da Brand Finance.

A questa prima parte segue un'analisi del Corporate Heritage e di come si potrebbe favorire la digitalizzazione del patrimonio culturale delle imprese, che è a pieno titolo uno strumento di cultura e di "orgoglio" aziendale sia a uso interno che esterno, nonché parte integrante del tessuto culturale e storico nazionale.

Nel 2015 abbiamo elaborato un volume celebrativo di American Chamber of Commerce in Italy in occasione del nostro centenario e, setacciando i nostri archivi, abbiamo scoperto alcuni "tesori" e momenti fondamentali della storia italiana che la nostra organizzazione ha vissuto da protagonista.

Chissà quante storie dimenticate, momenti storici, curiosità e "chicche" emergerebbero da una digitalizzazione degli archivi/patrimoni culturali aziendali presenti in Italia. Si arricchirebbe in questo modo non solo la narrazione italiana, ma si permetterebbe alle nuove generazioni di acquisire nuove conoscenze e aumentare il bagaglio culturale e informativo a disposizione.

A conclusione di questa sezione vengono presentati alcuni progetti sviluppati da alcune aziende di primissimo piano, a dimostrazione della grande attenzione che il sistema economico inizia ad avere nei confronti di questo tema.

La seconda parte del documento effettua un sintetico paragone tra il contesto che la filantropia affronta negli Stati Uniti rispetto a quello italiano, fornendo alcuni suggerimenti per permettere e agevolare un'espansione di questo fenomeno in Italia, considerato che si tratta di un elemento

importante per attrarre investimenti e interesse da parte degli HNWI americani verso il Bel Paese.

Basti pensare che la filantropia vale circa $2,3 trilioni (2,4 del PIL mondiale del 2021) secondo stime effettuate da Citi nel novembre 2021 con importanti effetti moltiplicatori per il tessuto sociale ed economico.

È semplice immaginare quanto investimenti di questo tipo potrebbero aiutare l'Italia nell'implementare lo stato del proprio patrimonio artistico, migliorandone la reputazione e la capacità di effettuare diplomazia culturale a livello mondiale.

L'auspicio è che questo documento sia fonte di discussione e confronto tra individui, istituzioni e aziende con un unico obiettivo: aiutare il nostro Paese a essere pilastro transatlantico nel campo della cultura.

Buona lettura.

Simone Crolla
Consigliere Delegato – American Chamber of Commerce in Italy

1. ART BONUS E DINTORNI: CONSIDERAZIONI SULLE AGEVOLAZIONI FISCALI A SUPPORTO DEL PATRIMONIO ARTISTICO

ART BONUS - IL PERIMETRO DELLE AGEVOLAZIONI - BENEFICI E CRITICHE

L'agevolazione fiscale che consente di sostenere il mecenatismo culturale in Italia è senza dubbio l'Art Bonus, che sin dalla sua introduzione con Decreto Legge n. 83 del 2014 ha incentivato la partecipazione dei privati nel sostenere il patrimonio culturale pubblico.

È stato stimato che, ad oggi, grazie ad oltre 26.000 mecenati, siano stati raccolti circa 650 milioni di euro che hanno contribuito al finanziamento di circa 5.000 interventi in tutta Italia.

Tra i maggiori interventi finanziati figurano quelli a favore dell'Arena di Verona, del Teatro alla Scala di Milano, del Teatro Regio di Parma, del Museo Egizio di Torino, del Teatro Donizetti di Bergamo, delle Mura urbane di Lucca.

Le agevolazioni fiscali dell'Art Bonus spettano sia a persone fisiche che a società (seppur con importi diversi).

L'agevolazione si sostanzia in un credito d'imposta del 65%, di cui si può usufruire anche in caso di assenza di reddito imponibile ripartito in tre quote annue.

L'Art Bonus ha, tuttavia, delle **limitazioni** circa:

i. **lo scopo:** le donazioni che danno diritto all'agevolazione fiscale devono essere riferite a specifiche tipologie di interventi essenzialmente diretti a progetti riguardanti beni culturali pubblici (essenzialmente finalizzate alla manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici o di istituti e luoghi della cultura di appartenenza pubblica, fondazioni lirico-sinfoniche, istituzioni concertistico-orchestrali, teatri nazionali, etc.). La legge ha esteso l'applicazione anche alla manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici anche se destinati a soggetti concessionari o affidatari dei beni oggetto degli interventi. A seguito della pandemia, vi è stata un'apertura nei confronti di complessi strumentali, società concertistiche e corali, circhi e spettacoli viaggianti. Di conseguenza, **l'Art Bonus non può essere applicato alle erogazioni liberali effettuate a favore di beni culturali appartenenti a persone giuridiche private senza fine di lucro, ivi compresi gli enti ecclesiastici civilmente riconosciuti (con alcune eccezioni)**;

ii. **l'importo:** per le persone fisiche ed enti che non svolgono attività commerciale (dipendenti, pensionati, professionisti), il credito d'imposta è riconosciuto nel limite del 15% del reddito imponibile; per i soggetti titolari di reddito d'impresa (società e ditte individuali) ed enti non commerciali che esercitano anche attività commerciale il credito d'imposta è invece riconosciuto nel limite del 5 per mille dei ricavi annui.

Se da un lato, l'Art Bonus consente e ha consentito una partecipazione importante da parte dei privati al risanamento del patrimonio culturale pubblico e attribuisce dei benefici più significativi in termini numerici rispetto alle erogazioni liberali antecedenti, dall'altro ha creato una discriminazione circa i beni oggetto del beneficio.

Sono escluse, infatti:

- le erogazioni liberali effettuate per l'acquisto di beni culturali, nonché
- quelle disposte in favore di beni culturali di proprietà privata, compresi quelli appartenenti ad enti ecclesiastici civilmente riconosciuti.

PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO

Una proposta per la modifica/miglioramento della normativa sarebbe quella, pur con le cautele e l'implementazione dei controlli necessari, di ampliare l'oggetto dell'Art Bonus estendendolo anche **ai beni culturali privati**, introducendo delle condizioni (ad esempio, la necessità di un vincolo e l'apertura al pubblico, con iscrizione in un'apposita anagrafe), dando risalto alla destinazione di utilizzo pubblico del bene, anziché a quello del soggetto di appartenenza dello stesso.

Si potrebbe anche suggerire un innalzamento della soglia della percentuale del credito d'imposta (quanto meno per le imprese, ove attualmente si attesta al 5 per mille dei ricavi annui per le imprese).

È stato anche sottolineato da alcuni commentatori come dell'Art Bonus non possano avvantaggiarsi i contribuenti titolari unicamente di redditi soggetti a imposte sostitutive o a ritenuta a titolo d'imposta o a cedolare secca. A questo fine, si potrebbe prevedere la possibilità di cedere il credito d'imposta.

Si è anche prospettato di riconoscere il credito d'imposta anche all'arte contemporanea, ad esempio per il sostegno dell'attività di giovani artisti italiani.

