

AGEVOLAZIONI FISCALI

Il decreto legislativo 460/97 prevede delle agevolazioni fiscali per i soggetti persone fisiche o imprese che effettuano erogazioni liberali o finanziamenti a favore delle Onlus.

PERSONE FISICHE

Sono, detraibili dall'irpef il 19% delle donazioni in denaro fino al limite massimo di 2065,83 Euro. Tale detrazione si effettua nella dichiarazione dei redditi nel Modello Unico o Modello 730 come onere detraibile, vi è quindi un risparmio pari al 19% del contributo erogato. Tale detrazione è però consentita a condizione che l'erogazione sia eseguita tramite banca, ufficio postale e che sia conservata la ricevuta di versamento rilasciata dalla Onlus.

AZIENDE

La VECCHIA NORMA in vigore fino al 16/03/2005 prevedeva che le erogazioni liberali effettuate dalle imprese fossero deducibili per un importo non superiore a 2.065,83 Euro nel limite del 2% del reddito d'impresa. Anche in questo caso la detrazione era consentita a condizione che l'erogazione fosse eseguita tramite banca, ufficio postale e che venisse conservata la ricevuta di versamento rilasciata dalla Onlus.

La NUOVA NORMA in vigore dal 16/03/2005 prevede invece che i versamenti in denaro, da effettuarsi secondo le modalità sopra esposte, sono deducibili dal reddito dell'impresa fino ad un importo massimo di Euro 70.000 nel limite del 10% del redditostesso. Un esempio concreto:

Vecchia norma in vigore fino al 16/03/'05 in una società con reddito di €500.000	Nuova norma in vigore dal 16/03/'05 In una società con reddito di €500.000
limite del 2% del reddito €10.000	Limite del 10% del reddito €50.000
MASSIMA DEDUCIBILITA' €2.065.83	MASSIMA DEDUCIBILITA' €50.000

Particolarmente agevolate sono anche le erogazioni gratuite "in natura" effettuate dalle imprese, consistenti sia in cessioni di beni, sia nell'impiego di propri lavoratori, assunti a tempo indeterminato, per prestazioni di servizi erogati in favore delle Onlus, nel limite del 5 per mille del costo complessivo del personale.

ALTRE TECNICHE DI FINANZIAMENTO DELLE ONLUS

CAUSE RELATED MARKETING (CRM)

È una nuova tecnica pubblicitaria che consiste nella valorizzazione di un marchio, di un prodotto o un servizio abbinandolo ad una iniziativa di solidarietà sociale o ad un progetto di interesse collettivo formando una partnership tra impresa ed Onlus.

Tale tecnica cosiddetta di “marketing sociale” non è altro che il ricorso a regole economiche del marketing tradizionale applicato al sociale. In questo modo l’impresa viene percepita come elemento indispensabile allo sviluppo una determinata mission sociale condizione che può, a parità di prezzo, spostare le scelte del consumatore indirizzandole verso prodotti o servizi che trasmettono tale messaggio.

Con la cause related marketing si ha l’integrale deducibilità delle somme corrisposte per la realizzazione del cosiddetto spot con “buona causa” facendo sì che si possano erogare somme a sostegno della Onlus andando oltre i limiti di deducibilità consentiti dell’art. 65 comma 2 lett. c-sexies del TUIR. Tale tecnica è stata riconosciuta e avallata dall’agenzia delle entrate con la risoluzione 356/E del 14 novembre 2002.

DE TAX

Con l’ articolo 19 del dl 269/03 il governo introduce una importante forma di finanziamento delle associazioni non profit.

Viene istituita la “de tax” che permette ai consumatori che acquistano prodotti ad un prezzo pari o superiore a 50 euro in esercizi commerciali convenzionati con le Onlus, di manifestare l’assenso alla destinazione a loro favore (da parte dello stato) di una quota pari all’ 1% dell’iva sui prodotti acquistati. Attualmente si è ancora in attesa del decreto attuativo che spieghi come si concretizzerà il funzionamento di tale tecnica.