

**COMMISSIONE VII  
CULTURA, SCIENZA E ISTRUZIONE**

**RESOCONTO STENOGRAFICO**

**INDAGINE CONOSCITIVA**

8.

**SEDUTA DI MARTEDÌ 27 GIUGNO 2023**

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE **FEDERICO MOLLICONE**

**INDICE**

	PAG.		PAG.
<b>Sulla pubblicità dei lavori:</b>			
Mollicone Federico, <i>Presidente</i> .....	3	Cherchi Susanna, (M5S) .....	8, 10
<b>INDAGINE CONOSCITIVA SULL'IMPATTO DELLA DIGITALIZZAZIONE E DELL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA SUI SETTORI DI COMPETENZA DELLA VII COMMISSIONE</b>		Forgione Ilde, <i>esperta di comunicazione culturale</i> .....	11, 14
<b>Audizione di rappresentanti di Campus Party Italia, di rappresentanti di Confrestauro, di rappresentanti di Federculture e di Ilde Forgione, esperta di comunicazione culturale:</b>		Rui Alberto, <i>presidente di Confrestauro</i> ...	9, 11
Mollicone Federico, <i>Presidente</i> .	3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13, 14	Strozzi Davide, <i>amministratore delegato di Campus Party Italia</i> .....	6, 8, 9
Cancellato Andrea, <i>presidente di Federculture</i>	3, 6	Terribili Paolo, <i>socio fondatore di Confrestauro</i> .....	10, 11
		<b>ALLEGATI:</b>	
		<i>Allegato 1:</i> Documentazione depositata da Federculture .....	15
		<i>Allegato 2:</i> Documentazione depositata da Campus Party Italia .....	58

**N. B. Sigle dei gruppi parlamentari: Fratelli d'Italia: FdI; Partito Democratico - Italia Democratica e Progressista: PD-IDP; Lega - Salvini Premier: Lega; MoVimento 5 Stelle: M5S; Forza Italia - Berlusconi Presidente - PPE: FI-PPE; Azione - Italia Viva - Renew Europe: A-IV-RE; Alleanza Verdi e Sinistra: AVS; Noi Moderati (Noi con L'Italia, Coraggio Italia, UDC e Italia al Centro) - MAIE: NM(N-C-U-I)-M; Misto: Misto; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-+Europa: Misto-+E.**

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE  
FEDERICO MOLLICONE

**La seduta comincia alle 14.05.**

**Sulla pubblicità dei lavori.**

PRESIDENTE. Avverto che la pubblicità dei lavori sarà assicurata, oltre che con la redazione del resoconto stenografico, anche attraverso la trasmissione sulla *web-tv* della Camera dei deputati.

**Audizione di rappresentanti di Campus Party Italia, di rappresentanti di Confrestauro, di rappresentanti di Federculture e di Ilde Forgiione, esperta di comunicazione culturale.**

PRESIDENTE. La Commissione prosegue le audizioni nell'ambito dell'indagine conoscitiva sull'impatto della digitalizzazione e dell'innovazione tecnologica sui settori di competenza della VII Commissione.

Iniziamo con l'audizione del dottor Andrea Cancellato, presidente di Federculture, accompagnato dal direttore Umberto Croppi, che ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

ANDREA CANCELLATO, *presidente di Federculture*. Buongiorno presidente. Grazie per questo invito, che abbiamo accolto con molto piacere.

La vostra attenzione è sicuramente importante per il nostro settore, per il settore della cultura italiana che noi rappresentiamo con tutte le fondazioni culturali italiane, le regioni, i comuni che aderiscono a Federculture.

La questione della digitalizzazione, dell'impatto che è stato previsto con il Piano

nazionale di ripresa e resilienza, in particolare con il Piano di digitalizzazione, è per noi vista con grande favore. Abbiamo letto il documento e condividiamo la sua visione, l'ampliamento delle forze di accesso al patrimonio culturale, l'estensione ai beni culturali e ai beni pubblici di tutto questo patrimonio del nostro Paese. È veramente rilevante.

Ci è piaciuta anche la modalità di approccio relativo all'affrontare il lavoro culturale relativo all'attività di formazione del personale, soprattutto il personale interno alla pubblica amministrazione, all'interno delle strutture culturali, che consideriamo veramente molto importante, così come le nuove professionalità che questo progetto intende creare.

Insieme a questo, ovviamente, delle modalità anche molto innovative dal punto di vista della gestione, soprattutto in termini dell'autovalutazione della maturità culturale, la creazione di un catalogo generale digitale dei beni culturali accessibile a tutti.

Questo, poi, è l'altro grande tema che come Federculture avevamo posto, proprio la digitalizzazione del patrimonio culturale italiano, in modo tale che poi sia disponibile senza toccare con mano, senza creare le problematiche del periodo della pandemia, che aveva impedito l'accesso proprio a questo patrimonio culturale. Questo era un po' il senso che abbiamo visto raccolto dal Piano di digitalizzazione e che ci ha visto d'accordo.

Abbiamo solo un dubbio, che sottoponiamo ovviamente alla Commissione come al Ministero, che è sulla congruità dell'investimento previsto per questo scopo rispetto a questo grande obiettivo.

Abbiamo visto che dei 6 miliardi e 700 milioni circa messi in campo per il settore della cultura e del turismo, per la digita-

lizzazione culturale sono stati messi in gioco 660 milioni circa. Sono un investimento importantissimo, non irrilevante, però non sappiamo se è sufficiente rispetto agli obiettivi indicati e alla quantità di operazioni che devono essere messe in moto.

Per il resto abbiamo visto che stanno andando avanti bandi e piani con successione rispetto al coinvolgimento delle piccole e grandi strutture culturali del nostro paese, e da questo punto di vista vi è apprezzamento.

Questo sulla domanda principale che ci avete rivolto. L'occasione, però, è molto importante da questo punto di vista per richiamare l'attenzione su altri nodi della cultura. In modo particolare ve ne è uno di recentissima attualità, che è connesso proprio al tema del digitale, ed è quello della determinazione dei canoni per l'utilizzazione delle immagini dei beni culturali. Perché noi sappiamo che larga parte di questo materiale digitalizzato poi sarà fra virgolette sul mercato. Del resto lo dice anche il Piano che la digitalizzazione del patrimonio culturale si rivolgerà sia per il mercato del *no profit* che per il mercato commerciale, e anche quello della valorizzazione culturale che non necessariamente può essere sia commerciale che non commerciale.

In particolare il tema delle immagini è stato recentemente sollevato per via di un decreto recentemente diffuso sui meccanismi di tariffazione dell'uso delle immagini dei beni culturali di proprietà dello Stato. Poiché uno degli obiettivi del Piano di digitalizzazione del patrimonio culturale è quello di mettere a disposizione questo patrimonio ai fini del mercato *no-profit*, ai fini del mercato culturale della valorizzazione e anche ai fini commerciali, è chiaro che la determinazione dei canoni è un tema importantissimo da questo punto di vista.

Noi richiamiamo un'indicazione generale che viene dall'Unione Europea ma viene anche dal Parlamento nazionale, dalla scorsa legislatura, per iniziativa anche promossa nella Commissione Cultura, che era quella della liberalizzazione dell'accesso al patrimonio digitale e al patrimonio culturale.

A nostro avviso questo orientamento dovrebbe essere mantenuto, ovviamente tutti gli orientamenti hanno le loro eccezioni ma un conto sono le eccezioni e un conto è la regola. La regola a nostro avviso dovrebbe essere quella della gratuità e dell'*open source*, nell'ambito di considerare che i dati che vengono messi in gioco siano disponibili al libero accesso.

Questo è in sintesi il nostro pensiero relativamente alla questione complessiva del Piano di digitalizzazione nazionale per la cultura.

Ci è stato chiesto anche di porre alcuni nodi relativi al sostegno dell'attività culturale in Italia, a seguito appunto dei problemi che vi sono stati durante la pandemia, nel *post* pandemia e cioè la ripresa dell'attività culturale nel nostro paese.

Noi abbiamo fatto come Federculture un pacchetto di proposte che abbiamo sottoposto al legislatore e al Ministero. Esse riguardano da una parte l'incentivo al consumo culturale attraverso la defiscalizzazione del consumo culturale, considerando il consumo culturale importante per la vita sociale e la vita personale dei nostri cittadini tanto quanto i medicinali. Quindi praticare lo stesso sistema di detrazione fiscale per il consumo culturale nel nostro paese. In questo modo daremmo un ulteriore incentivo alla vita culturale in presenza nel nostro paese.

Accanto a questo abbiamo posto un tema molto minore, che è quello dell'equiparazione dell'IVA sui prodotti culturali, avendo il nostro Paese un regime di IVA per alcuni prodotti culturali (ad esempio il libro) molto agevolato e altri prodotti culturali, (prodotti artistici o i prodotti discografici per fare due esempi, il prodotto artistico è l'esempio più eclatante che ha fatto praticamente uscire dal mercato mondiale dell'arte il nostro paese) di equiparare l'IVA e in questo modo aumentare anche gli introiti dello Stato su questo fronte. Non sarebbe una diminuzione da un certo punto di vista, ma una nuova entrata per il nostro paese.

Oltre che il consumo culturale a nostro avviso è molto importante il sostegno della produzione culturale. La nostra opinione è

che una iniziativa molto importante che è stata costruita nel passato, come l'Art bonus, debba poter essere ampliato a 360 gradi. Cioè tutti i soggetti che praticano la cultura in Italia possano ricevere contributi, erogazioni, denominabili come Art bonus, magari diminuendo la quota di beneficio fiscale, per consentire una platea più vasta. Quindi la messa a disposizione di maggiori risorse per il nostro paese. Risorse private che possono aumentare rispetto a quelle pubbliche che pure sono consistenti e che in questo quadro possano consentire al nostro Paese di raggiungere la media dell'Unione europea di investimento in campo culturale, sia per le iniziative sia per interventi di ristrutturazione o di immobilizzazione culturale.

Queste sono proposte che abbiamo inserito in un documento scritto che lasciamo agli atti della Commissione, che sono quasi a costo zero, quindi neutro, per il Paese, per la somma algebrica delle varie opzioni che presentiamo.

Infine vi è una questione non irrilevante che potrebbe essere posta soprattutto in questa sede. Fino a qualche anno fa vi era l'obbligo da parte delle società concessionarie dei giochi di investire una quota degli utili in sponsorizzazioni culturali e sportive, una parte di queste anche in interventi culturali diretti in modo preciso. Noi riteniamo che questo prelievo debba essere ripristinato e rimesso a disposizione della vita culturale e della vita sociale del nostro Paese. Sono somme non irrilevanti che sono state tolte alla comunità, mentre la cosiddetta ludopatia si combatte proprio attraverso l'ampliamento della vita sociale, culturale e ricreativa del nostro Paese. Queste risorse possono essere molto utili in questa direzione.

Ultimo nodo e poi mi taccio perché non abbiamo altre questioni (comunque è un'occasione per noi molto importante per sottoporre alla Commissione questi provvedimenti) è quello del ripristino della legge del 2 per cento per l'abbellimento delle opere pubbliche. Anche qui si tratta di una legge in vigore ma non più applicata, che potrebbe tranquillamente avere una gestione diversa, a nostro avviso centralizzata, per

produrre una nuova commissione nazionale per la produzione culturale nel nostro Paese. Per trovare i nuovi grandi artisti a tutti i livelli, attraverso un meccanismo proprio di commissione nazionale, non decentrato nei rivoli dei tanti appalti che si sviluppano nel nostro Paese e che invece possono essere rimessi in gioco per una chiamata alle armi, diciamo così, del mondo culturale italiano.

**PRESIDENTE.** Chiedo se vi sono quesiti da parte dei colleghi.

Abbiamo ascoltato le proposte di Federculture, peraltro storiche, sull'estensione dell'Art bonus e sul credito del consumo culturale.

Rispetto a questo ci sono altre agevolazioni fiscali che secondo voi possono favorire il mecenatismo culturale orizzontale?

L'altra domanda è se nell'ipotesi il Parlamento vari una legge che costituisca un circuito sussidiario che assegni, per cinque anni almeno, a privati, cooperative, associazioni centinaia di beni culturali cosiddetti minori, ma che certo minori non sono, che per mancanza di risorse rimangono per lo più chiusi, anche perché magari mancano piccoli interventi di restauro, di riqualificazione e di valorizzazione, come si pone Federculture rispetto all'istituzione di questo circuito sussidiario?

Un'altra domanda è sul 2 per cento, avendo presentato un testo di legge sul 2 per cento che verrà incardinato tra poco che prevede un'applicazione automatica dello stanziamento. Ricordo, in proposito, che le ultime circolari di applicazione la rendono molto stringente in teoria sull'applicazione, perché addirittura in base alla legge non dovrebbe essere svolto il collaudo dell'opera pubblica se non si verifica lo stanziamento e l'impiego dei fondi, ma ciò non avviene mai e quindi i collaudi vengono fatti comunque e sarebbe anche interessante un monitoraggio su quante opere sono state collaudate aggirando la legge. Ma dall'altra parte forse si potrebbe semplificare, questa è l'ipotesi che faccio, scorporando all'origine il 2 per cento e qualora non venga utilizzato nell'area dell'intervento venga conferito in un fondo del MIC,

affinché possa utilizzarlo per l'arte e la rivalutazione dei beni culturali pubblici.

ANDREA CANCELLATO, *presidente di Federculture*. Per quanto riguarda le proposte di carattere orizzontale ne abbiamo dimenticata una sicuramente importante, è quella della inerenza delle sponsorizzazioni dal punto di vista fiscale. Le sponsorizzazioni molto spesso vengono richiamate dall'Agenzia delle entrate e non vengono considerate deducibili per le imprese che fanno sponsorizzazione. Invece è molto importante che vi sia la possibilità di poter dedurre fiscalmente tutte le spese per le sponsorizzazioni culturali. Questo dal punto di vista orizzontale è molto importante.

Noi siamo poi completamente favorevoli a ogni iniziativa volta a valorizzare la sussidiarietà in campo culturale. Perché consente di mettere in gioco iniziativa privata ove lo Stato nelle sue forme e nelle sue articolazioni non riesce ad arrivare. Questo è molto importante soprattutto nelle aree interne e nelle aree più difficili del nostro Paese, quindi se vi sarà un provvedimento legislativo che va in questa direzione sarà da noi sostenuto con grande forza e con grande energia.

Infine, in una certa misura (non ci siamo parlati), la questione del 2 per cento dal nostro punto di vista potrebbe essere ancora più radicale: noi siamo per scremare fin dall'inizio su tutte le opere pubbliche il 2 per cento e portarle in un fondo culturale nazionale. Soprattutto perché grazie a questo periodo molto importante di investimento in opere pubbliche...

PRESIDENTE. È quello che prevede il testo della proposta di legge.

ANDREA CANCELLATO, *presidente di Federculture*. Perfetto, quindi siamo completamente d'accordo, presidente.

PRESIDENTE. Grazie. Se non ci sono altri quesiti ringrazio Federculture.

Passiamo all'audizione del dottor Davide Strozzi, amministratore delegato di Campus Party Italia, accompagnato dal dottor Eugenio Serra, consulente APCO World-

*wide*, che ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione.

DAVIDE STROZZI, *amministratore delegato di Campus Party Italia*. Buongiorno.

Ringrazio naturalmente la Commissione e il presidente Mollicone, Campus Party è estremamente contenta di essere presente oggi a questa audizione in merito all'indagine conoscitiva sull'impatto della digitalizzazione e dell'innovazione tecnologica sui settori di competenza della Commissione.