ALTRE AGEVOLAZIONI E BENEFICI FISCALI PER IL SETTORE ARTISTICO/CULTURALE

La normativa fiscale riconosce altre forme di agevolazione fiscale nei confronti dei contribuenti, quali:

- **per le persone fisiche, la detrazione del 19%** per *le erogazioni liberali in denaro a* ***favore dello Stato, delle regioni, degli enti locali territoriali, di enti o istituzioni pubbliche, di comitati organizzatori appositamente istituiti con decreto del Ministro per i beni culturali e ambientali, di fondazioni e associazioni legalmente riconosciute senza scopo di lucro****, che svolgono o promuovono attività di studio, di ricerca e di documentazione di rilevante valore culturale e artistico o che organizzano e realizzano attività culturali, effettuate in base ad apposita convenzione, per l'acquisto, la manutenzione, la protezione o il restauro delle cose indicate nell'articolo 1 della legge 1 giugno 1939, n. 1089, e nel decreto del Presidente della*

Repubblica 30 settembre 1963, n. 1409, ivi comprese le erogazioni effettuate per l'organizzazione in Italia e all'estero di mostre e di esposizioni di rilevante interesse scientifico-culturale delle cose anzidette, e per gli studi e le ricerche eventualmente a tal fine necessari, nonché per ogni altra manifestazione di rilevante interesse scientifico- culturale anche ai fini didattico-promozionali, ivi compresi gli studi, le ricerche, la documentazione e la catalogazione, e le pubblicazioni relative ai beni culturali (art. 15, lettera h del TUIR);

- **per le imprese**, la legge così detta sul Mecenatismo Culturale che prevede la totale deducibilità dal reddito imponibile delle *"erogazioni liberali in denaro a favore dello Stato, delle regioni, degli enti locali territoriali, di enti o istituzioni pubbliche, di fondazioni e di associazioni legalmente riconosciute, per lo svolgimento dei loro compiti istituzionali e per la realizzazione di programmi culturali nei settori dei beni culturali e dello spettacolo"* (art. 100, comma 2, lettera m) del TUIR). I soggetti e le categorie di soggetti che possono beneficiare delle predette erogazioni liberali sono individuati con decreto del Ministro per i beni e le attività culturali sentita la Conferenza unificata. Il beneficio è soggetto, tuttavia, ad un tetto, che una volta superato impone ai singoli soggetti beneficiari che abbiano ricevuto somme di importo maggiore della quota assegnata dal Ministero per i beni e le attività culturali di riversare allo Stato un importo pari al 37% della differenza;
- **sempre per le imprese**, *sono interamente deducibili le erogazioni liberali in denaro a favore dello Stato, di enti o istituzioni pubbliche, di fondazioni e di associazioni legalmente riconosciute che senza scopo di lucro svolgono o promuovono attività di studio, di ricerca e di documentazione di rilevante valore culturale e artistico, effettuate per l'acquisto, la manutenzione, la protezione o il restauro delle cose indicate nell'articolo 2 del decreto legislativo 29 ottobre 1999, n. 490, e nel decreto del Presidente della Repubblica 30 settembre 1963, n. 1409, ivi comprese le erogazioni effettuate per l'organizzazione di mostre e di esposizioni, che siano di rilevante interesse scientifico o culturale, delle cose anzidette, e per gli studi e le ricerche eventualmente a tal fine necessari. Le mostre, le esposizioni, gli studi e le ricerche devono essere autorizzati, previo parere del competente comitato di settore del Consiglio nazionale per i beni culturali e ambientali, dal Ministero per i beni e le attività culturali, che dovrà approvare la previsione di spesa ed il conto consuntivo* (art. 100, 2 comma, lettera f) del TUIR);
- e ancora, per le imprese, sono deducibili le erogazioni liberali in denaro, per importo non superiore al 2% del reddito d'impresa dichiarato, a favore di enti o istituzioni pubbliche, fondazioni e associazioni legalmente riconosciute che senza scopo di lucro svolgono esclusivamente attività nello spettacolo, **effettuate per la realizzazione di nuove strutture, per il restauro ed il potenziamento delle strutture esistenti, nonché per la produzione nei vari settori dello spettacolo** (art. 100, comma 2, lettera g) del TUIR).

PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO

Pur essendo finalizzate a garantire benefici fiscali ai contribuenti, le norme sopra menzionate sono il risultato di una stratificazione normativa, talvolta di difficile lettura e implementazione. Inoltre, i benefici sono essenzialmente legati a progetti di natura istituzionale e pubblica, slegata dall'attività svolta dai privati.

In prospettiva futura, si potrebbe suggerire di fornire un assetto più coeso e chiaro ai benefici per erogazioni nel settore culturale, artistico e dello spettacolo, rendendo più fruibile la loro comprensione e definito il relativo perimetro.

Questa tipologia di incentivi necessita, infatti, di una maggiore conoscenza e "pubblicità" da parte dello Stato.

IL MECENATISMO (NON FILANTROPICO) D'IMPRESA PER LE INIZIATIVE CULTURALI DEI PRIVATI E FISCALITÀ: FIGLIO DI UN DIO MINORE?

Come evidenziato in precedenza, ogni tipologia di erogazione e contributo finalizzato a scopi privati (salvo qualche eccezione) sfugge da qualsiasi beneficio di carattere fiscale. Di conseguenza si genera una netta preferenza per il contributo ad opere aventi natura "pubblica" ed un divario con le iniziative di carattere privato che vengono necessariamente penalizzate.

Si ritiene che detta disparità di trattamento dovrebbe essere eliminata, almeno parzialmente, in quanto anche gli stessi privati dovrebbero avere la possibilità di poter ottenere contributi destinati a sostenere progetti culturali allo scopo di valorizzare altre tipologie di beni, diversi da quelle indicati nelle norme del TUIR o dalla normativa in materia di Art Bonus.

SPONSORIZZAZIONI

Il nostro ordinamento non prevede alcuna agevolazione fiscale per le sponsorizzazioni di natura culturale, limitandosi a garantire benefici unicamente alle erogazioni liberali. Le spese per sponsorizzazioni sono caratterizzate dall'esistenza di un rapporto sinallagmatico in base al quale:

- lo sponsor si obbliga ad una prestazione in denaro o in natura;
- il soggetto sponsorizzato si obbliga a pubblicizzare e propagandare il prodotto, i servizi, il marchio e l'attività svolta dallo sponsor.

Le criticità sotto il profilo fiscale nascono perché le spese possono avere natura di **pubblicità (con conseguente intera deduzione nell'anno di sostenimento) deduzione e propaganda oppure di rappresentanza (con limitazione della deducibilità)**.

Poiché la sponsorizzazione culturale sarebbe una opportunità per incrementare le attività (anche sotto il profilo filantropico, tramite il ritorno di immagine dell'azienda erogante), è evidente che una maggiore attenzione del legislatore sul punto, con chiarezza (e maggiori agevolazioni) in termini di deducibilità dal reddito sarebbe auspicabile.

