



**Gli strumenti fiscali a disposizione in Italia: l'Art Bonus e le sponsorizzazioni culturali**

## **Mecenatismo culturale e Art Bonus**

Lo strumento fiscale dell'Art Bonus è stato introdotto a sostegno della cultura al fine di tutelare e valorizzare il patrimonio culturale pubblico, permettendo così di accrescere la partecipazione diretta dei cittadini e delle imprese al "bello comune" e il valore etico della tutela del patrimonio

culturale quale bene collettivo.

Il patrimonio culturale non è solo testimonianza del passato ma rappresenta anche una risorsa per il futuro. È ciò che abbiamo ereditato e che tramanderemo alle generazioni future. Pertanto è importante proteggerlo e valorizzarlo.

L'Italia è un paese ricco di chiese, palazzi di interesse storico, aree archeologiche musei e dimore storiche, oltre ad essere il paese con alta concentrazione di siti Unesco. Le risorse pubbliche destinate alla cultura, anche se negli ultimi anni sono aumentate, non sono sufficienti per tutelare il vasto patrimonio culturale; diventa quindi di fondamentale importanza incentivare l'investimento privato in cultura, a supporto di quello pubblico.

Si rende necessario valorizzare la collaborazione tra le imprese e il mondo dell'arte e della cultura con nuovi modelli di sviluppo economico per l'impresa e il territorio.

Le imprese dovrebbero investire nella crescita e nella prosperità della collettività sostenendo progetti culturali in quanto il grado di civiltà e di benessere di un paese si misurano anche attraverso l'offerta di servizi culturali. Legare l'immagine di una azienda ad un intervento di restauro o a un progetto culturale apporta valore aggiunto al marchio della stessa con un ritorno dell'investimento culturale in termini di vendita di prodotti o servizi.

Un ruolo cruciale nel sostegno alla cultura storicamente è sempre stato svolto dai mecenati, sia privati che imprese con grandi capacità di spendere nelle arti. Ma oggi si può parlare di mecenatismo diffuso; infatti ogni cittadino che ne senta il desiderio, anche senza risorse ingenti, ha la possibilità di contribuire allo sviluppo della persona e al miglioramento del proprio ambiente attraverso il sostegno alla cultura, ottenendo anche dei vantaggi fiscali.

## Cos'è e come funziona l'Art Bonus

Per agevolare tali iniziative, sia da cittadini privati sia da imprese, è stato introdotto in modo permanente con la Legge di Stabilità del 2016 uno speciale regime fiscale agevolato consistente in un credito di imposta per le erogazioni liberali effettuate a favore della cultura e dello spettacolo. È uno strumento che può svolgere un **ruolo integrativo dei finanziamenti pubblici**.

Le erogazioni liberali devono essere finalizzate:

- Alla realizzazione di interventi di manutenzione, protezione e restauro dei beni culturali pubblici. Si tratta di interventi su beni culturali pubblici ossia appartenenti allo Stato, alle regioni e ad altri enti pubblici territoriali (comuni, città metropolitane e province). Tale credito d'imposta è riconosciuto anche qualora siano destinate a soggetti concessionari o affidatari (siano enti pubblici e privati) dei beni oggetto di tali interventi;
- Al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica e quindi a favore di musei, biblioteche, archivi, aree e parchi archeologici, nonché complessi

- monumentali, a condizione che siano di appartenenza pubblica;
- Alla realizzazione, restauro e potenziamento di strutture delle fondazioni lirico-sinfoniche e degli enti pubblici che svolgono esclusivamente attività nello spettacolo. Le erogazioni liberali in denaro devono essere destinate a realizzare, restaurare o potenziare le strutture di tali fondazioni o enti ma non per altri fini come la realizzazioni di spettacoli o organizzazione di eventi;
  - Al sostegno delle istituzioni concertistico-orchestrali, dei teatri nazionali, dei teatri di rilevante interesse culturale, dei festival, delle imprese e dei centri di produzione teatrale e di danza, nonché dei circuiti di distribuzione (e non più, solo, dunque, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione).

Il **regime fiscale agevolato** si articola nel riconoscimento di un **credito di imposta pari al 65%** delle erogazioni effettuate, con dei limiti massimi differenziati di spettanza del credito d'imposta in relazione alla qualifica dei soggetti che effettuano le erogazioni.

Possono usufruire di tale agevolazione sia le **persone fisiche ed enti che non svolgono attività d'impresa**, con il limite massimo del 15% del reddito imponibile da utilizzare in sede di dichiarazione, sia i **soggetti titolari di reddito d'impresa** nei limiti del 5 per mille dei ricavi annui da utilizzare in compensazione con il modello F24.

Sono escluse dall'Art bonus le erogazioni liberali effettuate per l'acquisto di beni culturali, nonché quelle disposte a favore di beni culturali di proprietà privata, compresi quelli appartenenti agli enti ecclesiastici civilmente riconosciuti. Quest'ultimi però possono beneficiarne solo se il bene culturale è di proprietà pubblica e l'ente ecclesiastico è il concessionario o affidatario/gestore del bene.

Per poter accedere all'agevolazione fiscale, l'erogazione liberale deve avvenire esclusivamente tramite strumenti di pagamento tracciabili, ossia tramite banca, ufficio postale, carte di debito o di credito e prepagate, assegni bancari e circolari

## Le sponsorizzazioni culturali

Una altra forma di collaborazione tra pubblico e privato prevista a favore del sostegno del patrimonio culturale è quella delle sponsorizzazioni da parte delle imprese di un progetto culturale.