Sono Davide Strozzi, amministratore delegato di Campus Party.

Dovrebbe esserci una presentazione a schermo, se possiamo andare alla prima slide.

Parto proprio da cos'è Campus Party. Campus Party probabilmente a oggi è la più grande piattaforma di *open innovation* al mondo. È di fatto un ecosistema di iniziative fisiche e digitali che ha un grande obiettivo molto ambizioso, di promuovere la creatività e l'innovazione per gli *under 30*.

Campus Party nel mondo realizza eventi, *format* per l'orientamento e progetti formativi digitali, che hanno lo scopo di aiutare le nuove generazioni a progettare un futuro sostenibile con l'uso consapevole, e anche responsabile, della tecnologia.

Campus Party nel mondo è un *network* importante. Ha organizzato più di 140 eventi in cinque continenti. I partecipanti a iniziative organizzate a vario titolo sono stati più cinque milioni. Ha una *community* di circa un milione di giovani innovatori delle ultime generazioni, ma soprattutto ha un *network* di *partner* che sono università, *community stem* di alcune migliaia.

Qual è il motore delle idee di Campus Party?

Dietro questa grande iniziativa c'è una Fondazione. Una Fondazione *no profit* che ha il compito di intercettare nel mondo in tutti i paesi in cui Campus Party è presente e a tutti i *trend* delle aspirazioni delle nuove generazioni. Queste informazioni diventano poi la scintilla per sviluppare i progetti da parte di Campus Party che concretamente vengono messi a terra nei vari paesi.

La Fondazione ha il compito in ogni paese di relazionarsi con le associazioni, le istituzioni locali nazionali e internazionali, e condividere tutte le esperienze, le buone pratiche di quanto realizzato con l'obiettivo di attivare poi nuove *partnership* e collaborazioni con altri enti e altre Istituzioni per rendere questa competenza e questa conoscenza sempre più approfondita.

Perché siamo qua oggi?

L'obiettivo di oggi per noi era quello di condividere la nostra esperienza in merito ad alcuni temi di questa audizione, che riguarda appunto la didattica digitale, la sostenibilità e l'orientamento. Quindi oggi l'obiettivo era condividere alcuni dei progetti salienti partendo sicuramente da questo.

*PlayEnergy* è un concorso internazionale di Enel che ha l'obiettivo di promuovere la sostenibilità a ragazzi e ragazze dai 14 ai 20 anni. *Campus Party* è *partner* di questo concorso in sette Paesi, tra i quali l'Italia, il Brasile e molti Paesi dell'America Latina.

Ma la cosa saliente di questo progetto interamente digitale è il fatto che il progetto è pensato per insegnare questi valori parlando il linguaggio della Generazione Z. Quindi si usa la *gamification*, si usa un contesto narrativo spinto, si usano premi per i migliori progetti; ma soprattutto in Italia viene utilizzato come coadiuvante dei docenti per l'insegnamento delle ore obbligatorie di educazione civica.

Nella prossima *slide* vi mostro i numeri delle ultime edizioni di questo progetto, in realtà si è chiusa da poco la terza.

Questo progetto in sette Paesi ha raggiunto più di 20 milioni di ragazzi in età appunto 14-20 con la comunicazione digitale. Ha avuto di fatto 15 mila partecipanti attivi, solo quest'anno se ne aggiungeranno altre 13 mila, di cui il grosso in realtà arriva dall'Italia. E soprattutto ha coinvolto più di trecento *stakeholder* fra istituzioni e enti a vario titolo interessati ai temi della sostenibilità nei vari Paesi.

Ma la cosa principale che vorrei sottolineare qua è che *PlayEnergy* da sempre nelle ultime edizioni ha avuto l'*endorse-*

*ment* del Ministero dell'istruzione, oltre che diverse municipalità tra i quali quelli di Roma, di Milano e di Torino.

Nella prossima *slide* c'è un altro progetto che a noi fa piacere presentare, si chiama *Campus Party Connect*. È un'esperienza di orientamento che insegna alle giovani generazioni quelli che sono i lavori di oggi, e soprattutto quelli che saranno i lavori di domani, e lo fa in un modo del tutto non convenzionale.

Ogni edizione raccoglie più di 500 studenti che lavorano in gruppi e che di fatto hanno la possibilità di provare delle esperienze collegate da un lato alla tecnologia (robotica, realtà virtuale e realtà aumentata), e dall'altro l'ispirazione di relatori che sono in grado di ispirarli e dargli una prospettiva per il futuro. Grazie a questo *format* i ragazzi partecipano presentando i progetti di quelli che saranno i lavori che loro avranno l'ambizione di fare.

Andando avanti c'è un altro progetto che mi fa piacere presentare, che si chiama *Job Factory*.

La *Job Factory* è di fatto un laboratorio *full time* di formazione, che ha l'obiettivo di superare un po' il concetto classico della *job fair*, dove spesso si lascia un curriculum sul tavolo ma a volte poco di più succede.

L'obiettivo del *format* è quello di sviluppare dapprima un percorso di autoconsapevolezza dei ragazzi, che poi è di fatto il motore di ogni scelta per il loro futuro, mappare le loro competenze e le *soft skill* e poi di fatto far conoscere all'azienda i ragazzi non da un foglio di carta che non parla, ma dalla possibilità di interagire con loro attraverso dei *format* che li mettono in relazione per quello che sanno davvero fare. Quindi ci sono colloqui al buio, *speed day* particolari con tutte le funzioni aziendali che durano venti secondi e tanti altri *format* interessanti che servono a ingaggiare proprio questa conoscenza reciproca.

Abbiamo questo ultimo (ma non ultimo) progetto più importante in questo momento di *Campus Party* che è in fase di realizzazione.

*Job Flix* è una piattaforma video rivolta a studenti e insegnanti che racconta i giovani mestieri di oggi e di domani. Lo fa

attraverso dei testimoni, sia *junior* che *senior*, che sostanzialmente raccontano la loro esperienza di vita ma anche il percorso di studi per arrivare a fare quel lavoro, danno le caratteristiche del lavoro che fanno, i pro e i contro. Questo *format* mette insieme la loro esperienza con i dati più attuali disponibili per dire quanto quel tipo di lavoro è recettivo oggi sul mercato, quanti ragazzi hanno la possibilità di trovare lavoro per quel tipo di mestiere, nonché la retribuzione media. Tutti i dati che un ragazzo vorrebbe sapere per pianificare il proprio futuro.

Questo naturalmente, col medesimo approccio, si abbina a dei materiali didattici per i docenti che hanno lo scopo di aiutarli per svolgere le ore di orientamento in aula.

Chiudo con l'ultima slide, collaborazione con le istituzioni.

In questo contesto in cui l'evoluzione dei metodi di insegnamento sono temi centrali, per tutta la comunità educante e il settore della cultura Campus Party vuole condividere l'*expertise* e le progettualità per rinnovare i modelli educativi, e in particolare quelli rivolti all'orientamento scolastico professionale, ma soprattutto aiutare a sviluppare le competenze digitali che sono sicuramente uno dei nostri *focus* principali. Quindi di fatto vogliamo offrire il *know-how* sia a beneficio del sistema scolastico che della crescita dei cittadini.

Di fatto quello che vorremmo è continuare nel solco di una collaborazione che è già avviata con il Ministero, perché ricordiamo che nel 2021 il Ministero ha fatto una comunicazione, per esempio per *PlayEnergy*, a tutte le scuole di ogni ordine e grado presentandolo come una buona pratica per insegnare i temi della sostenibilità.

E anche relativamente al tema del progetto *Job Flix* ci piacerebbe, perché no, collaborare magari per andare a fare subito un *focus* fra quelli che sono i lavori sui quali c'è un interesse nazionale, perché se ne divulgano le informazioni, e magari anche coprogettare la piattaforma. Ecco, questo sarebbe il nostro grande obiettivo. Per cui vi ringrazio dell'ascolto. Grazie presidente.

PRESIDENTE. Chiedo ai colleghi se ci sono quesiti. Prego, onorevole Cherchi. Poi ho io un quesito.

SUSANNA CHERCHI. Questo del Job Flix è interessante e volevo sapere se avete delle *slide* per vedere proprio come funziona.

DAVIDE STROZZI, *amministratore delegato di Campus Party Italia*. Ci stiamo lavorando, siamo nella fase di progettazione, quindi ci sono delle *slide* preliminari che danno l'idea di come funziona e poi mano a mano stiamo lavorando proprio sul *format* di queste puntate, di questi video. Perché l'obiettivo per noi perché l'obiettivo per noi, che è sempre il nostro cruccio, è che parlino alla Generazione Z, che possono essere di aiuto. Perché di video se ne fanno tanti, ma che interessino ragazzi che sono abituati ad avere un livello di attenzione molto basso, anche per questo tipo di contenuti chiamati *snack*, rende il compito per noi importante per dare a loro qualcosa che davvero gli piace. Per cui certo, c'è la possibilità di condividere comunque una presentazione che possiamo far avere, assolutamente.

SUSANNA CHERCHI. Quindi in futuro ci potrebbero essere delle *slide* da vedere.

DAVIDE STROZZI, *amministratore delegato di Campus Party Italia*. Assolutamente sì, ci sono già. E poi magari, come dicevamo, una collaborazione addirittura per entrare nel merito poi di quali lavori e di come portare avanti la piattaforma.

PRESIDENTE. Abbiamo visto che di fatto c'è una collaborazione istituzionale già avviata con il Ministero dell'istruzione. Rispetto a questo chiediamo se Campus Party ha visto che anche la Commissione sta lavorando sulla settimana per la sensibilizzazione sulle materie STEM, e se pensa di proporre delle iniziative analoghe a quelle già implementare che possono essere magari specialistiche e specializzate su questa sensibilizzazione. Che è un tema molto importante perché sappiamo — senza nulla



togliere ovviamente alla formazione umanistica – che in realtà c'è una carenza sulle STEM di sensibilizzazione e di orientamento dei ragazzi e delle famiglie, e anche qualche pregiudizio.

Quindi con questo spirito, visto l'ottimo lavoro che sta facendo Campus Party anche integrando diversi linguaggi e parlando a una generazione... io lo vedo con mio figlio, non parla il linguaggio della sorella che ha qualche anno in più, come pensano appunto di interagire, qualora verrà approvata la settimana per la sensibilizzazione sulle STEM.

DAVIDE STROZZI, *amministratore delegato di Campus Party Italia*. Diciamo che probabilmente tutti i *format* principali di Campus Party hanno alla base un rapporto importante con le *community* STEM, da sempre, perché Campus Party promuove l'innovazione tecnologica e sa quanto è importante il ruolo delle *community*, soprattutto quelli delle nuove generazioni.

Quindi in tutti i progetti che vi ho presentato è indispensabile questo tipo di rapporto, tant'è vero che le *community* sono sempre gli *stakeholder* delle nostre iniziative a tutti i livelli internazionali. Quindi di fatto, in pratica, sono loro che ci aiutano a promuovere iniziative, tipo per esempio PlayEnergy, nelle comunità dei loro Paesi.

Quindi la risposta è che abbiamo più iniziative rivolte alle *community* STEM e che il nostro obiettivo è continuare a potenziarle, perché riteniamo che sia vitale coinvolgere questi attori per progettare un futuro davvero sostenibile con l'uso consapevole della tecnologia. Poi, abbinata ad alcuni progetti, coinvolgere anche i genitori è un altro degli scopi, perché spesso e volentieri alcuni progetti consentono ai genitori di far capire che i loro ragazzi attraverso un approccio non convenzionale riescono a imparare le cose che a loro farebbero molto piacere, proprio perché queste cose parlano una lingua diversa. Che purtroppo cambia anche a una velocità straordinaria, perché i ragazzi nati cinque anni fa parlano già una lingua diversa a quelli nati dieci anni fa, grazie al tema delle tecnologie esponenziali che si stanno affermando nel mondo.

Comunque certamente sì, ci sono iniziative e tutte quelle che facciamo hanno l'obiettivo di potenziare sempre di più questo rapporto.

PRESIDENTE. Se non ci sono altri quesiti ringrazio Campus Party, il dottor Strozzi ed Eugenio Serra.

Procediamo con la prossima audizione del dottor Rui e dell'architetto Terribili, rispettivamente presidente e socio fondatore di Confrestauro, che ringrazio per aver accolto l'invito alla Commissione.

ALBERTO RUI, *presidente di Confrestauro*. Grazie presidente per averci dato questa opportunità.

Grazie di averci dato questa possibilità per presentare la Confrestauro.

Cercherò di essere brevissimo, poi lascerò la parola all'architetto Terribili, che vi spiegherà poi la sostenibilità nel mondo del restauro e i principi di Confrestauro.

Confrestauro è un'associazione che racchiude restauratori, imprese specializzate e architetti. Abbiamo racchiuso all'interno quello che è l'eccellenza del mondo del restauro operativo in Italia, suddividendoli in quattro sezioni. Come dicevo prima, abbiamo messo nella prima sezione gli architetti e i professionisti, nella seconda sezione le imprese specializzate nel mondo del restauro architettonico, nella terza sezione tutti i restauratori italiani specializzati nell'ambito della pietra d'affresco e nella quarta sezione abbiamo le imprese che forniscono i materiali e le tecniche innovative da inserire nel mondo del restauro.

Gli obiettivi fondamentali per cui abbiamo deciso con i soci fondatori di creare la Confederazione è perché ci siamo accorti che non c'era una rete effettiva. Nel senso che il mondo del restauro era suddiviso e parcellizzato, quindi ho cercato di riunire queste eccellenze per creare una rete. Una rete interna dove possono esserci uno scambio di opinioni, di tecniche eccetera. Questo è stato uno degli obiettivi fondamentali.

Il secondo obiettivo è la formazione. La richiesta fatta dai professionisti, dalle imprese e dai restauratori era proprio quella

di unire e fare della formazione. Perché la ricerca, l'utilizzo di nuove tecnologie nel mondo del restauro, che adesso si stanno calando anche nell'utilizzo della digitalizzazione, è stato uno dei motivi fondamentali.

Il terzo obiettivo è quello di creare una sorta di *focus* da parte dell'opinione pubblica, da parte del mondo politico e del mondo finanziario, per cercare di attirare l'attenzione per investire. Perché noi soci fondatori della Confederazione crediamo che l'*asset* economico dato dalla valorizzazione del patrimonio può diventare veramente un'opportunità anche per le nuove giovani generazioni e anche per avere opportunità di lavoro.

Quindi adesso do la parola a Paolo per la questione più tecnica relativa all'utilizzo della valorizzazione del patrimonio. Grazie.

PAOLO TERRIBILI, *socio fondatore di Confrestauro*. Buonasera a tutti. Grazie per l'opportunità di essere vostri ospiti qui presso la VII Commissione.

Come diceva il presidente, la *mission* della Confrestauro è proprio quella di creare delle sinergie tra i vari operatori, in modo che possa esistere un interscambio tra tutta la filiera delle attività di lavorazione oltre che di realizzazione, ma anche di progettazione, all'interno del campo del restauro.

La particolare missione che ci siamo dati come Confrestauro è proprio quella dello studio delle tematiche relative alla definizione e sperimentazione di soluzioni di restauro sostenibile. Cercando di individuare una filiera di prodotti di utilizzo e di materiali, che possano portare all'applicazione di quelle che sono oggi le prerogative anche in sede comunitaria dell'applicazione del DNSH, cioè quello di non arrecare danno all'ambiente.