LE PROPOSTE PER I POSSIBILI INCENTIVI FISCALI A FAVORE DEL "CORPORATE HERITAGE"

La legislazione fiscale attuale non presta alcuna specifica attenzione, garantendo benefici, ai contribuenti che vogliano creare un archivio, finalizzato a tutelare il patrimonio culturale d'impresa.

Si potrebbe "riesumare" a questo fine, una legge del 1986 (la legge 253) che è stata abrogata dal D.Lgs. 29 ottobre 1999, n. 490, la quale stabiliva che i privati e gli enti di diritto privato che erano proprietari, possessori o detentori di archivi dichiarati di notevole interesse storico potevano ottenere dal Ministero per i beni culturali e ambientali dei contributi per la conservazione, inventariazione e valorizzazione dei loro archivi.

In alternativa, dovrebbe essere chiarito che i costi sostenuti per la creazione e la conservazione dell'archivio, come patrimonio culturale d'impresa, siano considerati interamente deducibili secondo il principio di inerenza.

IL PATRIMONIO CULTURALE AZIENDALE: LA LETTERATURA SULL'INDUSTRIAL CULTURAL HERITAGE[1]

Ogni impresa va contestualizzata nell'ambito del territorio che l'ha vista nascere, crescere ed evolversi in quanto è il territorio stesso che costituisce la somma della peculiare impronta culturale e valoriale dell'imprenditoria che lo caratterizza. Secondo quest'ottica, i musei d'impresa da un lato valorizzano l'impresa stessa, dall'altra concorrono alla creazione di nuovi elementi di diversificazione e ampliamento dell'offerta culturale e turistica dei territori, implementando il loro posizionamento strategico sia in ambito nazionale che internazionale.

Si sta sempre più affermando la consapevolezza che le azioni imprenditoriali che promuovono la cultura accrescono la competitività dell'impresa nel mercato e la competitività del territorio nel quale l'impresa si trova (Comunian, 2010). Se l'impresa non è un'organizzazione culturale in senso canonico, attraverso questo approccio non convenzionale è in grado di portare la cultura nel suo business e agire come soggetto culturale oltre che come soggetto economico (Cousserand, 2009). In questa prospettiva si sviluppano le operazioni di "patrimonializzazione culturale" intorno e sull'impresa. Queste operazioni coprono un vasto panorama di interventi che va dalla semplice misura di salvaguardia e di conservazione di elementi o strumenti antichi all'attuazione di veri e propri progetti museali, fino all'invenzione di spazi ibridi nei quali l'esposizione del patrimonio culturale aziendale si intreccia con i processi di produzione e di vendita (Bouzon, 2011). Un elemento centrale – anche se non esclusivo, nella valorizzazione dell'*heritage* aziendale, nonché dell'identità e della cultura d'impresa è la longevità (Castellani e Rossato, 2015). Un'impresa longeva è un'impresa che appartiene alla storia ed è destinata a

1. Fonte: "Industrial Heritage: le competenze manageriali per l'*industrial cultural heritage & brand identity*", Fondirigenti e CONFORM

rimanere nella storia, nella memoria, a diventare patrimonio comune (Brunetti, 2007). I musei d'impresa sono potenti strumenti manageriali per formare l'identità e l'immagine di un'impresa (Nissley e Casey, 2002). Il destinatario accoglie e recepisce il messaggio che l'impresa vuole trasmettere in un ambiente che le permette di codificare e decodificare i messaggi in condizioni di minimo rumore (Gilodi, 2002) ed avendo un coinvolgimento emozionale che abbatte le barriere critiche e suscita interesse e attenzione per il patrimonio esposto (Montella, 2010). Questi luoghi comunicano non solo l'impresa per quello che è, ma anche quello che l'impresa vuole trasmettere di sé stessa e quello che vorrebbe che il pubblico ricordi; l'impresa si presenta, mette in scena l'atto di produzione, attira l'attenzione su di sé, sulla sua identità, sui suoi meriti e valori. Così facendo viene "dimenticata" la funzione economica e commerciale per far sì che l'impresa la assolva successivamente in modo migliore, rappresentando al meglio il suo *know-how*, i suoi prodotti e servizi e il suo essere vicina al territorio (Gilodi, 2002; Cousserand, 2009). La *corporate image* è, infatti, strettamente collegata alla *corporate identity* e *reputation* e al *corporate brand*; proprio per questo è significativo che la maggior parte dei musei siano collocati all'interno o vicino agli stabilimenti produttivi e che acquisiscano il nome e/o il logo dell'azienda (Montella, 2010). I musei d'impresa si prestano quindi a valorizzare il patrimonio culturale di un territorio, diventando strumenti di memoria culturale collettiva. Sono, infatti, strumenti complementari ai musei tradizionali che, pur nascendo da una spinta imprenditoriale, fanno cultura testimoniando il progresso culturale ed economico di un territorio (Sturken, 1997).

LA DIGITALIZZAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO D'IMPRESA: IL PROCESSO DI DIGITALIZZAZIONE PRIMA E DOPO LA PANDEMIA

L'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali del Politecnico di Milano (che supporta il processo di adozione dell'innovazione digitale nelle istituzioni culturali) nella sua attività di ricerca ha analizzato oltre 400 tra musei, monumenti, aree archeologiche italiane, nonché teatri, e ha rilevato come la componente digitale abbia avuto negli ultimi anni un'accelerazione senza precedenti in quanto durante la pandemia è stato pressoché l'unico veicolo di comunicazione con il pubblico. Tale spinta si evince, ad esempio, facendo riferimento all'attività *social* dei musei: il 76% ha attivato almeno un canale *social media* (Facebook 76%; Instagram 45% con incrementi significativi sull'anno precedente) e l'85% di loro possiede un proprio sito, o dei siti del *network*. Prima della pandemia l'attività digitale riguardava indicativamente una serie di strumenti di supporto che facilitavano e rendevano maggiormente interattiva l'esperienza di visita in presenza, tra cui audioguide (32%), QR-code (31%), installazioni interattive (28%), e permanevano grandi limiti nella creazione e implementazione di reti (il 51% dei musei era senza wi-fi, il 77% era privo di un sistema di *online ticketing* nonostante l'86% dei ricavi derivasse dalla vendita dei biglietti di ingresso). Per necessità durante il *lockdown* l'attenzione si è spostata sull'interazione a distanza che ha generato l'aumento degli utenti delle pagine *social* dei musei (Instagram +7,2%, seguito da Facebook +5,1% e Twitter +2,8% circa). Di conseguenza si è preso coscienza di come tali piattaforme siano passate da strumenti di comunicazione e funzionali alla preparazione alla visita a strumenti di vera e propria erogazione di contenuto. Alla luce di

ciò è essenziale rivedere la strategia di sviluppo delle istituzioni culturali legate al patrimonio storico aziendale verso la creazione di un'offerta dove siano complementari sia la parte *online* sia l'*offline*, senza porle in antagonismo, ma investendo energie e risorse nella creazione di un piano digitale (oggi riguarda solo un 24% dei musei, monumenti e aree archeologiche oggetto di analisi). Restano ancora poco utilizzati gli strumenti in materia di interazione a distanza quali: la vendita di immagini per finalità di ricerca, riproduzione e commerciali (solo il 32% dei casi) o l'offerta di accesso in abbonamento a servizi e formazione fruibile tramite sito e app (solo il 2% dei casi).