Attraverso questi strumenti, le PA possono ottenere risparmi di spesa nella gestione, conservazione, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, ma è anche un mezzo attraverso cui avere dei servizi e competenze qualificati da parte dello sponsor al fine di adempiere al meglio alla propria mission.

Dall'altro lato, un'impresa con la sponsorizzazione contribuisce al sostegno del patrimonio culturale ottenendo vari benefici: visibilità istituzionale, notorietà, reputazione, marketing relazionale, contatto con le comunità dei territori del progetto/bene culturale sponsorizzato,

divulgazione attraverso utenti dei canali social, campagne di Corporate Social Responsibility, e non ultimo agevolazioni fiscali.

Il contratto di sponsorizzazione è un contratto atipico, a titolo oneroso, a prestazioni corrispettive stipulato tra due parti con il quale l'operatore culturale pubblico si obbliga a consentire l'associazione del marchio o prodotto dello sponsor al proprio progetto o alla propria immagine nella comunicazione.

Vi sono principalmente **tre tipologie di sponsorizzazioni**:

1. **sponsorizzazione tecnica**: tutto l'intervento, o parte di esso, viene progettato e realizzato a cura dello sponsor; le prestazioni possono consistere sia nei lavori, sia in servizi e forniture strumentali ai primi;
2. **sponsorizzazione pura, o finanziaria**: lo sponsor finanzia, anche mediante acollo, le obbligazioni di pagamento in capo all'amministrazione derivanti dall'appalto per la realizzazione di lavori, servizi e forniture relativi a beni culturali;
3. **sponsorizzazione mista**: è una combinazione delle prime due in cui lo sponsor può fornire la sola progettazione ed erogare il finanziamento alla PA per l'esecuzione dei lavori previsti.

Gli ambiti di intervento previsti per le sponsorizzazioni nel settore cultura possono riguardare:

- l'esecuzione di lavoro di restauro e manutenzione di beni culturali;
- il sostegno di musei, biblioteche, archivi, aree e parchi archeologici, complessi monumentali, fondazioni lirico-sinfoniche e teatri di tradizione;
- partenariati tra soggetti pubblici e privati, nuovi modelli di gestione pubblico-privata dei beni culturali al fine di assicurare la fruizione del patrimonio culturale e favorire la ricerca scientifica per la tutela, conservazione, recupero restauro, manutenzione e valorizzazione dei beni culturali.

Il nuovo codice degli appalti in vigore dal 18 aprile 2016 (D.Lgs. 50/2016) prevede una semplificazione atta a favorire la collaborazione tra PA e imprese in ambito culturale attraverso procedure per l'affidamento di contratti di sponsorizzazione a favore di beni e progetti culturali in modo più semplice e veloce.

Per la tipologia di sponsorizzazione tecnica non si applica la normativa sui contratti pubblici di lavoro: lo sponsor può scegliere il soggetto esecutore dei lavori in autonomia senza ricorrere alla gara, purché si rispetti la norma di garantire la qualificazione di progettisti ed esecutori e il possesso di requisiti soggettivi e morali richiesti per la PA.

In particolare, nella fattispecie di sponsorizzazione finanziarie, l'affidamento di un contratto di sponsorizzazione sopra soglia di € 40.000, se giudicata ammissibile e conveniente, è soggetto alla pubblicazione di un avviso pubblico di ricerca sponsor o di avvenuto ricevimento di una proposta di sponsorizzazione sul sito web istituzionale della PA per almeno 30 giorni.

Con la nuova normativa sugli appalti quindi è previsto un ruolo attivo sia della PA sia delle imprese, la prima può invitare i privati a sostenere i propri progetti culturali mediante sponsorizzazioni messi in evidenza sul sito; le imprese a loro volta possono prendere spontanea iniziativa proponendosi alla PA che ha solo l'obbligo poi di rendere pubblico l'avvenuto ricevimento della proposta.

## Agevolazione fiscale delle sponsorizzazioni culturali

Dal punto di vista fiscale, per un'impresa le sponsorizzazioni, al pari delle erogazioni liberali in denaro, sono totalmente deducibili dal reddito di impresa se finalizzate ad incrementare la domanda di prodotti e servizi e qualora vi sia alla base un accordo di tipo commerciale tra sponsor e sponsee. Nel caso in cui non vi sia un corrispettivo o una specifica controprestazione da parte del beneficiario, trattandosi di spesa per l'erogazione a titolo gratuito di beni e servizi con finalità promozionali o di pubbliche relazioni, si rientra nelle spese di rappresentanza; tali spese sono deducibili se rispondenti ai requisiti di inerenza e congruità stabiliti con decreto ministeriale, anche in funzione della natura e della destinazione delle stesse, del volume dei ricavi dell'attività caratteristica dell'impresa e dell'attività internazionale dell'impresa.

Importante, ai fini della deducibilità, è il requisito dell'inerenza e della congruità degli investimenti in sponsorizzazioni culturali in rapporto all'attività di impresa e all'oggetto sociale, al volume d'affari, al ritorno economico e all'utilità commerciale futura.

In apertura Mimmo Paladino, Paduli (Bn) 1948, "Hotel", 1987. [Fonte](#)