Questa è una delle nostre peculiarità, finalizzata proprio a individuare un restauro che sia compatibile, che possa portare i beni culturali attraverso ad esempio tutti i materiali che siano una biopulitura, il bioconsolidamento, la disinfestazione, attività che possano ridurre l'utilizzo di pro-

dotti tossici o che possano arrecare danno agli stessi beni.

Un'altra attività importante è quella dello sviluppo delle tecnologie BIM anche all'interno del restauro, che a breve diventerà un'attività per tutte le progettazioni, ma soprattutto nel campo del restauro di svilupparlo in maniera consistente. In quanto l'applicazione del BIM potrebbe portarci a una serie di attività di diagnostica, di quelle che sono il rilievo e la conoscenza dell'immobile. Ma soprattutto ci può dare quella della comunicazione dei beni culturali, attraverso la raccolta dati, la loro elaborazione, e quindi la riproposizione dei dati a quello che è un *parterre* molto più ampio di fruitori dei beni culturali.

La tecnologia BIM è senz'altro oggi uno degli elementi più importanti in tutte le attività, quelle che sono anche della progettazione, ma è finalizzata anche a un'attività che è quella relegata alla manutenzione. Infatti attraverso l'utilizzo dei dati in BIM noi possiamo attivarci anche per una futura manutenzione dell'immobile, di tutti gli impianti e delle attività che possono gestire un bene culturale. E soprattutto anche quello della comunicazione, perché possiamo dare comunicazione dei beni culturali a un più ampio *parterre*. Vediamo ad esempio quello per i beni librari, sarebbe possibile dare possibilità a un più vasto bacino di studenti, quello di poter leggere e potere attingere a questi beni culturali.

PRESIDENTE. Grazie. La parola all'onorevole Cherchi.

SUSANNA CHERCHI. Grazie presidente.

Lei ha parlato di lavoro, nel senso che potrebbe essere un lavoro per i ragazzi nel futuro. Ma ci sono già dei corsi legati a questo oppure è un progetto futuro?

Io immagino, nella mia ignoranza, che per poter fare un restauro ci debba essere dietro un lavoro enorme che precede il restauro vero e proprio. Quindi ci sono già dei corsi o è un progetto che ci sarà poi in futuro?

PRESIDENTE. Pongo un altro quesito generale come Confrestauro.

Il patrimonio culturale con l'aiuto di trasformazione intelligente e di rigenerazione può aumentare il proprio valore, non solo culturale ma anche sociale ambientale economico. Quali possono essere le tecniche innovative nel settore restauro che possano facilitare questo circuito e come l'accesso a queste tecniche può essere facilitato?

Un altro quesito è sul rapporto con la struttura istituzionale e quali possono essere, secondo voi, delle modifiche alle procedure perché ci sia maggiore velocità e trasparenza rispetto agli incarichi che le Sovrintendenze danno sui restauri.

PAOLO TERRIBILI, *socio fondatore di Confrestauro*. Diciamo che già esistono tutta una serie di corsi, che sono quelli attivati proprio dal Ministero sia attraverso l'ISCR che il Ministero direttamente.

Noi, come Confrestauro, ci poniamo l'obiettivo di avviare una serie di corsi e di conoscenze attraverso quelle che sono le nostre attività.

Per rispondere alla domanda che ha fatto il presidente, proprio la tecnologia BIM, quella dell'informatizzazione dei nostri cantieri, ci può dare quello che può essere l'innovazione e la conoscenza del cantiere.

Sarebbe anche interessante riuscire proprio a trasmettere lo stesso cantiere, la stessa attività, soprattutto quando si lavora su beni culturali di una certa rilevanza (come ad esempio adesso il Cenacolo che si sta facendo a Milano, o altri), riuscire proprio a darne una comunicazione completa e costante del lavoro che viene fatto dai restauratori. Questo è necessario anche per la conoscenza dei giovani, di una materia che a volte sembra quasi una nicchia ma che invece potrebbe essere un'importante risorsa per tutti i giovani di lavoro, di conoscenza e di avvicinarsi all'arte in maniera molto più operativa che magari solamente vista da lontano.

Anche il discorso economico, abbiamo dei beni che hanno una grande valore, l'Italia è piena, gli artisti sono importanti, il richiamo culturale dell'Italia è importantissimo, e credo che sia fondamentale pre-

sentarli e darli in maniera idonea a quelli che saranno i fruitori.

ALBERTO RUI, *presidente di Confrestauro*. Per quanto riguarda i rapporti con le istituzioni, quindi con le Sovrintendenze, io credo che la selezione deve essere fatta in base alle caratteristiche delle stesse imprese. Adesso farò un discorso tecnico molto veloce.

Nel mondo del restauro esistono due iscrizioni particolari: l'iscrizione a OG2, che riguarda il restauro monumentale strutturale, quindi un'impresa che appropria un edificio importante a livello strutturale deve avere una certificazione che si chiama OG2. Quindi le stesse istituzioni e quindi le soprintendenze devono valutare che l'impresa abbia questo attestato, con il direttore tecnico con grande esperienza. Quindi la selezione c'è già, nel senso che le imprese devono avere questi determinati certificati.

Poi c'è il certificato OS2 che riguarda invece l'aspetto artistico, quindi tutte le opere di restauro artistico (l'affresco, il decorativo, la pietra) devono essere affrontate da aziende che hanno queste certificazioni, e quindi la Sovrintendenza deve attenersi e verificare che effettivamente le aziende abbiano questi certificati per poter operare poi nelle sedi giuste.

PRESIDENTE. Non essendovi altri quesiti ringrazio i rappresentanti di Confrestauro e passiamo all'ultima audizione.

Concludiamo il ciclo di audizioni odierno con la dottoressa Ilda Forgiione, che ringrazio per aver accolto l'invito della Commissione e le cedo immediatamente la parola.

Prego, buongiorno e benvenuta.

ILDE FORGIONE, *esperta di comunicazione culturale*. Ringrazio la Commissione e il presidente per la possibilità datami di mettere la mia conoscenza a disposizione del Paese e del Parlamento.

La mia relazione sarà un po' più generale rispetto a quella degli altri perché si concentra su aspetti di prospettiva, a cui tendere nell'ambito di due punti specifici, cioè entrambi legati alla comunicazione,

museale e culturale. Ovvero l'uso dei *social network* a fini culturali e la legge che regola la comunicazione pubblica.

L'orizzonte a cui tendere è quello della fruizione universale dei beni culturali, così come l'aveva definita il giurista Massimo Severo Giannini. E per rendere effettiva e non solo ipotetica tale fruizione noi dobbiamo favorire la democratizzazione dell'arte. Democratizzazione che passa necessariamente attraverso l'accessibilità, intesa come comprensibilità di ciò che si osserva.

Secondo gli ultimi dati Istat disponibili, nel 2021 si è confermato un divario nei consumi dei beni culturali e nella fruizione dei beni e servizi per reddito e fascia d'età, con i giovani e le famiglie più abbienti in prima linea. Esiste ancora un divario, quindi, importante nell'accesso alla cultura per fasce sociali, nel senso che i consumi culturali risultano correlati al livello d'istruzione e reddito: più alti sono il titolo di studio e il reddito familiare e maggiore è la propensione alla spesa per beni e servizi culturali.

Questo implica un rischio di esclusione sociale che, con particolare riferimento alle nuove generazioni, può essere in parte mitigato grazie all'uso dei *social network* a fini educativi, con un approccio incentrato sui fini di intrattenimento e sui profili emozionali. Quindi l'uso dei *social network* da parte degli istituti e dei luoghi della cultura — che già avviene, ma in maniera sporadica e autogestita — è da incoraggiare, in quanto permette ai visitatori di interagire attivamente con le opere, condividere le prospettive e contribuire a rendere i musei dei luoghi vivi e aperti al pubblico.

Questo passaggio da un ruolo passivo a un ruolo attivo per i visitatori aumenta il senso di appartenenza e di connessione con gli oggetti culturali, favorendo un maggiore apprezzamento del patrimonio anche attraverso l'approccio orientato al divertimento. Quindi l'obiettivo è far sì che i musei non siano più percepiti come spazi ristretti e chiusi, riservati agli studiosi e agli esperti, ma piuttosto dei luoghi di scambio culturale e di apprendimento per tutti.

In questo quadro uno dei vantaggi significativi dei *social media* sta nella loro

capacità di raggiungere istantaneamente un pubblico globale. Quindi i musei, gli storici dell'arte e gli appassionati possono condividere immagini, video articoli e contenuti educativi sulla storia dell'arte e sull'archeologia, rendendoli accessibili alle persone di tutto il mondo e facendo conoscere i tesori italiani anche a chi fisicamente non può visitare il nostro paese.

È molto diffuso recentemente il fenomeno degli *art creator*, studiosi di storia dell'arte o semplici appassionati che condividono sui loro canali delle informazioni anche di base, che però aiutano le persone a scoprire qualcosa che altrimenti non avrebbero trovato sul loro percorso.

Per cui attraverso la strategia digitale viene ridefinito in un certo senso il ruolo di museo, che da spazi fisici di conservazione ed educazione diventano spazi virtuali nei quali si può dialogare a più livelli. In questa prospettiva i *social media* sono quindi secondo me uno degli strumenti per realizzare la missione culturale dei musei, perché il divertimento può guidare le persone verso temi sconosciuti e aiutare ad avvicinarle.

Questo serve anche per tutelare il patrimonio, dal momento che conoscere qualcosa è il primo necessario passaggio per prenderlo a cuore e proteggerlo.

La nuova sfida sta nel far crescere cittadini consapevoli della ricchezza e della fragilità del nostro patrimonio artistico, e questa esposizione aggiuntiva aumenta la visibilità dei musei, attira nuovi visitatori e promuove l'interesse per la storia dell'arte e l'archeologia. Ad esempio come è avvenuto nel caso di Chiara Ferragni agli Uffizi.

Per promuovere efficacemente, però, il bene culturale attraverso i canali digitali non si può improvvisare: occorre rivolgersi a comunicatori pubblici professionisti, appunto non improvvisati, che devono possedere competenze avanzate in diversi ambiti. Ad esempio *storytelling*, devono saper raccontare la storia e il valore dell'opera in modo coinvolgente; gestioni dei *social*, quindi essere in grado di creare e gestire campagne mirate essendo pratici delle caratteristiche di ciascun canale. Essere conoscitori del *digital marketing*, quindi ottimizzando

la diffusione dei contenuti culturali; devono promuovere l'accessibilità e l'inclusività rendendo disponibili e fruibili le informazioni a tutti, e devono saper interagire col pubblico e moderare commenti e discussioni. Oltre a questo, caratteristica specifica per i beni culturali, devono conoscere approfonditamente le opere e i siti coinvolti per poterne valorizzare tutti gli aspetti.

La legge 150 del 2000 sulla comunicazione pubblica impatta anche sulla comunicazione museale e presenta alcuni aspetti di vetustà che rendono necessaria una sua revisione, come è già stato detto da più parti e in più indagini conoscitive e da più esperti.

Risale al 2000, quindi quando Internet e i *social media* erano agli esordi, mentre oggi i canali sono diventati irrinunciabili per la comunicazione pubblica, ma la legge non lo riflette adeguatamente.

La legge punta principalmente a diffondere notizie e informazioni, mentre oggi la comunicazione pubblica dovrebbe mirare all'interazione, al coinvolgimento e alla costruzione di una comunità. E questo perché di particolare importanza è diventato il *public engagement* per costruire un rapporto di fiducia con i cittadini, che come sappiamo troppo spesso vedono le istituzioni come distanti.

La legge non disciplina in modo specifico i peculiari obiettivi d'interesse pubblico della comunicazione culturale, come appunto la promozione dei beni culturali, e non valorizza adeguatamente la professionalità dei comunicatori. Per cui ufficio delle relazioni con il pubblico, ufficio stampa e portavoce non rispondono pienamente alle finalità di comunicazione per il *public engagement* che le amministrazioni dovrebbero perseguire oggi.

I comunicatori pubblici costituiscono una differente categoria, con formazione e competenze diverse rispetto alle figure disciplinate dalla legge, e la cui funzione è diventata tanto più rilevante dal momento che i *social network* hanno assunto la funzione di nuove *agorà* pubbliche, spazi di discussione pubblica.

Inoltre la legge 150 non affronta specificamente il tema della comunicazione mu-

seale, costituendo quest'ultima un aspetto fondamentale del lavoro dei musei, che hanno il compito non solo di conservare ed esporre le opere ma anche di comunicare il loro significato e la loro importanza al pubblico.

Pertanto una revisione della legge dovrebbe includere posizioni specifiche e promuovere e migliorare la comunicazione museale.

Dal mio punto di vista alcune cose potrebbero esser fatte in prospettiva di riforma per l'ambito specifico dei beni culturali: riconoscere ufficialmente i canali digitali come mezzi di comunicazione pubblica, definire obiettivi chiari e aggiornati di valorizzazione e promozione del patrimonio culturale; valorizzare la figura professionale del comunicatore culturale e le sue competenze avanzate; assicurare un'informazione culturalmente inclusiva e accessibile anche per pubblici con esigenze specifiche.

Un'ulteriore peculiarità della figura del comunicatore culturale sta nel dover possedere competenze trasversali. Alle competenze nel campo della comunicazione devono, infatti, unirsi quelle specifiche del settore della cultura. E l'assenza di una di queste due conoscenze deve essere colmata tramite percorsi di formazione post-universitaria, su cui si può intervenire favorendo formazioni specifiche, quali *master* e corsi di formazione, in collaborazione da parte del Ministero con università e terzo settore, Ministero sia MIC che il Ministero per l'istruzione e il merito, lavorando insieme alla Commissione e alla Camera.

**PRESIDENTE.** Se non ci sono quesiti ne pongo uno io.

Riguarda il nuovo indirizzo di comunicazione digitale dei beni culturali. Abbiamo visto il caso degli Uffici durante la pandemia e altri casi che ha citato nel corso della sua relazione. Più volte abbiamo parlato dell'importanza di nuovi linguaggi e nuove forme di comunicazione, come da lei anche citato da poco, e in particolare sulla valorizzazione dei beni culturali.

Quali possono essere i nuovi orizzonti dopo le piattaforme digitali che possono avere un ruolo formativo e di intratteni-

mento? Mi spiego, c'è possibilità anche di una convergenza con il *gaming* per la creazione di una formazione indiretta attraverso il gioco?

ILDE FORGIONE, *esperta di comunicazione culturale*. Assolutamente sì. È tutta da esplorare la gestione del metaverso, che è ancora in fase di studio ed esplorazione. Ma ciò non toglie che la realtà aumentata e le esperienze immersive possono essere forme di intrattenimento che si uniscono all'educazione.

Per quanto riguarda il *gaming*, la proficuità di un approccio attraverso il divertimento e il gioco è ampiamente testata. Quindi ci si può fare portatori di queste esperienze di tipo ludico ricreativo in modo da avvicinare attraverso un altro modo.

PRESIDENTE. Ringrazio Ilde Forgione per il suo contributo.

Preannuncio, altresì, che su questi temi sentiremo anche i rappresentanti delle piattaforme digitali, che sono certamente i protagonisti di queste dinamiche sulle nuove tecnologie. Quindi nel corso di questo ciclo di audizioni ci sarà ovviamente anche l'audizione di Meta, TikTok, Twitter e tutte le altre piattaforme che utilizzano questi nuovi linguaggi. Grazie a tutti.