HERITAGE AZIENDALE COME VALORE AGGIUNTO E PROVA DI SOLIDITÀ AZIENDALE: BEST PRACTICES

A titolo di esempio, vengono qui presentate alcune *best practice* che si sono distinte per l'innovazione e per il loro importante impatto sul territorio sia a livello regionale sia nazionale.

INTESA SANPAOLO – GALLERIE D'ITALIA

Nome	**Gallerie d'Italia**
Tipologia	Polo museale (sedi museali di Milano, Napoli, Torino, Vicenza)
Destinatari del progetto realizzato	Pubblico di visitatori, *stakeholder* della Banca
Breve descrizione	Nell'ambito del *Progetto Cultura* di Intesa Sanpaolo, alcune tra le più rappresentative sedi direzionali del Gruppo Intesa Sanpaolo, a partire dal 1999, sono state trasformate in sedi museali. Le *Gallerie d'Italia* valorizzano i palazzi storici e le collezioni d'arte appartenenti al Gruppo ISP, garantendone la pubblica fruizione; organizzano originali mostre temporanee in collaborazione con musei di tutto il mondo, propongono iniziative culturali e formative. Particolare attenzione è rivolta alle attività didattiche con le scuole di ogni ordine e grado, e ai progetti di inclusione dedicati ai pubblici svantaggiati
Obiettivo	Garantire la pubblica fruizione e condividere con il pubblico il patrimonio d'arte di proprietà di Intesa Sanpaolo. Contribuire significativamente all'arricchimento delle proposte culturali delle città e dei territori in cui le Gallerie d'Italia si trovano, attraverso mostre e attività di alta qualità scientifica
Soluzione implementata	Alla nascita della prima sede museale di Vicenza, nel 1999, seguono quella di Napoli (2007), Milano (2011-2012) e Torino (2022). Nel 2022 le Gallerie di Napoli sono state inaugurate in una sede rinnovata, trasferendosi da Palazzo Zevallos Stigliano nell'adiacente edificio, sede storica del Banco di Napoli
Profili legali/fiscali (temi risolti, esigenze e aspetti migliorabili)	Non si segnalano specificità legali/fiscali in merito all'operatività sottostante il progetto
Benefici fiscali derivanti dalla partecipazione al progetto (sia lato organizzatore che partecipante) nonché eventuali preclusioni alla spettanza di tali benefici fiscali	L'iniziativa comporta costi di diversa natura, parte dei quali classificati come spese di Rappresentanza e pertanto rientranti nel relativo regime di deducibilità
Modalità di sviluppo (eventuale coinvolgimento di società esterne, partner tecnologici, iniziative co-branding, digitalizzazione/innovazione)	Progetti espositivi e attività culturali sono ideati e realizzati in dialogo con i principali enti culturali e museali pubblici e privati presenti sui territori (Ministero della Cultura e suoi Enti territoriali, istituzioni museali, Enti Locali, Fondazioni di origine bancaria, Università e scuole, centri di ricerca, musei pubblici, privati o ecclesiastici, associazioni e organizzazioni del terzo settore) e con il supporto di professionisti della cultura (storici dell'arte, restauratori, etc.). Importanti anche le collaborazioni con musei e istituzioni pubbliche internazionali
Eventuali enti filantropici/ fondazioni /associazioni italiani o esteri coinvolti nel progetto	Fondazione Cariplo, Fondazione Compagnia di San Paolo, Fondazione 1563 per l'Arte e la Cultura, Fondazione Scuola dei Beni e delle Attività Culturali, oltre a associazioni ed enti onlus varie in relazione ai progetti didattici

Management (breve descrizione delle figure aziendali coinvolte nel processo di ideazione e realizzazione)	Le Gallerie d'Italia sono sotto la responsabilità della Direzione Arte, Cultura e Beni Storici di Intesa Sanpaolo. L'Executive Director della Direzione è anche Direttore delle Gallerie d'Italia, e ciascuna sede museale è presidiata da un Vicedirettore
Impatto interno ed esterno a livello aziendale in termini di immagine (appartenenza, comunicazione, *advocacy* interna, riconoscimenti esterni)	Le Gallerie d'Italia sono considerate il progetto maggiormente iconico di Intesa Sanpaolo e ne consolidano il ruolo di "banca d'impatto". Concorrono ad arricchire l'immagine e l'attrattività culturale e turistica delle città e dei territori in cui si trovano, contribuendo in tal modo anche allo sviluppo sociale ed economico. Sono riconosciute come luoghi di riferimento della vita culturale e sociale delle città in cui operano. Sono riconosciute a livello internazionale come centri d'eccellenza dell'offerta culturale italiana
Beneficio per la collettività	Gallerie d'Italia sono luoghi al servizio della comunità, in grado di offrire concrete opportunità di crescita culturale e inclusione sociale
Risultati conseguiti	Gallerie d'Italia organizzano decine di mostre all'anno visitate da circa 500.000 persone (negli anni pre-pandemia). L'ingresso per i visitatori di età inferiore ai 18 anni, tutte le attività per le scuole (circa 80.000 studenti all'anno prima della pandemia) e per le categorie fragili (circa 6.000 persone all'anno prima della pandemia) sono gratuite
Eventuali *links*/allegati riferiti al progetto	www.gallerieditalia.com

INTESA SANPAOLO – RESTITUZIONI

Nome	**Restituzioni**
Tipologia	Programma di restauri di opere pubbliche o di proprietà ecclesiastica di cui è garantita la pubblica fruizione
Destinatari del progetto realizzato	Enti proprietari dei beni storico-artistici restaurati di tutte le Regioni italiane (musei pubblici/privati/ecclesiastici, chiese e luoghi di culto, siti archeologici etc.) e relative comunità di riferimento
Breve descrizione	Avviato nel 1989, è un programma biennale di restauri dedicato al patrimonio architettonico e storico-artistico nazionale, curato e gestito dalla Banca in collaborazione con il Ministero della Cultura e i suoi organi territoriali (Soprintendenze, Direzioni Regionali Musei, Musei autonomi). L'intento di contribuire alla definizione di uno strumento efficace nel far fronte alle esigenze del patrimonio artistico ha portato alla definizione di un *modus agendi* ad oggi invariato per ciascuna edizione: • gli organismi ministeriali sono invitati da Intesa Sanpaolo a sottoporre ad un comitato scientifico coordinato dalla Banca, una lista di opere bisognose di restauro; • la scelta definitiva viene compiuta privilegiando l'effettiva necessità del restauro, la qualità dei progetti di intervento, insieme alla volontà di rappresentare la varietà del patrimonio italiano, sia in termini cronologici, sia in termini di materiali e tecniche utilizzati, cosicché capolavori e artisti più celebri si affiancano alle opere anonime o meno note, purché significative per i territori di appartenenza (centri maggiori ma anche centri minori e borghi); • Intesa Sanpaolo incarica i restauratori, individuati dagli Enti pubblici; • prima del definitivo ritorno di ciascun manufatto alla propria sede di appartenenza, Intesa Sanpaolo organizza la mostra conclusiva delle opere restaurate, che porta all'attenzione del pubblico gli esiti degli interventi conservativi; • tutti gli interventi, compresi quelli su opere monumentali, sono testimoniati attraverso cataloghi, cartacei e digitali e sul sito web www.restituzioni.com, dove sono pubblicati gli approfondimenti storico-artistici e le relazioni di restauro, insieme ai filmati delle fasi salienti dei restauri di un'ampia selezione di opere
Obiettivo	Proficua collaborazione tra *pubblico* e *privato*, il programma *Restituzioni*, nell'ambito del *Progetto Cultura* della Banca, contribuisce alla salvaguardia e alla valorizzazione del patrimonio storico-artistico del Paese, al fianco delle istituzioni pubbliche; contribuisce al recupero di opere identitarie per il Paese, in particolare per piccoli centri e borghi distribuiti su tutto il territorio nazionale

Soluzione implementata	Dal 1989 ad oggi sono state organizzate 19 edizioni del programma. Nato in Veneto e inizialmente dedicato a quella sola Regione, *Restituzioni* ha ampliato i propri territori di riferimento di pari passo con la crescita di Intesa Sanpaolo, sino a raggiungere l'intero territorio nazionale, oltre ad alcune realtà territoriali europee dove è presente il Gruppo. Se la prima edizione, nel 1989 riguardò 10 opere restaurate e vide la collaborazione di 3 Soprintendenze venete, la mostra conclusiva della XIX edizione di *Restituzioni* – aperta da aprile a settembre 2022 presso la rinnovata sede museale delle Gallerie d'Italia di Napoli – ha presentato al pubblico 87 nuclei di opere per un totale di 231 manufatti restaurati, grazie alla collaborazione con 54 enti ministeriali preposti alla tutela (Soprintendenze, Direzioni Regionali Musei e Musei autonomi) e 81 Enti proprietari (tra siti archeologici, musei pubblici e diocesani, chiese e luoghi di culto) di tutta Italia. Sono stati coinvolti 74 qualificati laboratori di restauro e decine di *conservation scientist* impegnati nella diagnostica, oltre all'Opificio delle Pietre Dure di Firenze, l'Istituto Centrale per il Restauro di Roma e il Centro Conservazione e Restauro "La Venaria Reale". 201 gli autori del catalogo scientifico
Profili legali/fiscali (temi risolti, esigenze e aspetti migliorabili)	Non si segnalano specificità legali/fiscali in merito all'operatività sottostante il progetto
Benefici fiscali derivanti dalla partecipazione al progetto (sia lato organizzatore che partecipante) nonché eventuali preclusioni alla spettanza di tali benefici fiscali	L'iniziativa comporta costi di diversa natura, parte dei quali classificati come spese di Rappresentanza e pertanto rientranti nel relativo regime di deducibilità
Modalità di sviluppo (eventuali coinvolgimento di società esterne, partner tecnologici, iniziative co-branding, digitalizzazione/innovazione)	Le campagne di restauro sono realizzate in stretta collaborazione con gli Enti ministeriali preposti alla tutela del patrimonio archeologico, storico-artistico e architettonico (Soprintendenze, Direzioni Regionali Musei e Musei autonomi) e coinvolgono restauratori, *conservation scientist* (per la diagnostica), storici dell'arte impegnati nel restauro e nello studio delle opere. Le mostre conclusive di ciascuna edizione coinvolgono professionisti esterni (architetti, grafici, trasportatori, video maker, fotografi, etc.). I cataloghi, oggi pubblicati dalla Edizioni Gallerie d'Italia | Skira, raccolgono le schede storico artistiche e le relazioni di restauro redatte da storici dell'arte e restauratori coinvolti
Eventuali enti filantropici/ fondazioni /associazioni italiani o esteri coinvolti nel progetto	La XV edizione (2011) ha visto la collaborazione di ARPAI-Associazione per il Restauro del Patrimonio Artistico Italiano nel sostegno al restauro del Tabernacolo dei Linaioli del Beato Angelico
Management (breve descrizione delle figure aziendali coinvolte nel processo di ideazione e realizzazione)	Il progetto è curato e gestito dalla Direzione Arte, Cultura e Beni Storici di Intesa Sanpaolo
Impatto interno ed esterno a livello aziendale in termini di immagine (appartenenza, comunicazione, *advocacy* interna, riconoscimenti esterni)	Positivo impatto reputazionale: riconoscimento dell'impegno della Banca nella salvaguardia del patrimonio d'arte come fattore identitario e nella valorizzazione delle specificità culturali dei diversi territori del Paese; Restituzioni è considerato un importante programma di restauri, esemplare forma di sinergia tra pubblico e privato avviato con lungimiranza più di 30 anni fa
Beneficio per la collettività	Tutela del patrimonio culturale come bene comune dotato di forte valenza identitaria. Implica un importante indotto per il comparto d'eccellenza del restauro
Risultati conseguiti	In 19 edizioni, oltre 2.000 opere d'arte mobili e 19 opere monumentali del patrimonio pubblico restaurate e "restituite" alla comunità
Eventuali *links*/allegati riferiti al progetto	www.restituzioni.com