Dichiaro quindi concluse le audizioni previste nella seduta odierna e autorizzo la pubblicazione, in calce al resoconto della seduta odierna, dei documenti depositati (*vedi allegati*).

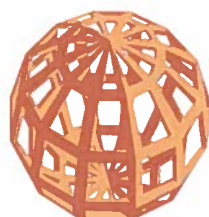
**La seduta termina alle 15.05.**

---

*Licenziato per la stampa  
il 27 novembre 2023*

ALLEGATO 1

**Documentazione depositata da Federculture.**



**FEDERCULTURE**

## **Proposte per il sostegno della cultura e dell'arte**

Elaborazione e studio a cura di



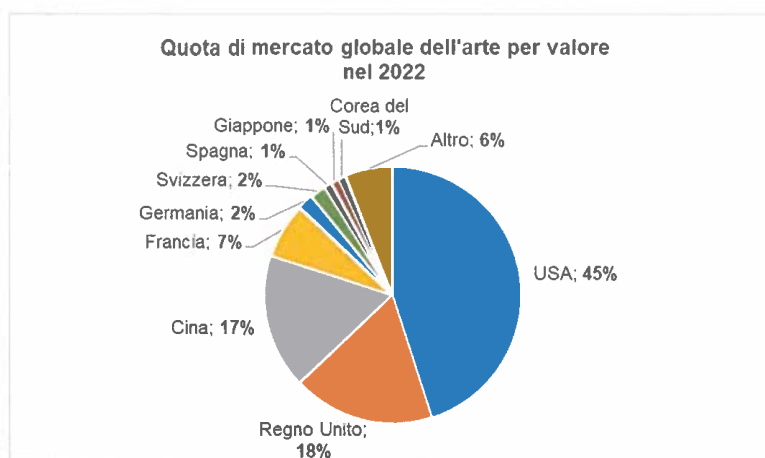


## Introduzione

Arte e cultura sono da sempre tratti distintivi dell'identità italiana che rendono la nostra penisola famosa in tutto il mondo. Ma arte e cultura sono anche motori di crescita economica e sociale. Difatti, le industrie culturali e creative sono driver strategico di sviluppo sostenibile, non solo per il numero di posti di lavoro che offrono, ma anche per l'innovazione che promuovono nella società, l'impatto che generano in termini di inclusione e coesione sociale e il boost che rappresentano per altri settori dell'economia, dal turismo alla manifattura creative-driven.

Tuttavia, le potenzialità racchiuse in questi settori non sono sfruttate appieno, come evidenziano i report e le ricerche sul tema. La dodicesima edizione del rapporto *Io sono cultura 2022*<sup>1</sup> riporta una fotografia del sistema italiano che non si è ancora ripreso dallo shock della pandemia: il valore aggiunto delle imprese culturali e creative nel 2021 è ancora ben al di sotto dei numeri pre-covid (-4,8% rispetto al 2019). Tra i settori più colpiti ci sono quello dello spettacolo (-21,9%), del patrimonio storico e artistico (-11,8%) e dell'audiovisivo e della musica (-11,6%).

Non va meglio per il mercato dell'arte, un mercato globale e competitivo in cui l'Italia non sfrutta le proprie enormi possibilità limitando il proprio peso a una quota marginale in un fronte dominato da Stati Uniti, Regno Unito, Cina e Francia, come riporta il grafico sottostante (*The Art Market 2023*)<sup>2</sup>.



<sup>1</sup> *Io sono cultura 2022. L'Italia della qualità e della bellezza sfida le crisi*. I Quaderni di Symbola. Realizzato da Fondazione Symbola e Unioncamere con la collaborazione del Centro Studi delle Camere di commercio Guglielmo Tagliacarne insieme a Regione Marche e Istituto per il Credito Sportivo. Scaricabile al link: <https://www.unioncamere.gov.it/sites/default/files/articoli/2022-09/10%20sono%20Cultura%202022%20DEF.pdf>

<sup>2</sup> *The Art Market 2023*. Realizzato da Art Basel e UBS. Scaricabile al link: <https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/collecting/art-market-survey/download-report-2023.html?campID=NL-ANY-GLOBAL-ENG-ANY-ANY>





Le industrie in questione risentono di normative restrittive e di un sistema fiscale che non favorisce abbastanza la circolazione di opere d'arte e le donazioni a favore della cultura. Per tali motivazioni si rende necessaria una riforma fiscale delle norme che impattano sui settori creativi e culturali.

In tutto questo si innesta la delega fiscale con cui il governo si è posto obiettivi di razionalizzazione e semplificazione oltre che di stimolo alla crescita economica del Paese.

Stanti queste premesse si ritiene, nello specifico, che le operazioni più urgenti da intraprendere riguardino i seguenti temi:

1. *Detraibilità spese culturali*
2. *IVA sulle attività culturali*
3. *Inerenza delle spese per sponsorizzazioni culturali*
4. *Art bonus*
5. *Fondo per la cultura*
6. *Operazioni sul mercato dell'arte*
  - a. *IVA all'importazione di opere d'arte*
  - b. *Cessioni tra privati*

Si sottolinea fin da subito che le proposte avanzate vanno nella direzione di semplificare e razionalizzare la normativa esistente, promuovendo lo sviluppo dei settori creativi e culturali, ma prestando attenzione a non gravare sulle finanze dello Stato. Difatti, le misure avanzate rispondono ad un generale principio di bilanciamento, per cui se alcune proposte causano una diminuzione del gettito fiscale per lo Stato (detraibilità spese culturali), altre provocano un incrementano delle entrate erariali (fondo per la cultura, cessioni tra privati), mentre altre ancora hanno saldo nullo, non andando a modificare significativamente il gettito fiscale prodotto (IVA sulle attività culturali, inerenza delle spese per sponsorizzazioni culturali, Art bonus, IVA all'importazione di opere d'arte).



## 1. Detraibilità spese culturali

Con riferimento all'**art. 5, comma 1, lettera a-1 della delega fiscale che prevede il riordino del sistema delle detrazioni dall'imposta lorda** con particolare riguardo, tra le altre cose, alla salute delle persone, si ritiene opportuno e necessario **trattare le spese culturali come spese mediche e dunque considerarle anch'esse detraibili per la parte che eccede i 129,11 euro**, andando a modificare l'articolo 15 del Testo unico del 22/12/1986 n. 917.

L'accostamento alle spese mediche trae fondamento e legittimità da un'ampia letteratura che afferma gli effetti benefici della cultura e delle arti sulla salute sia mentale che fisica e dall'orientamento che risulta sempre più evidente all'interno degli organi dell'Unione Europea di considerare la sfera dell'arte e della cultura indissolubilmente legata a quella della salute e del benessere. La Risoluzione del Parlamento europeo del 14 dicembre 2022 sull'attuazione della nuova agenda europea per la cultura e della strategia dell'Unione europea per le relazioni culturali internazionali ((2022/2047(INI))<sup>3</sup> al punto K riconosce che *"sia la partecipazione culturale attiva che quella passiva presentano numerosi benefici economici, sociali e sanitari"*, e al punto M riporta che *"le arti e le attività culturali sono da tempo riconosciute dall'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) come benefiche per la salute, tra cui la salute mentale, e il benessere individuale e sociale, in particolare grazie alla loro natura e alle loro componenti poliedriche, tra cui l'interazione sociale, l'attivazione sensoriale, l'espressione emotiva, la stimolazione cognitiva e l'attività fisica, nonché la loro capacità di stimolare molteplici processi psicologici, comportamentali e sociali; che le arti e la cultura hanno dimostrato di avere un ruolo inestimabile nel favorire la resilienza delle società in tempi di crisi"*. Inoltre, all'articolo 22 *"incoraggia gli Stati membri a riconoscere il ruolo delle arti e della cultura nella promozione di uno stile di vita sano, della salute mentale e del benessere individuale e sociale; sottolinea l'importanza delle iniziative culturali e artistiche volte a migliorare la salute e la qualità della vita delle persone con disabilità; deplora i danni causati dall'interruzione di tali attività durante la pandemia di COVID-19; invita pertanto gli Stati membri a includere l'arte e la cultura nell'ambito di misure di sostegno psicosociale complete a favore dei gruppi e delle comunità più vulnerabili e svantaggiati"*.

Come cita la risoluzione del Parlamento Europeo, l'OMS da tempo riconosce gli effetti benefici dell'arte e della cultura sulla salute degli individui. Nel 2019 ha pubblicato una dettagliata ricerca sul tema<sup>4</sup> che ha raccolto la letteratura esistente (oltre 900 pubblicazioni, tra le quali ci sono più di 200 review, review sistematiche, meta-analisi e meta-sintesi basate su oltre 3000 studi e 700 ulteriori singoli studi), dimostrando l'esistenza di una solida base di conoscenze ed evidenze del contributo delle arti sia nell'ambito della prevenzione delle malattie e nella promozione della salute, sia nell'ambito della gestione della cura e del trattamento delle malattie.

A conferma di quest'orientamento che sta prendendo sempre più piede all'interno dell'Unione Europea, si portano all'attenzione le politiche e i progetti che sono stati finanziati negli ultimi anni da fondi europei che coniugano cultura e salute e benessere. Degno di menzione è il progetto

<sup>3</sup> Accessibile al link: [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0444\\_IT.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0444_IT.html)

<sup>4</sup> *Quali sono le evidenze sul ruolo delle arti nel miglioramento della salute e del benessere? Una scoping review*, Daisy Fancourt e Saoirse Finn, WHO Regional Office for Europe 2019. Vedi Allegato.



CultureForHealth che, nel dicembre 2022, ha pubblicato un rapporto<sup>5</sup> volto ad aggiornare e ampliare la portata della ricerca dell'OMS. Tale rapporto, analizzando 310 studi relativi alla relazione tra cultura, sanità e benessere, ha dimostrato che la cultura sostiene la salute e il benessere a livello individuale (favorendo la salute fisica e mentale e il benessere soggettivo), a livello di comunità (sostenendo l'inclusione sociale e comunità impegnate e resilienti) e a livello economico (dando vita a quella che l'OCSE descrive come un'economia del benessere). Un altro progetto interessante è "Voices of culture", un dialogo strutturato tra il settore culturale europeo e la Commissione europea, all'interno del quale è stato pubblicato un rapporto<sup>6</sup> che afferma che l'arte e la cultura rappresentano uno strumento importante a disposizione di organizzazioni culturali e istituzioni pubbliche per favorire il miglioramento della salute mentale nelle generazioni più giovani, un tema di interesse crescente nel contesto europeo post-pandemico e scosso dalla guerra in Ucraina. Per avere un'idea degli interventi più importanti sviluppatosi negli ultimi anni che vanno in questa direzione, si rimanda al report<sup>7</sup> di Mariya Gabriel, Commissaria europea per Innovazione, Ricerca, Istruzione, Cultura e Giovani, che propone una mappatura degli interventi più significativi e all'avanguardia capaci di sfruttare le potenzialità delle attività artistiche e culturali nell'ambito della salute e del benessere. Dunque, risulta evidente la tendenza che si sta diffondendo sempre di più all'interno dell'Unione Europea di adottare e diffondere un approccio più ambizioso e olistico alla salute e al benessere delle persone, che vada ad integrare il modello biomedico, e in cui l'arte e la cultura giocano un ruolo fondamentale.

Alla luce di ciò si avanza la proposta di **considerare, da un punto di vista fiscale, il consumo culturale come medicina alternativa e/o complementare al pari delle cure omeopatiche.**

Tale misura porterebbe anche l'indubbio vantaggio di stimolare lo sviluppo dei settori culturali e creativi, sfruttando come driver di crescita l'aumento della domanda. I problemi del settore culturale nascono in buona parte dall'incapacità di mettere al centro le persone mettendo, invece, al centro la cultura. Sostenere il consumo culturale ha il pregio di indirizzare le risorse là dove i fruitori culturali sono più interessati.

Nella proposta avanzata, si intende far rientrare nella definizione di spese culturali le seguenti voci: acquisto di biglietti di ingresso o tessere d'abbonamento a musei, mostre, eventi culturali, monumenti, gallerie, aree archeologiche, parchi naturali, concerti, spettacoli teatrali, sale cinematografiche, nonché spese per l'acquisto di libri e di opere protette da diritto d'autore su supporto cartaceo, audio o video e prodotti musicali, e spese per la partecipazione ad attività formative e di divulgazione culturale, workshop e laboratori, visite guidate.

Ai fini della detrazione la spesa culturale dovrebbe essere certificata da biglietto o abbonamento riportante il marchio SIAE, da fattura o da scontrino fiscale contenente la specificazione della natura,

<sup>5</sup> *Culture's contribution to health and well-being. A report on evidence and policy recommendations for Europe*, CultureForHealth (2022), scaricabile al link: [Our report - Cultureforhealth.eu](https://www.cultureforhealth.eu/our-report)

<sup>6</sup> *Youth, Mental Health and Culture, Brainstorming report*, Voices of culture (2023), scaricabile al link: [Brainstorming Report 'Youth, Mental Health and Culture' now available - Voices of Culture](https://www.voicesofculture.eu/brainstorming-report)

<sup>7</sup> *Get inspired! Culture: a driver for health and wellbeing in the EU* Mariya Gabriel (2022), scaricabile al link: [Get inspired! - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](https://publications.ec.europa.eu/get-inspired)



qualità e quantità dei beni o servizi acquistati. Il certificato di acquisto dovrebbe comunque contenere l'indicazione del nome e cognome del destinatario o il suo codice fiscale.

Inoltre, si propone di inserire un limite in termini di reddito complessivo entro il quale si possa godere della detrazione pari a 100.000,00 euro.

### Ipotesi normativa

#### D.P.R. 917/86, ART. 15 (DETRAZIONI PER ONERI)

<sup>1</sup> c-quater) le spese culturali, per la parte che eccede euro 129,11.

Dette spese sono costituite esclusivamente dalle spese per l'acquisto di biglietti di ingresso o tessere d'abbonamento a musei, mostre, eventi culturali, monumenti, gallerie, aree archeologiche, parchi naturali, concerti, spettacoli teatrali, sale cinematografiche, nonché dalle spese per l'acquisto di libri e di opere protette da diritto d'autore su supporto cartaceo, audio, o video e prodotti musicali, e spese per la partecipazione ad attività formative e di divulgazione culturale, workshop e laboratori, visite guidate. Ai fini della detrazione la spesa culturale deve essere certificata da biglietto o abbonamento riportante il marchio SIAE, da fattura o da scontrino fiscale contenente la specificazione della natura, qualità e quantità dei beni o servizi acquistati. Il certificato di acquisto deve comunque contenere l'indicazione del nome e cognome del destinatario o il suo codice fiscale.

La detrazione di cui alla presente lettera spetta qualora il reddito complessivo non ecceda 100.000,00 euro.



### Ipotesi impatto su gettito fiscale

Con la finalità di stimare ragionevolmente l'impatto della misura sopra descritta sul gettito fiscale, è stata esaminata la spesa media delle famiglie italiane in attività culturali.

Nello specifico, è stato preso in considerazione il dato ISTAT 2022<sup>8</sup>, che indica una spesa media mensile delle famiglie nel 2021 pari a 43 euro per attività culturali<sup>9</sup>, dunque una spesa media annua pari a 516 euro (= €43 x 12 mesi).

Consideriamo una media di 2,3 componenti a famiglia (fonte: ISTAT). Effettuiamo quindi, il calcolo sul singolo e otteniamo quanto segue.