BORSA ITALIANA – RIVELAZIONI – FINANCE FOR ARTS

Nome	Rivelazioni – Finance for Arts
Tipologia	*Fundraising*
Destinatari del progetto realizzato	Musei Statali Italiani
Breve descrizione	Finanziamento diretto per il restauro di opere d'arte e creazione di un *network* fra aziende quotate o quotande e musei statati italiani volto a promuovere il restauro di opere custodite in tali musei
Obiettivo	Restituire opere d'arte alla piena fruizione del pubblico e conservazione
Soluzione implementata	Dal 2014 Borsa Italiana ha sviluppato un forte legame con i musei italiani proponendo l'adozione di opere il cui restauro era necessario. Oltre trenta opere sono già state recuperate, affiancando la Pinacoteca di Brera, le Gallerie dell'Accademia di Venezia, il Museo e Real Bosco di Capodimonte di Napoli, il Palazzo Reale, Galleria Nazionale di Palazzo Spinola di Genova, i Musei Reali di Torino e la Galleria di Arte Moderna di Milano
Profili legali/fiscali (temi risolti, esigenze e aspetti migliorabili)	Art Bonus
Benefici fiscali derivanti dalla partecipazione al progetto (sia lato organizzatore che partecipante) nonché eventuali preclusioni alla spettanza di tali benefici fiscali	No
Modalità di sviluppo (eventuali coinvolgimento di società esterne, partner tecnologici, iniziative co-branding, digitalizzazione/innovazione)	Musei, MIBACT, Apice logistic partner
Eventuali enti filantropici/ fondazioni /associazioni italiani o esteri coinvolti nel progetto	Comitato Italiano per Venezia
Management (breve descrizione delle figure aziendali coinvolte nel processo di ideazione e realizzazione)	Team di comunicazione, *client facing teams*, *property management*
Impatto interno ed esterno a livello aziendale in termini di immagine (appartenenza, comunicazione, advocacy interna, riconoscimenti esterni)	Comunicazione, coinvolgimento e sensibilizzazione di aziende, grandi e medio-piccole in attività di mecenatismo. Il progetto ha vinto il Corporate Art Award nel 2017 Premio Cultura + Impresa 2018 Mecenati del XXI secolo 2018
Beneficio per la collettività	Raccolta fondi destinati al restauro
Risultati conseguiti	5 edizioni svolte con il restauro di numerose opere d'arte a Milano, Venezia, Napoli, Genova, Torino
Eventuali *links*/allegati riferiti al progetto	Borsa di Milano: History Tour di Borsa Italiana - Borsa Italiana

2. LA FILANTROPIA: CONFRONTO E SPUNTI DI RIFLESSIONE TRA STATI UNITI E ITALIA

L'inasprimento della crisi economica globale accompagnato dalle tensioni geopolitiche intercontinentali sta mettendo a dura prova il già precario equilibrio sul quale si reggono i sistemi governativi di molti Paesi del mondo. A risentire di questa crisi è indubbiamente anche il sistema *welfare* dei singoli Stati che, privato delle proprie risorse, cerca fonti alternative per continuare a svolgere la propria funzione. Analizzando le legislazioni oltreoceano e più nel dettaglio il sistema statunitense, è evidente come la filantropia rappresenti un settore a cui guardare con interesse. Attraverso l'attività filantropica, infatti, possono essere recuperate risorse e attivate energie della società civile finora non utilizzate, raggiungendo risultati importanti per l'intera collettività. Per fare questo, tuttavia, occorre prendere come esempio l'ordinamento che maggiormente ha sviluppato, in vari modi, il settore filantropico traendone importanti vantaggi.

LA FILANTROPIA NEGLI STATI UNITI

Con un ammontare di circa 485 miliardi di dollari di donazioni totali effettuate durante il 2021[2], gli Stati Uniti rappresentano il paese che dona di più al mondo. In particolare, il mondo della filantropia negli Stati Uniti costituisce un vero e proprio modello di *business* che si affianca e spesso si sostituisce allo Stato nella determinazione di politiche sociali e di ricerca, sopperendo così a *budget* pubblici che in anni di gravi *deficit* federali e locali minacciano di diventare sempre più stringati. La filantropia negli Stati Uniti è l'espressione diretta di un atteggiamento culturale che vede il "*give back*", ovvero la restituzione alla collettività di quanto ricevuto, come un dovere civico. Un ruolo centrale per lo sviluppo di questo ambito è costituito dai numerosi incentivi fiscali particolarmente favorevoli che di seguito andremo a descrivere.

i. Benefici fiscali per chi dona

Le persone fisiche che effettuano erogazioni liberali in denaro a favore di enti filantropici hanno diritto ad una serie di agevolazioni fiscali fino al 60% del reddito imponibile netto, c.d. *"adjusted gross income"*, senza alcun limite legato all'ammontare delle donazioni elargite, come è previsto invece dall'ordinamento italiano.

In particolare, la deduzione fiscale spettante varia a seconda dello status del beneficiario e del tipo di proprietà conferita.

In generale, le persone fisiche possono dedurre i contributi effettuati verso enti di beneficenza pubblici e governativi fino a un limite del 50% del reddito imponibile netto e dedurre i contributi verso altri enti di beneficenza qualificati fino a un limite del 30% del reddito. Il limite percentuale

2. Giving USA 2022: The Annual Report on Philanthropy for the Year 2021

per i contributi in denaro a enti di beneficenza pubblici ed a determinate altre organizzazioni è aumentato al 60% del reddito imponibile netto per i periodi d'imposta che iniziano dopo il 31 dicembre 2017 e prima del 1° gennaio 2026.

Tuttavia, al fine di favorire le erogazioni, i contributi eccedenti tali limitazioni possono essere riportati, e pertanto dedotti, nei 5 anni imponibili successivi.

Regole speciali si applicano ai contributi di alcuni tipi di beni, tra cui beni strumentali, beni personali tangibili, alcuni beni immateriali e beni utilizzati per la ricerca scientifica.

La deduzione può subire un'ulteriore limitazione pari al 50, 30 o 20% del reddito imponibile netto, a seconda del tipo di donazione effettuata e del tipo di organizzazione a cui è destinata. Ad esempio:

- il limite del 50% si applica ai contributi in denaro in favore delle organizzazioni c.d. qualificate;
- il limite del 30% si applica ai contributi in denaro in favore delle fondazioni private non operative, o alle plusvalenze da *capital gain* valorizzate al *fair market value*;
- il limite del 20% si applica ai conferimenti non in denaro effettuate alle fondazioni qualificate[3].

Tuttavia, per usufruire di tali agevolazioni fiscali la persona fisica deve assicurarsi che la fondazione sia qualificata, ossia iscritta nei registri dell'*Internal Revenue Service*.

Anche le società possono beneficiare di una serie di agevolazioni per le erogazioni liberali effettuate a favore di enti di beneficenza pubblici organizzati e gestiti per i seguenti scopi: religiosi, caritatevoli, scientifici, letterari, educativi, di promozione di competizioni sportive dilettantistiche nazionali o internazionali, o di prevenzione della crudeltà verso i bambini o gli animali.

In particolare, le società possono generalmente dedurre le erogazioni liberali effettuate fino al 10% del loro reddito imponibile. I contributi in eccesso possono essere riportati, e pertanto dedotti, nei 5 anni imponibili successivi (IRC § 170(d)(2); Treas. Reg. § 1.170A-11(c)).

Norme speciali si applicano ai contributi di alcuni tipi di beni strumentali, beni personali tangibili, inventario e beni utilizzati per la ricerca scientifica (IRC § 170(e)).

Tuttavia, per beneficiare delle agevolazioni fiscali è necessario che l'organizzazione sia creata o organizzata secondo il diritto nazionale statunitense e che sia costituita come società, trust, cassa comunitaria, fondo o fondazione. Inoltre, l'organizzazione non può permettere che i suoi guadagni vadano a beneficio di un privato o di un azionista e non può tentare di influenzare la legislazione o partecipare o intervenire in campagne politiche.