- la spesa culturale media annua per individuo è pari a 224,35 euro (= €516 / 2,3);
- considerando una detrazione del 19% per le spese eccedenti i 129,11 euro, la detrazione per ogni individuo sarebbe dunque pari a 18 euro (= 19% x (€224,35 - €129,11)).
- considerando che il numero di contribuenti in Italia per l'anno d'imposta 2020 è stato di circa 41,2 milioni (fonte: MEF Dipartimento delle Finanze<sup>10</sup>), la **detrazione per spese culturali, in Italia, risulterebbe pari a circa 738 milioni di euro** (= €18 x 41 milioni).

È tuttavia da considerare che l'incremento dei consumi culturali incentivato dalla detrazione sopra proposta porterebbe ad una riduzione delle spese mediche degli individui, data l'ampia evidenza degli effetti benefici che la cultura e le arti hanno sulla salute sia mentale che fisica delle persone.

Secondo le analisi statistiche sulle dichiarazioni da parte del MEF<sup>11</sup>, il totale delle spese sanitarie, spese sanitarie per portatori di handicap e acquisto cani guida ammonta a circa 17 miliardi di euro, per una detrazione totale in Italia pari a circa 2 miliardi di euro<sup>12</sup>. Pertanto, **a fronte di un aumento delle detrazioni per spese culturali bisogna valutare una riduzione delle detrazioni per spese mediche.**

<sup>8</sup> Accessibile al link: <https://www.istat.it/it/archivio/279105>

<sup>9</sup> Spese incluse: 094) servizi ricreativi e culturali, 095) giornali, libri e articoli di cartoleria

<sup>10</sup> Accessibile al link:

[https://www1.finanze.gov.it/finanze/analisi\\_stat/public/v\\_4\\_0\\_0/contenuti/analisi\\_dati\\_2020\\_irpef.pdf?d=1615465800](https://www1.finanze.gov.it/finanze/analisi_stat/public/v_4_0_0/contenuti/analisi_dati_2020_irpef.pdf?d=1615465800)

<sup>11</sup> Dati aggiornati al 13 Aprile 2022. Accessibili al link:

[https://www1.finanze.gov.it/finanze/analisi\\_stat/public/index.php?tree=2021AAPFTOT020901](https://www1.finanze.gov.it/finanze/analisi_stat/public/index.php?tree=2021AAPFTOT020901)

<sup>12</sup> Tale valore è stato stimato come segue:

- a) Spese mediche totali in Italia = €16.764.760.000;
- b) Spese mediche per contribuente = €407 (= €16.764.760.000 / 41.200.000)
- c) Detrazione per spese mediche per contribuente = €53 (= 19% x (€407 - €129,11))
- d) Detrazione per spese mediche in Italia = € 2.174.631.320 (€53 x 41.200.000).



## 2. IVA sulle attività culturali

In riferimento all'**art. 7, comma 1, lettera c della delega fiscale** che prevede *“una tendenziale omogeneizzazione del trattamento IVA per i beni e servizi similari, anche individuati mediante il richiamo alla nomenclatura combinata o alla classificazione statistica, meritevoli di agevolazione in quanto destinati a soddisfare le esigenze di maggior rilevanza sociale”*, si avanza la proposta di **uniformare le aliquote IVA applicabili alle attività culturali a un'aliquota ridotta**.

A oggi, infatti, le aliquote IVA sono differenziate in base alla tipologia di attività culturale in questione:

- a. Al settore dell'editoria si applica un'aliquota del 4% (parte II, tabella A allegata al DPR 633/72);
- b. Al settore dello spettacolo si applica un'aliquota del 10% (parte III, tabella A allegata al DPR 633/72);
- c. Alle prestazioni delle biblioteche, dei musei, delle gallerie, pinacoteche, monumenti, ville, palazzi, parchi, giardini botanici e zoologici e simili non si applica l'imposta sul valore aggiunto essendo qualificabili come prestazioni esenti (art. 10 DPR 633/72);
- d. Al settore discografico si applica un'aliquota del 22%.

Si propone di applicare a queste categorie di attività culturali un'aliquota unica ridotta, in nome della rilevanza sociale di cui godono tutte le forme d'arte. Il suggerimento è quello di **fissare l'aliquota unica ridotta al 5%, in linea con la nuova formulazione dell'articolo 98 della direttiva europea 5 aprile 2022 n 2022/542/UE comma 1, che impone agli Stati membri di applicare un massimo di due aliquote ridotte non inferiori al 5% ad un massimo di 24 punti dell'Allegato III**.

Tale modifica comporterebbe le seguenti conseguenze:

- a. L'incremento di un punto percentuale dell'aliquota IVA applicata al settore dell'editoria, con un incremento del gettito fiscale generato da questo comparto culturale con un impatto negativo poco significativo;
- b. La riduzione di 5 punti percentuali dell'aliquota IVA applicabile al settore dello spettacolo. Il minor gettito fiscale derivante dall'ambito dello spettacolo si giustifica con la volontà di promuovere la crescita di un settore che rappresenta un'eccellenza italiana nel contesto internazionale ma che soffre ancora delle gravi conseguenze della pandemia, con una riduzione nel 2021 del 72% del numero di spettatori e del 78% della spesa rispetto al periodo pre-Covid<sup>13</sup>;
- c. L'abolizione dell'esenzione IVA attualmente in vigore per biblioteche, musei, gallerie e affini. Assoggettare all'aliquota IVA ridotta questa tipologia di prestazioni comporterebbe un vantaggio per le finanze dello Stato, in termini di maggiori entrate prodotte, ma anche per gli stessi operatori culturali, in quanto vorrebbe dire liberare l'IVA a credito oggi trattenuta dal meccanismo pro-rata. Infatti, il meccanismo del pro-rata generato dalle prestazioni esenti di questi soggetti, da un lato, sul fronte delle vendite, favorisce il fatturato generato da bigliettazione e prestazioni inerenti ed

<sup>13</sup> *Lo spettacolo e lo sport nel sistema culturale italiano: il rapporto annuale SIAE 2021 [edizione n 86]. SIAE. Scaricabile al link:*  
[https://d2aod8qfzlk6j.cloudfront.net/SIT0IS/Siae\\_Rapporto\\_Spettacolo\\_e\\_Sport\\_2021\\_vers\\_17\\_11\\_22\\_70c96ef00f.pdf](https://d2aod8qfzlk6j.cloudfront.net/SIT0IS/Siae_Rapporto_Spettacolo_e_Sport_2021_vers_17_11_22_70c96ef00f.pdf)



accessorie (es. audioguide e visite guidate) in esenzione IVA, dall'altro, sul fronte degli acquisti, impatta sulle operazioni assoggettate ad IVA che generano un credito che, per il meccanismo del pro-rata, non può essere utilizzato diventando un vero e proprio costo. Assoggettare ad aliquota IVA ridotta le prestazioni che oggi sono contemplate nell'art. 10 c. 22 in regime di esenzione (un assoggettamento che potrebbe essere assorbito dai musei e affini senza operare incrementi del costo del biglietto) risulterebbe più conveniente laddove l'IVA a debito liberasse al contempo l'IVA a credito finora "trattenuta" dal pro-rata.

- d. La riduzione di 17 punti percentuali dell'aliquota IVA applicabile al settore della discografia. L'ottenimento di un minor gettito fiscale dovuto alla riduzione dell'aliquota IVA sui prodotti e le attività del settore discografico viene in parte compensato dall'aspettativa di un aumento della domanda da parte dei consumatori.

### Ipotesi normativa

D.P.R. 633/72

#### Tabella A - Parte II-bis – Beni e servizi soggetti all'aliquota del 5%

2) prestazioni relative alla composizione, montaggio, duplicazione, legatoria e stampa, anche in scrittura braille e su supporti audio-magnetici per non vedenti e ipovedenti, dei giornali e notiziari quotidiani, libri, periodici, ad esclusione dei giornali e periodici pornografici e dei cataloghi diversi da quelli di informazione libraria, edizioni musicali a stampa, carte geografiche, atti e pubblicazioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica;

2 bis) le prestazioni proprie e accessorie delle biblioteche, e quelle inerenti alla visita di musei, gallerie, pinacoteche, monumenti, ville, palazzi, aree archeologiche, parchi, giardini botanici e zoologici e simili;

2 ter) mostre, eventi culturali, sale cinematografiche, spettacoli teatrali di qualsiasi tipo, compresi opere liriche, balletto, prosa, operetta, commedia musicale, rivista; concerti vocali e strumentali; attività circensi e dello spettacolo viaggiante, spettacoli di burattini, marionette e maschere, compresi corsi mascherati e in costume, ovunque tenuti;

2 quater) abbonamenti a piattaforme di streaming musicale, vinili, cd, cassette musicali.



## D.P.R. 633/72

## Tabella A - Parte II – Beni e servizi soggetti all'aliquota del 4%

35) prestazioni relative alla composizione, montaggio, duplicazione, legatoria e stampa, anche in scrittura braille e su supporti audio-magnetici per non vedenti e ipovedenti, dei giornali e notiziari quotidiani, libri, periodici, ad esclusione dei giornali e periodici pornografici e dei cataloghi diversi da quelli di informazione libraria, edizioni musicali a stampa, carte geografiche, atti e pubblicazioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica;

~~35) prestazioni relative alla composizione, montaggio, duplicazione, legatoria e stampa, anche in scrittura braille e su supporti audio-magnetici per non vedenti e ipovedenti, dei giornali e notiziari quotidiani, libri, periodici, ad esclusione dei giornali e periodici pornografici e dei cataloghi diversi da quelli di informazione libraria, edizioni musicali a stampa, carte geografiche, atti e pubblicazioni della Camera dei deputati e del Senato della Repubblica;~~

## D.P.R. 633/72

## Tabella A - Parte III – Beni e servizi soggetti all'aliquota del 10%

123) spettacoli teatrali di qualsiasi tipo, compresi opere liriche, balletto, prosa, operetta, commedia musicale, rivista; concerti vocali e strumentali; attività circensi e dello spettacolo viaggiante, spettacoli di burattini, marionette e maschere, compresi corsi mascherati e in costume, ovunque tenuti;

~~123) spettacoli teatrali di qualsiasi tipo, compresi opere liriche, balletto, prosa, operetta, commedia musicale, rivista; concerti vocali e strumentali; attività circensi e dello spettacolo viaggiante, spettacoli di burattini, marionette e maschere, compresi corsi mascherati e in costume, ovunque tenuti;~~

## D.P.R. 633/72

## Tabella C

1) Spettacoli cinematografici e misti di cinema e avanspettacolo, comunque ed ovunque dati al pubblico anche se in circoli e sale private;

~~1) Spettacoli cinematografici e misti di cinema e avanspettacolo, comunque ed ovunque dati al pubblico anche se in circoli e sale private;~~

## D.P.R. 633/72, ART. 10

22) le prestazioni proprie delle biblioteche, discoteche e simili e quelle inerenti alla visita di musei, gallerie, pinacoteche, monumenti, ville, palazzi, parchi, giardini botanici e zoologici e simili;

~~22) le prestazioni proprie delle biblioteche, discoteche e simili e quelle inerenti alla visita di musei, gallerie, pinacoteche, monumenti, ville, palazzi, parchi, giardini botanici e zoologici e simili;~~

### Ipotesi impatto su gettito fiscale

Segue una stima dell'impatto sul gettito fiscale della proposta sopra descritta.





Per quanto riguarda il **settore dell'editoria**, il valore del mercato del 2022 è pari a 3,429 miliardi di euro (fonte: dati rielaborati da AIE su rilevazioni Nielsen BookScan<sup>14</sup>). Ad oggi, l'IVA complessiva riferita a questo settore, con un'aliquota del 4%, è pari a 132 milioni di euro<sup>15</sup>. Un aumento dell'aliquota IVA di un punto percentuale, dal 4% al 5%, porterebbe ad un'IVA complessiva di 165 milioni di euro<sup>16</sup> e dunque ad un **incremento di gettito fiscale per 33 milioni di euro**.

Per quanto riguarda invece le prestazioni di **musei, ville, parchi e affini** che ad oggi sono esenti da imposte, è stata fatta una stima a partire dalla rilevazione 2021 su musei, monumenti e aree archeologiche statali pubblicata dal Ministero della Cultura<sup>17</sup>. Il valore totale degli introiti 2021 di questi enti è pari a 88,6 milioni di euro. Considerando un'aliquota IVA del 5%, si avrebbe un **gettito fiscale addizionale pari a 4,4 milioni di euro** (5% x €88,6 milioni).

Per il **settore cinematografico** l'annuario Cinetel sui dati del Mercato Cinematografico<sup>18</sup> stima che nell'anno 2022 il box office italiano ha incassato €306.622.567. L'IVA derivante da questo settore, con aliquota al 10%, è dunque pari a 28 milioni di euro<sup>19</sup>. Un decremento dell'aliquota IVA dal 10% al 5% porterebbe dunque ad una **contrazione del 50% del gettito fiscale, che verrebbe ridotto a 14 milioni di euro**.

Per quanto riguarda **l'attività teatrale, concertistica, di ballo e dello spettacolo viaggiante**, il rapporto SIAE 2021<sup>20</sup> stima un valore di mercato pari a 699 milioni di euro<sup>21</sup>, 635 milioni di euro al netto dell'IVA<sup>22</sup>. Anche in questo caso, un decremento dell'aliquota IVA dal 10% al 5% porterebbe dunque ad una **contrazione del 50% del gettito fiscale, che passerebbe da 63,5 milioni di euro a 31,8 milioni di euro. Si tenga tuttavia in considerazione che il dimezzamento dell'aliquota IVA sulle attività dello spettacolo avrà un effetto positivo sulla domanda dei consumatori**.

<sup>14</sup> È incluso il mercato di trade (romanzi e saggistica venduti nelle librerie fisiche e online e grande distribuzione, e-book e audiolibri compresi) pari a €1,811 miliardi, il comparto educativo (libri scolastici di adozione) pari a €780,1 milioni e il mercato delle banche dati e servizi Internet pari a €335 milioni.

Dati accessibili al link: <https://www.aie.it/Cosafacciamo/Studiericerche.aspx>

<sup>15</sup> È stato effettuato il calcolo come di seguito:

- il valore del mercato al netto di IVA è pari a 3,297 miliardi di euro: €3,429 miliardi / (1+ 4%) = €3,297 miliardi;
- l'IVA è dunque pari a €132 milioni (= €3,429 miliardi - €3,297 miliardi).

<sup>16</sup> €3,297 miliardi x 5% = €165 milioni

<sup>17</sup> Accessibile al link: [http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202021/MUSEI\\_TAVOLA4\\_2021.pdf](http://www.statistica.beniculturali.it/rilevazioni/musei/Anno%202021/MUSEI_TAVOLA4_2021.pdf)

<sup>18</sup> Scaricabile al link: [https://www.cinetel.it/pages/studi\\_e\\_ricerche.php](https://www.cinetel.it/pages/studi_e_ricerche.php)

<sup>19</sup> È stato effettuato il calcolo come di seguito:

- il valore del box office al netto di IVA è pari a 278,7 milioni di euro: €306,6 milioni / (1+ 10%) = €278,7 milioni;
- l'IVA è dunque pari a €27,9 milioni (= €306,6 milioni - €278,7 milioni).

<sup>20</sup> Scaricabile al link: <https://www.siae.it/it/cosa-facciamo/dati-dello-spettacolo/annuario-statistico-spettacolo/>

<sup>21</sup> Settori considerati:

- Attività teatrale 2021 = €132.282.752
- Attività concertistica 2021 = €113.534.298
- Attività di ballo e intrattenimenti musicali 2021 = €201.843.758
- Attrazioni dello spettacolo viaggiante 2021 = €183.832.635
- Mostre ed esposizioni 2021 = €67.482.900

<sup>22</sup> €699 milioni / (1+ 10%) = €635 milioni valore del mercato al netto dell'IVA



Infine, per il **settore del mercato discografico** il Rapporto Ifpi<sup>23</sup> stima che nell'anno 2022 ci sia stato un ricavo complessivo pari a €370.000.000. L'IVA derivante da questo settore, con aliquota al 22%, è dunque pari a 66.721.311 milioni di euro<sup>24</sup>. **Un decremento dell'aliquota IVA dal 22% al 5%, come da proposta, porterebbe ad una contrazione del gettito fiscale che passerebbe dunque da €66.721.311 a €15.163.934 (variazione gettito fiscale pari a - €51.557.377).**

<sup>23</sup> Scaricabile al link <https://globalmusicreport.ifpi.org/>

<sup>24</sup> È stato effettuato il calcolo come di seguito:

- il valore del mercato discografico al netto di IVA è pari a € 303.278.689 (= €370.000.000 / (1+ 22%))
- l'IVA è dunque pari a €66.721.311 (= €370.000.000 - € 303.278.689).



### 3. Inerenza delle spese per sponsorizzazioni culturali

Si ritiene necessaria una presa di posizione inequivocabile che metta fine alle supposizioni/questioni che da tempo si intrecciano sul tema dell'inerenza delle sponsorizzazioni culturali (e più ampiamente alle spese che le imprese sostengono con finalità di beneficio comune).

#### Ipotesi circolare interpretativa

Le società commerciali, tradizionalmente e storicamente<sup>25</sup>, nascono e operano per un unico scopo il cui risultato ultimo è quello di remunerare il capitale. Gli utili sono un diritto dei soci, il fine definitivo è la massimizzazione del profitto, lo *shareholder value*, la soddisfazione dei soci<sup>26</sup>.

Il fine tradizionale delle società commerciali negli ultimi anni si è però arricchito in maniera incrementale di componenti e azioni con finalità sociali. La *Corporate Social Responsibility*, ad esempio, era stata definita nel **Libro Verde della Commissione Europea**<sup>27</sup> come l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate. L'Unione Europea le ha da tempo indicate come strumento strategico per l'impresa tanto che nelle considerazioni preliminari della direttiva 2014/95<sup>28</sup> troviamo questa espressa dichiarazione: "nelle risoluzioni del 6 febbraio 2013<sup>29</sup> sulla «responsabilità sociale delle imprese: comportamento commerciale trasparente e responsabile e crescita sostenibile» e sulla «responsabilità sociale delle imprese: promuovere gli interessi della società e un cammino verso una ripresa sostenibile e inclusiva» il Parlamento europeo ha riconosciuto l'importanza della comunicazione, da parte delle imprese, di informazioni sulla sostenibilità, riguardanti ad esempio i fattori sociali e ambientali, al fine di individuare i rischi per la sostenibilità e accrescere la fiducia degli investitori e dei consumatori. In effetti, la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario è fondamentale per gestire la transizione verso un'economia globale sostenibile coniugando redditività a lungo termine, giustizia sociale e protezione dell'ambiente."

Il 25 settembre 2015, del resto, l'**assemblea generale delle Nazioni Unite** ha approvato l'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile<sup>30</sup>, definendo diciassette macro-obiettivi, i **Sustainable Development Goals (SDGs)** con cui è stata ufficialmente riconosciuta la necessità che nella vita delle imprese il valore venga creato e preservato non per i soli *shareholders* ma per tutti gli *stakeholders*.

In questa crescente consapevolezza, nel gennaio 2020 il **Codice di Autodisciplina** approvato da **Borsa Italiana**<sup>31</sup> ha sottolineato la necessaria considerazione degli aspetti non finanziari nella

<sup>25</sup> Art. 2247 Codice Civile

<sup>26</sup> Un concetto ben riassunto già nel 1919 nella famosa causa tra i fratelli Dodge e la Ford Motor Company: *a business corporation is organized and carried on primarily for the profit of the stockholders*

<sup>27</sup> [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com\(2001\)366\\_it.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com(2001)366_it.pdf)

<sup>28</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0095&from=IT>

<sup>29</sup> [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2013-0049\\_IT.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2013-0049_IT.html)

<sup>30</sup>

[https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A\\_RES\\_70\\_1\\_E.pdf](https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/generalassembly/docs/globalcompact/A_RES_70_1_E.pdf)

<sup>31</sup>

<https://www.borsaitaliana.it/comitato-corporate-governance/codice/2020.pdf>



definizione della strategia aziendale imponendo agli Enti di Interesse Pubblico Rilevanti non solo l'obbligo della rendicontazione non finanziaria, ma anche una modalità di gestione dei principali rischi non finanziari (generati e subiti) con un'ottica di lungo periodo, che rende possibile integrare la gestione "a monte" di tali aspetti nella "costruzione" di un **Sustainable Business Model**. Nell'ottobre del 2020 il **Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili** ha poi pubblicato il documento intitolato *"Creazione di valore e sustainable business Model. Approccio strategico alla sostenibilità"*<sup>32</sup> su valore aziendale e sostenibilità. Considerata l'interdipendenza tra il successo aziendale e il contributo sociale dell'impresa il **Corporate Shared Value**, pertanto, si delinea come la capacità di creare valore economico con modalità che consentano di ottenere benefici, contemporaneamente, sia per l'azienda sia per la società, in maniera tale da riconciliare il successo economico-finanziario con lo sviluppo sociale.

Tali finalità, inoltre, devono essere perseguite mediante una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto. Il soddisfacimento delle esigenze e delle aspettative delle proprie parti interessate (gli *stakeholder*), peraltro, in maniera bilanciata, può consentire il successo durevole di un'organizzazione.

Si tratta, quindi, di un nuovo modello di business in cui interesse privato e beneficio comune si integrano perseguendo obiettivi più ampi con cui creare le basi ed i presupposti per uno sviluppo durevole (ed economicamente redditizio) delle imprese stesse. Le finalità di beneficio comune comportano, come sopra indicato, operazioni correlate ed integrate con lo svolgimento dell'attività d'impresa e le relative scelte imprenditoriali devono essere regolate e governate da un idoneo e oculato principio di bilanciamento.

Allo stesso tempo, è sempre più evidente il fatto che l'investimento in attività di beneficio comune ha impatti positivi sulla redditività delle aziende che li sostengono. Uno studio prodotto dal gruppo Hera su responsabilità sociale d'impresa e performance aziendale<sup>33</sup> ha evidenziato come le aziende italiane che pubblicano un Bilancio di Sostenibilità abbiano una redditività maggiore<sup>34</sup>. Allo stesso modo lo studio **"Seize the change: futuri sostenibili"** presentato da EY nel 2021 ha evidenziato come *"[...] le pratiche di integrazione risultano essere direttamente proporzionali al fatturato ... Quanto più la sostenibilità verrà intesa come driver centrale della trasformazione tanto più le imprese*

<sup>32</sup> L'indagine riporta i risultati della ricerca promossa dal Corporate Reporting Forum, progetto nato su iniziativa dello stesso CNDCEC insieme ad ASSIREVI, CSR Management Network e Nedcommunity.  
<https://commercianti.it/documents/20182/1236821/CRF+-+Creazione+di+valore+e+SBM+-+241020+final.pdf/3381eaa2-51cf-4793-b256-8be52f5dec9f>

<sup>33</sup> [https://www.gruppohera.it/binary/hr\\_responsabilita\\_sociale/ricerche/Responsabilita\\_sociale\\_impresa\\_e\\_performance\\_az\\_iendale\\_per\\_sito.1410348917.pdf](https://www.gruppohera.it/binary/hr_responsabilita_sociale/ricerche/Responsabilita_sociale_impresa_e_performance_az_iendale_per_sito.1410348917.pdf)

<sup>34</sup> In particolare:

- le aziende analizzate hanno in media un rapporto tra margine operativo lordo e fatturato del 16,1% e un ROCE dell'8,9% (media 2003-2010);
- le aziende che pubblicano un bilancio di sostenibilità hanno in media nel periodo considerato un Ebitda margin e un ROCE rispettivamente pari al doppio e superiore di 2 punti percentuali alle aziende che non lo pubblicano;
- le aziende italiane che pubblicano un bilancio di sostenibilità hanno tassi di crescita maggiori:
  1. le aziende analizzate hanno in media aumentato l'Ebitda margin del 7,6% tra il 2008 e il 2010;
  2. le aziende che nel triennio hanno pubblicato il Bilancio di Sostenibilità presentano una crescita del margine operativo lordo percentuale superiore rispetto alle altre aziende;
  3. la crescita del fatturato è stata per le aziende considerate in media pari all'1,2% tra il 2008 e il 2010.



*saranno capaci di sostenere la competitività e la redditività negli anni a venire [...]»<sup>35</sup>. E ancora **Symbola e Unioncamere** avevano rilevato come «[...] le imprese coesive, quelle che intrattengono relazioni con le altre imprese, le comunità, le istituzioni, i consumatori, il terzo settore, registrano bilanci più in salute: dichiarano infatti fatturati in aumento nel 53% dei casi, contro il 36% delle non coesive. Assumono di più: il 50% delle coesive ha aumentato l'occupazione nel biennio 2017–2018, tra le altre solo il 28% lo ha fatto. Esportano di più: hanno fatturato estero in aumento nel 45% dei casi, a fronte del 38% delle non coesive. Sono le stesse imprese che, grazie anche a una spiccata attenzione a valori come l'ambiente, investono di più in prodotti e tecnologie green (il 38% delle imprese coesive contro il 21% delle non coesive nel triennio 2015–2017), creano occupazione e benessere economico e sociale, investono in qualità [...]»<sup>36</sup>*

Nel marzo 2020 è stata pubblicata una ricerca dell'Istat all'interno della quale veniva misurata la correlazione di alcuni indicatori, quali redditività e patrimonializzazione, con la sostenibilità sociale e ambientale delle imprese italiane con almeno cinquanta dipendenti negli anni 2015-2017<sup>37</sup>. I risultati emersi hanno evidenziato una redditività (calcolata come Mol/Fatturato) e una patrimonializzazione (patrimonio netto/totale fonti di finanziamento) decisamente maggiori nelle imprese mediamente/altamente sostenibili rispetto a quelle non/poco sostenibili<sup>38</sup>.

Tali risultati si spiegano in primo luogo con il fatto che la relazione tra l'impresa e l'ambiente circostante risulta talmente profonda che la responsabilità nelle finalità di un beneficio comune non è solo conciliabile con la logica d'impresa, ma va vista come parte integrante ed essenziale della sua programmazione strategica. In tal senso, la responsabilità sociale d'impresa è un vero e proprio attributo manageriale<sup>39</sup>.

In sostanza, come espresso in un documento sulla reputazione come valore fondante della strategia delle aziende redatto dalla **Camera di Commercio di Milano**<sup>40</sup>, attraverso un approccio integrato alla responsabilità sociale come un valore fondante della strategia di business, le imprese hanno la possibilità non solo di contribuire al miglioramento della società, ma di ricevere in cambio significativi benefici quali ad esempio migliori performance finanziarie, il rafforzamento del valore del brand e della reputazione, una sostenibilità di lungo termine per l'impresa e per la società nel suo complesso, una migliore gestione del rischio e della crisi, ritorni di lungo periodo sugli investimenti, buone relazioni con il governo e la comunità, maggiore commitment dei dipendenti e in ultima analisi credibilità a operare.

Tutto ciò rende chiaro il solco in cui le imprese e i modelli di business si stanno indirizzando e in cui trovano la propria ragione d'essere: l'interesse si moltiplica a vantaggio di altri beneficiari, la

<sup>35</sup> [https://www.ey.com/it\\_it/news/2021-press-releases/02/ey-sustainability-summit](https://www.ey.com/it_it/news/2021-press-releases/02/ey-sustainability-summit)

<sup>36</sup> Rapporto *Coesione è competizione – Nuove geografie della produzione del valore in Italia*, Symbola/Unioncamere, 2018 <https://www.unioncamere.gov.it/download/8079.html>

<sup>37</sup> Istat, *Comportamenti d'impresa e sviluppo sostenibile*, 2020.

<sup>38</sup> In particolare sono emersi i seguenti valori: Redditività: 6,28 per le imprese non sostenibili e poco sostenibili; 9,23 per le imprese mediamente e altamente sostenibili; Indice patrimoniale: 26,69 per le imprese non sostenibili e poco sostenibili; 32,35 per le imprese mediamente e altamente sostenibili.

<sup>39</sup> Si pensi ad esempio all'influenza delle recensioni pubblicate su Tripadvisor nella scelta di un ristorante o di un hotel. Si pensi al valore di un intervento a favore della cultura, Magatti-Monaci, *L'impresa responsabile*, Bollati Boringhieri, 1999

<sup>40</sup> <https://www.milomb.camcom.it/la-reputazione-come-valore-fondante-della-strategia-delle-aziende>



realizzazione di utili si associa in maniera indissolubile al beneficio comune. In pratica, quello che prima era relegato ad atto occasionale e soggetto al giudizio dell'assemblea diventa ora parte integrante dell'attività economica svolta dall'impresa e si inserisce nei processi aziendali, ciò che era sporadico si ritrova sistemico, quello che spesso era casuale diventa una prassi non solo possibile ma addirittura prevista dalla legge (istitutiva delle Società Benefit) e, quindi, obbligatoria per le imprese che ne acquisiscono il relativo status. Quello che era soggettivo, quindi, è ora parte essenziale ed integrante dell'oggetto sociale, con indubbi riflessi sulla produzione del valore.

In tale contesto si rende necessaria una presa di posizione chiara in merito alla deducibilità delle spese sostenute per il perseguimento delle finalità di beneficio comune come le sponsorizzazioni in ambito culturale.

L'articolo 109 comma 5 del TUIR<sup>41</sup>, come noto e ai fini della deducibilità, evidenzia una correlazione tra costo sostenuto e reddito imponibile.

Tuttavia, da una più organica e ragionata analisi del complesso di norme che regolano la deducibilità dei costi, emerge che la deducibilità presuppone e richiede una stretta inerenza dei costi sostenuti allo svolgimento dell'attività svolta dall'impresa.

A tale riguardo, peraltro, già la stessa amministrazione finanziaria fin dagli anni '80 del secolo scorso ha affermato che il concetto di inerenza non è legato ai ricavi dell'impresa ma all'attività della stessa<sup>42</sup>.

La prassi<sup>43</sup> ha consolidato l'orientamento in base al quale, principio generale di deducibilità fiscale è quello che "pone come condizione il requisito della "inerenza" dei costi e degli oneri, inteso non soltanto nella obiettiva riferibilità dell'onere all'esercizio d'impresa, ma anche nella ricorrenza di quel concetto di "inevitabilità" dello stesso". E da ciò discende che la gestione aziendale diventa rilevante in termini di inerenza dei costi quando il costo pone l'imprenditore di fronte ad una scelta di convenienza/necessità/opportunità che origina dalla (o dalle) tipologia di attività svolte dall'impresa e/o dalla sua qualifica giuridica.