3. Publication 526 Cat. No. 15050A Charitable Contributions For use in preparing 2021 Returns)

ii. L'utilizzo dei c.d. "*donor advised funds*"

In tale contesto, le grandi famiglie americane sono solite avvalersi dei c.d. "*donor-advised funds*", DAF, quale strumento più flessibile e meno oneroso rispetto alle fondazioni. Più nel dettaglio, i *donor-advised funds* sono fondi nominativi gestiti da una fondazione di intermediazione (c.d. fondazione ombrello) che destinano le risorse raccolte ad attività filantropiche che possono essere decise dal donatore stesso.

Proprio al riguardo, i *donor-advised funds* sono costantemente al centro di dibattiti politici, in quanto, in alcuni casi eccezionali, i donatori beneficiano della deduzione fiscale senza che tali enti abbiano effettivamente destinato le somme ricevute a finalità filantropiche o, in altri casi, sempre eccezionali, tali enti destinano le somme ad associazioni che promuovono l'ostilità contro le persone.

iii. Trattamento fiscale delle fondazioni americane

Alle fondazioni americane trova applicazione la disciplina prevista dall'*Internal Revenue Code* alla Sezione 501 (c) (3).

In particolare trust, casse comunitarie, fondi e fondazioni che sono organizzati e gestiti esclusivamente per uno o più dei seguenti scopi religiosi, caritatevoli, scientifici, letterari, educativi, di promozione di competizioni sportive amatoriali nazionali o internazionali, o di prevenzione della crudeltà verso i bambini o gli animali possono beneficiare di un'esenzione dall'imposta federale sul reddito degli Stati Uniti, a patto che siano rispettati gli obblighi di rendicontazione, i limiti nella retribuzione dei dipendenti e nelle entrate da attività commerciali.

Inoltre, ai fini dell'esenzione nessuno dei guadagni ottenuti dalla fondazione può andare a beneficio di azionisti privati o individui e l'organizzazione non può tentare di influenzare la legislazione come parte sostanziale delle sue attività né può partecipare ad alcuna campagna elettorale a favore o contro candidati politici.

IL CONFRONTO CON LA FILANTROPIA ITALIANA

Diversa è la situazione in Italia dove, nel 2021, l'ammontare delle donazioni effettuate dagli italiani risultava pari a circa 8 miliardi di euro[4]. Numeri sicuramente non paragonabili a quelli statunitensi per ovvie ragioni, sebbene l'Italia si collochi al terzo posto in Europa per ammontare di erogazioni liberali elargite. Sul punto occorre precisare, inoltre, che nel modello italiano, a differenza di quello statunitense, la filantropia coopera con lo Stato, senza sostituirsi mai a quest'ultimo, per garantire coesione sociale e soddisfare i bisogni della comunità e delle classi sociali più fragili.

In questo ambito, il Legislatore, riconoscendo l'importanza chiave della filantropia in Italia,

4. Granter - Lo stato della filantropia in Italia - Edizione 2021

ha avviato una riforma del Terzo settore che, tra i numerosi cambiamenti e novità, ha portato finalmente al riconoscimento formale e giuridico degli enti filantropici.

In particolare, gli enti filantropici sono enti, costituiti sottoforma di associazione riconosciuta o di fondazione, che hanno la finalità di erogare denaro, beni o servizi, anche di investimento, a sostegno di categorie di persone svantaggiate o di attività di interesse generale. L'ente filantropico, così come delineato dal legislatore italiano, ha per certi versi finalità similari a quelle previste per i *donor-advised funds*, ossia intermediari filantropici che utilizzano le loro risorse economiche, derivanti dai sostenitori, reindirizzandole verso il bene comune per la realizzazione di finalità solidaristiche e di utilità sociale.

Da un punto di vista civilistico, tali enti hanno l'obbligo iscriversi al registro unico del Terzo settore, c.d. RUNTS (Registro Unico Nazionale del Terzo Settore). Gli ETS sono tenuti a costituirsi, mediante atto pubblico, con un patrimonio minimo rispettivamente pari a euro 30.000 per le fondazioni ed euro 15.000 per le associazioni. Le successive risorse economiche da destinare alle attività benefiche dovranno derivare principalmente da contributi pubblici e privati, donazioni e lasciti testamentari, rendite patrimoniali ed attività di raccolta fondi.

Inoltre, gli enti filantropici, a differenza dei *donor-advised funds*, sono soggetti ad un serie di obblighi che garantiscono, nei confronti di terzi, trasparenza nell'operato, nella gestione e nella destinazione delle risorse raccolte. In particolare, in prima battuta, gli atti costitutivi degli enti filantropici dovranno indicare i principi ai quali essi devono attenersi in merito alla gestione del patrimonio, alla raccolta di fondi e delle risorse in genere, alla destinazione, alle modalità di erogazione di denaro, beni o servizi e alle attività di investimento a sostegno degli enti di Terzo settore. In secondo luogo, gli enti filantropici sono obbligati a redigere il bilancio sociale e ad indicare l'elenco e gli importi delle erogazioni deliberate ed effettuate nel corso dell'esercizio, con l'indicazione dei beneficiari diversi dalle persone fisiche.

i. Benefici fiscali per chi dona

Sotto un profilo fiscale anche l'ordinamento italiano prevede una serie agevolazioni per chi dona. Più nel dettaglio, le erogazioni liberali effettuate dai contribuenti "persone fisiche" possono beneficiare di una deduzione dal reddito o di una detrazione dell'imposta, con modalità e condizioni differenti. Il legislatore, infatti, lascia al soggetto la possibilità di scegliere tra detrazione e deduzione d'imposta al fine della massimizzazione il risparmio fiscale.

Nel caso in cui il donatore opti per la detrazione dall'imposta della donazione effettuata all'ETS (in denaro o in natura), tale detrazione ammonta al 30% dell'importo della donazione stessa, incrementata al 35% nei casi in cui la donazione sia effettuata a favore di una organizzazione di volontariato (ODV). Tuttavia, è previsto un limite massimo ai fini della detrazione, in quanto la donazione fiscalmente riconosciuta non può superare i 30.000 euro annui.

In tutti i casi in cui l'erogazione liberale avvenga in denaro, ai fini della possibilità di detrarre la spesa, la donazione dovrà essere effettuata tramite sistemi che ne accertino la tracciabilità (bonifico bancario/postale, carte di credito/debito, assegni bancari/postali, ecc.).

Nel caso in cui, invece, il donatore opti per la deducibilità della donazione effettuata all'ETS (in

denaro o in natura), l'importo deducibile dal reddito complessivo netto sarà, al massimo, pari al 10% del reddito complessivo lordo dichiarato. Laddove, la donazione non trovi adeguata capienza di importo per la presenza di altre deduzioni spettanti, è possibile riportare l'eccedenza in deduzione nei successivi quattro anni.