Il concetto di **inevitabilità** del costo ha, poi, subito un'evoluzione anche nella stessa prassi ministeriale<sup>44</sup> per la quale è sostenuto "come il concetto di inerenza non sia legato ai ricavi

<sup>41</sup> Le spese e gli altri componenti negativi diversi dagli interessi passivi, tranne gli oneri fiscali, contributivi e di utilità sociale, sono deducibili se e nella misura in cui si riferiscono ad attività o beni da cui derivano ricavi o altri proventi che concorrono a formare il reddito o che non vi concorrono in quanto esclusi. Se si riferiscono indistintamente ad attività o beni produttivi di proventi computabili e ad attività o beni produttivi di proventi non computabili in quanto esenti nella determinazione del reddito sono deducibili per la parte corrispondente al rapporto tra l'ammontare dei ricavi e altri proventi che concorrono a formare il reddito d'impresa o che non vi concorrono in quanto esclusi e l'ammontare complessivo di tutti i ricavi e proventi. Le plusvalenze di cui all'articolo 97, non rilevano ai fini dell'applicazione del periodo precedente. Fermo restando quanto previsto dai periodi precedenti, le spese relative a prestazioni alberghiere e a somministrazioni di alimenti e bevande, diverse da quelle di cui al comma 3 dell'articolo 95, sono deducibili nella misura del 75 per cento.

<sup>42</sup> Il caso era quello relativa alla deducibilità, poi ammessa, dei costi per servizi di revisione e certificazione volontaria e questo dovrebbe già farci capire quanto ampio possa essere il perimetro del concetto di inerenza

<sup>43</sup> Risoluzioni 517 del 06/09/1980 e 557 del 09/04/1980

<sup>44</sup> C.M. n. 30/9/944 del 07/07/1983 e R.M. n. 158/E del 28/10/1998



*dell'impresa, ma all'attività di questa e, pertanto, possono essere considerati deducibili anche costi e oneri sostenuti in proiezione futura, dalle quali si attendono ricavi in tempi successivi*<sup>45</sup>.

Tale evoluzione è espressione del più generale processo dinamico di adattamento al mutare del contesto economico, aziendale e sociale che ha caratterizzato il principio di inerenza; ed oggi non c'è dubbio che il "mercato" premia le imprese che oltre a creare valore economico, creano e consegnano valore sociale ed ambientale ai propri stakeholder.

Questa evoluzione, oltre che nelle scienze aziendalistiche e giuridica ha trovato, altresì, conferma nei pronunciamenti della Corte di Cassazione che si è espressa varie volte sull'argomento sempre precisando che il TUIR ancora la deducibilità delle spese e degli altri componenti negativi del reddito, diversi dagli interessi passivi, al riferimento di tali spese ad attività o beni da cui derivano ricavi, o altri proventi che concorrono a formare il reddito, cioè all'attività d'impresa in senso ampio.<sup>46</sup> Il costo assume rilevanza ai fini della quantificazione della base imponibile non tanto per la sua esplicita e diretta connessione ad una precisa componente di reddito bensì in virtù della sua correlazione con un'attività potenzialmente idonea a produrre utili<sup>47</sup>. Inoltre, tale affermazione "trae il suo fondamento dallo stesso concetto economico aziendalistico di reddito che è quello al netto dei costi collegati all'esercizio dell'impresa"<sup>48</sup>.

Riprova della "dinamicità" del percorso evolutivo del concetto di inerenza è il consolidarsi dell'orientamento della Suprema Corte "ad una nozione di inerenza che, pur collegando il costo all'attività d'impresa, risultava limitativa rispetto alla realtà economica cui si rapportava, richiedendo la suscettibilità, anche solo potenziale, di arrecare, direttamente o indirettamente, una utilità all'attività d'impresa"<sup>49</sup>.

La S.C., inoltre e con riferimento al concetto di utilità del costo riconosce che "in termini generali, infatti, l'introduzione di un concetto, quale quello di utilità, nel principio di inerenza non appare necessario, posto che evoca un rapporto di causalità diretta tra il costo e il vantaggio per l'impresa (vantaggio che non è detto debba esservi)"<sup>50</sup>.

Ci preme qui affermare il principio che, per tutto quanto sopra esposto, le attività 'benefit' sono per natura attività inerenti alla produzione dei ricavi e pertanto pienamente coerenti con la prescrizione dell'art. 109 comma 5 del TUIR e che tale fatto non sia 'interpretabile'. Appare del tutto evidente, infatti, la relazione tra scopo 'benefit' e redditività delle imprese.

L'importanza degli aspetti reputazionali è uno degli aspetti fondamentali nella formazione del valore d'impresa<sup>51</sup>. Si tratta di costi che hanno forte attinenza con le spese di pubblicità e a riprova ne è

<sup>45</sup> Sul concetto di inevitabilità, inoltre, si rifletta sulla obbligatorietà, per le società benefit, del perseguimento dello scopo di beneficio comune altrimenti sanzionato dall'autorità garante come vedremo più oltre

<sup>46</sup> Cass. 148350/1999 e Cass. 6502/2000

<sup>47</sup> Cass. 21184/2014. Tale indirizzo ha trovato conferma nel tempo. Si citano per brevità solo alcuni esempi: Cass. 925/2020, 20049/2017, 4041/2015, Cass. 633/2013, 7344/2011, 1465/2009.

<sup>48</sup> Cass. 18904/2018

<sup>49</sup> Cass. 18904/2018, 10914/2015, n. 13300/2017

<sup>50</sup> Cass. 18904/2018, 20049/2017, 9818/2016, 5160/2017

<sup>51</sup> Si pensi in altro ambito al fiorire dei produttori e distributori di alimenti biologici per i quali una vastissima fetta di mercato è disponibile a pagare prezzi più alti in cambio di una garanzia di maggiore qualità o, al contrario, alle enormi perdite di fatturato susseguenti a campagne di informazione sugli aspetti anti-etici nella produzione di beni di largo consumo



anche il fatto che le società benefit sono sottoposte al controllo dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato che potrà contestare l'esercizio di pubblicità ingannevole in caso di mancato perseguimento degli scopi indicati all'oggetto sociale<sup>52</sup>.

Premesso quanto sopra, il tema delle sponsorizzazioni e, in particolare, della loro inerenza come sopra definita, risulta di cruciale importanza al fine dell'acquisizione di risorse per le attività culturali arricchendo il combinato disposto che comprende le erogazioni liberali effettuate, però, con una diversa finalità data dall'*animus donandi* versus il sinallagma tipico delle prestazioni corrispettive.

Vero è che il contratto di sponsorizzazione deve definire puntualmente il rapporto tra sponsor e sponsee prevedendone gli obblighi da parte di quest'ultimo ivi compreso l'obbligo di restituzione delle somme eventualmente versate in forza del contratto in caso di mancata prestazione imputabile allo stesso, ma al netto della regolarità formale dell'operazione e delle caratteristiche di sostenibilità aziendale che ogni tipo di sponsorizzazione deve avere, per tutto quanto sopra esposto, la sponsorizzazione di attività, operatori ed eventi culturali è da considerarsi per natura attività inerente alla produzione dei ricavi e pertanto pienamente coerente con la prescrizione dell'art. 190 comma 5 del TUIR.

<sup>52</sup> Il comma 384 dell'art 1 della Legge 28 dicembre 2015 n. 208 recita: *La società benefit che non persegua le finalità di beneficio comune è soggetta alle disposizioni di cui al decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, in materia di pubblicità ingannevole e alle disposizioni del codice del consumo, di cui al decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato svolge i relativi compiti attività, nei limiti delle risorse disponibili e senza nuovi o maggiori oneri a carico dei soggetti vigilati.*





## 4. Art bonus

Con riferimento all'art. 5, comma 1, lettera a-1 della delega fiscale che prevede il riordino delle deduzioni, detrazioni e crediti d'imposta del sistema di imposizione sui redditi delle persone fisiche, si propone di semplificare e razionalizzare il complesso intreccio normativo di agevolazioni fiscali volte ad incentivare il mecenatismo culturale.

Difatti, ad oggi, gli sgravi fiscali concessi ai privati a fronte di erogazioni liberali a sostegno dell'arte e della cultura sono i seguenti:

- Detrazione del 19% della donazione effettuata a favore di enti pubblici e fondazioni/associazioni senza scopo di lucro attivi nell'ambito della cultura, secondo l'articolo 15 del TUIR lett. h e h-bis, e a favore dell'attività dello spettacolo, lett. i;
- Deduzione nei limiti del 10% del reddito complessivo dichiarato e comunque nella misura massima di € 70.000 per le erogazioni liberali a sostegno di fondazioni e associazioni riconosciute aventi per oggetto statutario la tutela, promozione e valorizzazione dei beni di interesse artistico, storico e paesaggistico, secondo l'articolo 14 comma 1 del DL 35/2005;
- Detrazione del 30% (35% se a favore di Organizzazioni Di Volontariato) nei limiti di € 30.000 o deduzione nei limiti del 10% del reddito complessivo nel caso di erogazioni a favore degli enti del Terzo settore non commerciali, secondo l'articolo 83 del D.Lgs 117/2017;
- Credito d'imposta del 65% nel limite del 15% del reddito imponibile per le erogazioni liberali in denaro finalizzate ad interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici, al sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica e agli enti che svolgono attività dello spettacolo, secondo la legge 83/2014 (il cosiddetto "Art bonus").

Ne risulta un quadro normativo complesso e oltremodo articolato, che necessita di un intervento di razionalizzazione. **In quest'ottica si propone di rivedere la normativa dell'Art bonus (l. 83/2014) al fine di creare, sul modello francese<sup>53</sup>, un credito d'imposta applicabile a tutto il mecenatismo culturale, dando origine ad un'unica agevolazione fiscale che potremmo definire "Bonus cultura".**

**Rispetto all'Art bonus attuale, sarebbe auspicabile l'estensione della platea dei beneficiari delle erogazioni liberali a tutte le forme di produzione artistica e culturale**, quindi anche mostre, festival di varia natura, incontri in studio, attività di ricerca e di istruzione e qualsiasi attività di diffusione della cultura.

A fronte di un ampliamento del numero di soggetti beneficiari, con l'obiettivo di contenere i costi che la misura comporterebbe per le finanze pubbliche, **è possibile immaginare un abbassamento del credito d'imposta dal 65 al 60%.**

Inoltre, si propone di **comprendere anche le donazioni in natura** tra quelle che possono beneficiare del nuovo "Bonus cultura". Difatti, risulta particolarmente interessante per le imprese far

<sup>53</sup> Art. 200 CGI. Vedi Allegato.



rientrare tra le donazioni che possono godere del credito d'imposta la fornitura di prestazioni e servizi.

**Il credito d'imposta così rivisto potrebbe essere ceduto sia a banche che ad altri soggetti privati**, come suggerito dal Consiglio Nazionale del Notariato lo scorso dicembre alla presentazione del suo progetto per incentivare gli investimenti sicuri in arte<sup>54</sup>. Difatti, come il Notariato ha evidenziato, la cessione del credito può rappresentare un volano per questo strumento fiscale e favorire il coinvolgimento di soggetti stranieri che, in mancanza di redditi in Italia, non avrebbero altrimenti alcuna possibilità di beneficiare del credito d'imposta.

Viene introdotto l'obbligo, in capo ai beneficiari delle erogazioni liberali, di pagare una **fee di utilizzo del portale gestito dal Ministero (<https://artbonus.gov.it/>) pari all'1%** delle erogazioni liberali ricevute. Tale fee concorre al sostentamento delle spese legate alla gestione e manutenzione del portale.

**Si propone inoltre di riconoscere il credito d'imposta anche alle transazioni aventi ad oggetto i beni sottoposti a vincolo di tutela che ne limitano la circolazione.** Tale misura pone rimedio al fatto che la limitazione del diritto di libera circolazione, nei fatti, comporta una perdita di valore commerciale del bene quantificabile in non meno del 40%. A oggi ciò avviene senza che venga riconosciuto alcun indennizzo o riconoscimento del danno al proprietario né che ciò comporti alcun obbligo di acquisto da parte dello Stato.

In Francia invece le società possono beneficiare di una riduzione d'imposta pari al 90% del costo di acquisto di beni culturali aventi il carattere di tesori nazionali. Questa riduzione d'imposta si applica anche nel caso di acquisto di beni culturali situati in Francia o all'estero, la cui acquisizione sarebbe di grande interesse per il patrimonio nazionale dal punto di vista storico, artistico o archeologico (*art. 238 bis-0 A CGI*)<sup>55</sup>.

**Infine, si immagina di estendere questa agevolazione fiscale anche all'acquisto di opere d'arte contemporanea di artisti italiani**, con l'obiettivo di supportare la produzione artistica del nostro Paese. Infatti, il rischio di perdere buona parte del patrimonio creativo degli artisti che non sono 'top level' è reale, come dimostra anche il report pubblicato dallo studio BBS-Lombard *Quanto è (ri)conosciuta l'arte italiana all'estero*<sup>56</sup>. Il rapporto ha dimostrato che per quanto riguarda gli artisti italiani nati dopo il 1960, l'attenzione internazionale si concentra su un pugno di nomi. Questo è dovuto anche all'assenza di iniziative fiscali che agevolino la circolazione di opere di artisti contemporanei italiani sul suolo nazionale ed estero.

La proposta avanzata si ispira al modello francese, che permette alle imprese che acquistano opere originali di artisti viventi e le iscrivono in un conto immobilizzato di dedurre il costo di acquisto dal risultato dell'esercizio e dei quattro esercizi successivi. Per godere di questa agevolazione le imprese francesi devono esporre in un luogo accessibile al pubblico o ai dipendenti, ad eccezione

<sup>54</sup> Comunicato stampa dell'evento scaricabile al link: [https://notariato.it/it/rassegna\\_stamp/art-bonus-dal-notariato-le-proposte-per-incentivare-investimenti-sicuri-in-italia/](https://notariato.it/it/rassegna_stamp/art-bonus-dal-notariato-le-proposte-per-incentivare-investimenti-sicuri-in-italia/)

<sup>55</sup> Vedi Allegato.

<sup>56</sup> Scaricabile al link: <https://www.bbs-lombard.com/un-report-sulla-visibilita-internazionale-dellarte-italiana/>



dei propri uffici, l'opera acquista per un periodo di almeno 5 anni (*art. 238 bis AB CGI*)<sup>57</sup>. Allo stesso modo l'Italia potrebbe riconoscere alle imprese che acquistano opere di artisti viventi italiani, le iscrivono tra le immobilizzazioni e le espongono in un luogo accessibile al pubblico un credito d'imposta del 60%.

### Ipotesi normativa

LEGGE 29 LUGLIO 2014, N. 106 E S.M.I.

#### ART. 1 - **BONUS CULTURA** CREDITO DI IMPOSTA PER FAVORIRE LE EROGAZIONI LIBERALI A SOSTEGNO DELLA CULTURA

1. Per le erogazioni liberali in denaro effettuate nei periodi d'imposta successivi a quello in corso al 31 dicembre 2013, per interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici, per il sostegno degli istituti e dei luoghi della cultura di appartenenza pubblica, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione, delle istituzioni concertistico-orchestrale, 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, dei complessi strumentali, delle società concertistiche e corali, dei circhi e degli spettacoli viaggianti e per la realizzazione di nuove strutture, il restauro e il potenziamento di quelle esistenti di enti o istituzioni pubbliche che, senza scopo di lucro, svolgono esclusivamente attività nello spettacolo, non si applicano le disposizioni di cui agli articoli 15, comma 1, lettere h) e i) , e 100, comma 2, lettere f) e g) , del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con d.P.R. 22 dicembre 1986, n. 917, e spetta un credito d'imposta, nella misura del 65 per cento delle erogazioni effettuate.