Tali benefici non possono essere cumulati né tra di loro né con altre agevolazioni che si riferiscano alle stesse erogazioni.

Per le erogazioni liberali effettuate dai soggetti titolari del reddito d'impresa è prevista la deduzione dal reddito complessivo, al netto della stessa erogazione liberale deducibile, nei limiti del 10% del reddito imponibile dichiarato.

Dal punto di vista delle imposte indirette, invece, è prevista l'esenzione dalle imposte sulle successioni e donazioni per trasferimenti a titolo gratuito effettuati a favore di determinati enti filantropici.

Nei casi in cui la donazione avvenga in natura, ai fini della determinazione dell'ammontare della detrazione o della deduzione spettante, bisogna prendere in considerazione il valore normale del bene oggetto di donazione, ai sensi dell'art. 9 del TUIR. In tal senso, per valore normale si intende il prezzo o corrispettivo mediamente praticato per **(i)** i beni e i servizi similari, **(ii)** in condizioni di libera concorrenza e al medesimo stadio di commercializzazione e **(iii)** nel tempo e nel luogo in cui i beni o servizi sono stati acquisiti o prestati.

Quanto fino ad ora esposto fa riferimento alle donazioni effettuate nei riguardi di enti filantropici italiani da soggetti residenti fiscalmente in Italia. Tuttavia, negli ultimi anni nella società moderna sta assumendo un ruolo sempre maggiore il fenomeno delle donazioni c.d. transnazionali, utilizzate come strumento in risposta a problematiche *cross-border*, che colpiscono non solo i singoli Stati ma tutto il mondo.

In maggior dettaglio, per erogazioni transnazionali si intendono le erogazioni liberali effettuate da donatori con residenza fiscale in un Paese a favore di organizzazioni non profit residenti in un Paese diverso.

Tuttavia, nella maggior parte dei Paesi europei, i benefici fiscali legati alle erogazioni transazioni sembrano permanere di esclusiva applicazione ai donatori con residenza fiscale nello stesso Paese dell'ente beneficiario.

Al riguardo l'Italia si è rilevata da sempre come Paese precursore in tema di erogazioni transnazionali grazie all'estrema vicinanza fisica e sistemica con lo Stato Vaticano.

In un simile scenario globale, l'Agenzia delle Entrate con la risposta ad istanza di interpello 16 giugno 2021, n. 406, ha, difatti, chiarito che le erogazioni liberali effettuate in favore delle fondazioni estere, purché quest'ultime siano in possesso della qualifica di ONLUS, di ODV o di APS, sono soggette ai medesimi benefici fiscali previsti per le erogazioni liberali effettuate nei confronti di enti filantropici residenti in Italia. In altre parole, i contribuenti possono usufruire delle medesime detrazioni e deduzioni ai fini delle donazioni effettuate, tramite mezzi di pagamenti tracciabili, nei confronti degli enti filantropici nazionali e internazionali.

A questo riguardo, si nota subito come gli sgravi fiscali previsti in Italia per le donazioni siano di gran lunga inferiori rispetto a quelli statunitensi, al punto che il report "Tassazione e filantropia" pubblicato dall'OCSE nel 2020 inserisce l'Italia nei Paesi con minore "*appeal*" fiscale per le erogazioni filantropiche.

ii. Fiscalità degli enti filantropici

La fiscalità applicata agli enti filantropici si fonda sulla suddivisione degli stessi tra enti non commerciali e commerciali.

In maggior dettaglio, si considerano non commerciali gli ETS che svolgono in via esclusiva o prevalente le attività di interesse generale di cui all'art. 5 del D.lgs. 117/2017, ossia tutte le attività svolte (i) a titolo gratuito, o (ii) dietro versamento di corrispettivi che non superano i costi effettivamente sostenuti, tenendo conto anche degli apporti economici delle pubbliche amministrazioni in caso di attività convenzionata con queste ultime.

Ai fini delle imposte dirette, per gli ETS non commerciali, viene applicata la medesima disciplina prevista dal TUIR per gli enti non commerciali. In tal senso il reddito complessivo è dato dalla somma di redditi fondiari, di capitale, d'impresa e diversi. Tuttavia, tali enti possono optare anche per la determinazione forfetaria del reddito d'impresa ai sensi dell'art. 80 del D.lgs. 117/2017. A tal riguardo, il reddito si determina applicando un coefficiente di redditività all'ammontare dei ricavi conseguiti nell'esercizio delle attività di interesse generale e delle attività diverse, svolte con modalità commerciali, aggiungendo alcuni componenti positivi di reddito. Per poter usufruire del regime agevolato bisogna, tuttavia, esercitare l'opzione nella dichiarazione annuale dei redditi o di inizio attività.

Per gli ETS commerciali, ai fini delle imposte dirette, invece, la base imponibile viene calcolata con le modalità dettate dal TUIR per gli enti commerciali, ossia con applicazione del principio di attrazione al reddito d'impresa di tutte le tipologie di redditi prodotti.

CONSIDERAZIONI FISCALI IN RELAZIONE ALLA FILANTROPIA INTERNAZIONALE

La filantropia internazionale sta assumendo un ruolo di sempre maggiore importanza nella società moderna con alcune differenze tra Paesi. È indubbio che il quadro normativo di riferimento incida sulla propensione al dono degli individui, delle aziende e sulla scelta degli istituti da utilizzare per le elargizioni. Inoltre, i singoli Paesi sono spesso orientati ad incoraggiare liberalità esclusivamente a favore di enti residenti nello Stato di residenza fiscale del donante, condizionando in maniera negativa le donazioni filantropiche internazionali.

PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO

Al fine di perseguire la crescita della filantropia internazionale sarebbe opportuno individuare delle linee guida, che permettessero di comparare gli enti non profit residenti a quelli internazionali. Inoltre, sarebbe auspicabile un'evoluzione della normativa fiscale del Terzo settore che rendesse possibile la deduzione e la detrazione fiscale delle donazioni effettuate anche ad enti non profit situati in Stati terzi. Per risolvere le difficoltà insite nella nozione di "comparabilità", si potrebbe immaginare una definizione europea di "organizzazione non profit". Ciò avrebbe il vantaggio di determinare un unico criterio europeo, che permette di ottenere dei benefici fiscali per effetto della liberalità transnazionali. Inoltre, un incentivo per la filantropia internazionale, nel contesto mondiale, potrebbe essere perseguito mediante accordi fiscali internazionali, prendendo come esempio, la convenzione contro la doppia imposizione fra gli Stati Uniti e la Germania e fra gli Stati Uniti e i Paesi Bassi che contengono clausole di reciproco riconoscimento degli enti non profit.

American Chamber of Commerce in Italy

Via Cantù 1 - 20123 Milano
Tel. +39 02 86 90 661- Fax +39 02 39 29 67 52
amcham@amcham.it - www.amcham.it