1. Per le erogazioni liberali in denaro e in natura effettuate nei periodi d'imposta successivi a quello in corso al 31 dicembre 2013, a favore dello Stato, delle regioni, degli enti locali territoriali, di enti o istituzioni pubbliche, di comitati organizzatori appositamente istituiti con decreto del Ministro della Cultura, 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 di beni culturali pubblici, 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 artistico-culturale anche ai fini didattico-promozionali, ivi compresi gli studi, le ricerche, la documentazione e la catalogazione, e le pubblicazioni relative ai beni culturali, delle fondazioni lirico-sinfoniche e dei teatri di tradizione, delle istituzioni concertistico-orchestrale, 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, dei complessi strumentali, delle società concertistiche e corali, dei circhi e degli spettacoli viaggianti e per la realizzazione di nuove

<sup>57</sup> Vedi Allegato.



2. Il credito d'imposta spettante ai sensi del comma 1 è riconosciuto alle persone fisiche e agli enti non commerciali nei limiti del 15 per cento del reddito imponibile, ai soggetti titolari di reddito d'impresa nei limiti del 5 per mille dei ricavi annui. Il credito d'imposta spettante ai sensi del comma 1 è altresì riconosciuto qualora le erogazioni liberali in denaro effettuate per interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici siano destinate ai soggetti concessionari o affidatari dei beni oggetto di tali interventi. Il credito d'imposta è ripartito in tre quote annuali di pari importo. Si applicano le disposizioni di cui agli articoli 40, comma 9, e 42, comma 9, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214.

strutture, il restauro e il potenziamento di quelle esistenti, nonché per la produzione nei vari settori dello spettacolo, di enti o istituzioni pubbliche, fondazioni e associazioni legalmente riconosciute che, senza scopo di lucro, svolgono esclusivamente attività nello spettacolo, non si applicano le disposizioni di cui agli articoli 15, comma 1, lettere h) e i), e 100, comma 2, lettere f) e g), del testo unico delle imposte sui redditi, approvato con d.P.R. 22 dicembre 1986, n. 917, e spetta un credito d'imposta, nella misura del 60 per cento delle erogazioni effettuate.

1-bis) Nel caso di erogazioni in natura, si considera il costo specifico o, in mancanza, il valore normale dei beni ceduti gratuitamente, in base ad un'apposita convenzione, ai soggetti e per le attività di cui al comma 1.

2. Il credito d'imposta spettante ai sensi del comma 1 è riconosciuto alle persone fisiche e agli enti non commerciali nei limiti del 15 per cento del reddito imponibile, ai soggetti titolari di reddito d'impresa nei limiti del 5 per mille dei ricavi annui. ~~Il credito d'imposta spettante ai sensi del comma 1 è altresì riconosciuto qualora le erogazioni liberali in denaro effettuate per interventi di manutenzione, protezione e restauro di beni culturali pubblici siano destinate ai soggetti concessionari o affidatari dei beni oggetto di tali interventi. Il credito d'imposta è ripartito in tre quote annuali di pari importo.~~ Si applicano le disposizioni di cui agli articoli 40, comma 9, e 42, comma 9, del decreto-legge 6 dicembre 2011, n. 201, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 dicembre 2011, n. 214.

2bis) Il credito è cedibile, in esenzione dall'imposta di registro, nel rispetto delle disposizioni di cui agli articoli 1260 e seguenti del codice civile, a intermediari bancari, finanziari e assicurativi, e ad altri soggetti privati, ed è utilizzabile dal cessionario alle medesime condizioni applicabili al cedente.



5. I soggetti beneficiari delle erogazioni liberali di cui al comma 1, ivi inclusi i soggetti concessionari o affidatari di beni culturali pubblici destinatari di erogazioni liberali in denaro effettuate per la realizzazione di interventi di manutenzione, protezione e restauro dei beni stessi, comunicano mensilmente al Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo l'ammontare delle erogazioni liberali ricevute nel mese di riferimento; provvedono altresì a dare pubblica comunicazione di tale ammontare, nonché della destinazione e dell'utilizzo delle erogazioni stesse, tramite il proprio sito web istituzionale, nell'ambito di una pagina dedicata e facilmente individuabile, e in un apposito portale, gestito dal medesimo Ministero, in cui ai soggetti destinatari delle erogazioni liberali sono associate tutte le informazioni relative allo stato di conservazione del bene, gli interventi di ristrutturazione o riqualificazione eventualmente in atto, i fondi pubblici assegnati per l'anno in corso, l'ente responsabile del bene, nonché le informazioni relative alla fruizione. Sono fatte salve le disposizioni del Codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196. Il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo provvede all'attuazione del presente comma nell'ambito delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri per il bilancio dello Stato.

5. I soggetti beneficiari delle erogazioni liberali di cui al comma 1, ~~ivi inclusi i soggetti concessionari e affidatari di beni culturali pubblici destinatari di erogazioni liberali in denaro effettuate per la realizzazione di interventi di manutenzione, protezione e restauro dei beni stessi~~, comunicano mensilmente al Ministero della Cultura l'ammontare delle erogazioni liberali ricevute nel mese di riferimento; provvedono altresì a dare pubblica comunicazione di tale ammontare, nonché della destinazione e dell'utilizzo delle erogazioni stesse, tramite il proprio sito web istituzionale, nell'ambito di una pagina dedicata e facilmente individuabile, e in un apposito portale, gestito dal medesimo Ministero, in cui ai soggetti destinatari delle erogazioni liberali sono associate tutte le informazioni relative allo stato di conservazione del bene, gli interventi di ristrutturazione o riqualificazione eventualmente in atto, i fondi pubblici assegnati per l'anno in corso, l'ente responsabile del bene, nonché le informazioni relative alla fruizione. Sono fatte salve le disposizioni del Codice in materia di protezione dei dati personali, di cui al decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196. Il Ministero della Cultura e del turismo provvede all'attuazione del presente comma nell'ambito delle risorse umane, strumentali e finanziarie disponibili a legislazione vigente e, comunque, senza nuovi o maggiori oneri per il bilancio dello Stato.

5bis) I soggetti beneficiari delle erogazioni liberali sono tenuti a destinare una quota pari all'1% delle erogazioni liberali ricevute al Ministero di competenza, al fine di contribuire al sostentamento delle spese legate alla gestione e manutenzione del portale.

8) Il credito d'imposta è riconosciuto altresì alle persone fisiche, agli enti non commerciali e ai soggetti titolari di reddito d'impresa che acquistano beni notificati ai sensi del titolo I del Codice dei beni culturali e del paesaggio (d.lgs. 42/2004). Il credito



d'imposta è riconosciuto nella misura del 60 per cento del costo di acquisto del bene.

9) Il credito d'imposta è riconosciuto altresì alle imprese che acquistano, a partire dal 1° gennaio 2024, opere originali di artisti italiani viventi e le iscrivono in un conto delle immobilizzazioni. Il credito d'imposta è riconosciuto nella misura del 60 per cento del costo di acquisto dell'opera. Per beneficiare della detrazione l'impresa deve esporre in luogo accessibile al pubblico o ai dipendenti, ad eccezione della loro sede, i beni acquisiti per il periodo corrispondente all'esercizio della acquisizione e successivi quattro anni.

10) Le misure sopra descritte non sono cumulabili con altre agevolazioni fiscali.

#### TUIR D.P.R. N. 917 DEL 22 DICEMBRE 1986, ART. 15 (DETRAZIONE PER ONERI)

h) 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

~~h) 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. Le iniziative culturali devono essere autorizzate, previo parere del competente comitato di settore del Consiglio nazionale per i beni culturali e ambientali, dal Ministero per i beni culturali e ambientali, che deve approvare la previsione di spesa ed il conto consuntivo. Il Ministero per i beni culturali e ambientali stabilisce i tempi necessari affinché le erogazioni liberali fatte a favore delle associazioni legalmente riconosciute, delle istituzioni e delle fondazioni siano utilizzate per gli scopi indicati nella presente lettera e controlla l'impiego delle erogazioni stesse. Detti termini possono, per causa non imputabile al donatario, essere prorogati una sola volta. Le erogazioni liberali non integralmente utilizzate nei termini assegnati affluiscono all'entrata del bilancio dello Stato, o delle regioni e degli enti locali territoriali, nel caso di attività o manifestazioni in cui essi siano direttamente coinvolti, e sono destinate ad un fondo da utilizzare per le attività culturali previste per l'anno successivo. Il Ministero per i beni culturali e ambientali comunica, entro il 31 marzo di ciascun anno, al centro informativo del Dipartimento delle entrate del Ministero delle finanze l'elenco nominativo dei soggetti erogatori, nonché l'ammontare delle erogazioni effettuate entro il 31 dicembre dell'anno precedente;

h-bis) il costo specifico o, in mancanza, il valore normale dei beni ceduti gratuitamente, in base ad un'apposita convenzione, ai soggetti e per le attività di cui alla lettera h);

i) le erogazioni liberali in denaro, per importo non superiore al 2 per cento del reddito complessivo 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. Le erogazioni non utilizzate per tali finalità dal percipiente entro il termine di due anni dalla data

~~le pubblicazioni relative ai beni culturali. Le iniziative culturali devono essere autorizzate, previo parere del competente comitato di settore del Consiglio nazionale per i beni culturali e ambientali, dal Ministero per i beni culturali e ambientali, che deve approvare la previsione di spesa ed il conto consuntivo. Il Ministero per i beni culturali e ambientali stabilisce i tempi necessari affinché le erogazioni liberali fatte a favore delle associazioni legalmente riconosciute, delle istituzioni e delle fondazioni siano utilizzate per gli scopi indicati nella presente lettera e controlla l'impiego delle erogazioni stesse. Detti termini possono, per causa non imputabile al donatario, essere prorogati una sola volta. Le erogazioni liberali non integralmente utilizzate nei termini assegnati affluiscono all'entrata del bilancio dello Stato, o delle regioni e degli enti locali territoriali, nel caso di attività o manifestazioni in cui essi siano direttamente coinvolti, e sono destinate ad un fondo da utilizzare per le attività culturali previste per l'anno successivo. Il Ministero per i beni culturali e ambientali comunica, entro il 31 marzo di ciascun anno, al centro informativo del Dipartimento delle entrate del Ministero delle finanze l'elenco nominativo dei soggetti erogatori, nonché l'ammontare delle erogazioni effettuate entro il 31 dicembre dell'anno precedente;~~

~~h-bis) il costo specifico o, in mancanza, il valore normale dei beni ceduti gratuitamente, in base ad un'apposita convenzione, ai soggetti e per le attività di cui alla lettera h);~~

~~i) le erogazioni liberali in denaro, per importo non superiore al 2 per cento del reddito complessivo 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. Le erogazioni non utilizzate per tali finalità dal percipiente entro il termine di due anni dalla data~~



del ricevimento affluiscono, nella loro totalità, all'entrata dello Stato.

~~del ricevimento affluiscono, nella loro totalità, all'entrata dello Stato.~~

#### TUIR D.P.R. N. 917 DEL 22 DICEMBRE 1986, ART. 100 (ONERI DI UTILITÀ SOCIALE)

m) le 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. Il Ministro per i beni e le attività culturali individua con proprio decreto periodicamente, sulla base di criteri che saranno definiti sentita la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, i soggetti e le categorie di soggetti che possono beneficiare delle predette erogazioni liberali; determina, a valere sulla somma allo scopo indicata, le quote assegnate a ciascun ente o soggetto beneficiario; definisce gli obblighi di informazione da parte dei soggetti erogatori e dei soggetti beneficiari; vigila sull'impiego delle erogazioni e comunica, entro il 31 marzo dell'anno successivo a quello di riferimento all'Agenzia delle entrate, l'elenco dei soggetti erogatori e l'ammontare delle erogazioni liberali da essi effettuate. Nel caso che, in un dato anno, le somme complessivamente erogate abbiano superato la somma allo scopo indicata o determinata, i singoli soggetti beneficiari che abbiano ricevuto somme di importo maggiore della quota assegnata dal Ministero per i beni e le attività culturali versano all'entrata dello Stato un importo pari al 37 per cento della differenza;

~~m) le 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. Il Ministro per i beni e le attività culturali individua con proprio decreto periodicamente, sulla base di criteri che saranno definiti sentita la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, i soggetti e le categorie di soggetti che possono beneficiare delle predette erogazioni liberali; determina, a valere sulla somma allo scopo indicata, le quote assegnate a ciascun ente o soggetto beneficiario; definisce gli obblighi di informazione da parte dei soggetti erogatori e dei soggetti beneficiari; vigila sull'impiego delle erogazioni e comunica, entro il 31 marzo dell'anno successivo a quello di riferimento all'Agenzia delle entrate, l'elenco dei soggetti erogatori e l'ammontare delle erogazioni liberali da essi effettuate. Nel caso che, in un dato anno, le somme complessivamente erogate abbiano superato la somma allo scopo indicata o determinata, i singoli soggetti beneficiari che abbiano ricevuto somme di importo maggiore della quota assegnata dal Ministero per i beni e le attività culturali versano all'entrata dello Stato un importo pari al 37 per cento della differenza;~~

#### DL 35/2005, ART. 14

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 fondazioni e associazioni riconosciute aventi per oggetto statutario la tutela, la promozione e la valorizzazione dei beni di interesse artistico,

~~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 fondazioni e associazioni riconosciute aventi per oggetto statutario la tutela, la promozione e la valorizzazione dei beni di interesse artistico,~~





storico e paesaggistico di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e in favore di fondazioni e associazioni riconosciute aventi per scopo statutario lo svolgimento o la promozione di attività di ricerca scientifica, individuate con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, adottato su proposta del Ministro dell'economia e delle finanze e del Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca 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.

~~storico e paesaggistico di cui al decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 42, e~~ in favore di fondazioni e associazioni riconosciute aventi per scopo statutario lo svolgimento o la promozione di attività di ricerca scientifica, individuate con decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri, adottato su proposta del Ministro dell'economia e delle finanze e del Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca 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.

### Ipotesi impatto su gettito fiscale

Riportiamo di seguito una stima dell'impatto sul gettito fiscale della proposta sopra descritta in merito alla revisione del cosiddetto Art bonus in ottica di ampliamento della platea dei beneficiari delle erogazioni liberali a tutte le forme di produzione artistica e culturale e di abbassamento dell'aliquota del credito d'imposta dal 65 al 60%.

Per quanto riguarda gli enti beneficiari già inclusi nel perimetro di applicabilità dell'Art bonus, considerando erogazioni liberali pari a 110 milioni di euro (fonte: ALES), la riduzione del credito d'imposta dal 65 al 60% e l'introduzione della fee di utilizzo della piattaforma pari all'1% porta ad un incremento del gettito fiscale pari a circa 6,6 milioni di euro ( $= (65\% - 60\%) \times \text{€}110.000.000 + 1\% \times \text{€}110.000.000$ ).

Per quanto riguarda invece l'estensione della platea di beneficiari dell'Art bonus a tutti gli enti non profit attivi in ogni ambito della produzione artistica e culturale è stato calcolato quanto segue.

Secondo i dati del MEF<sup>58</sup>, le erogazioni liberali a favore di enti non profit sono pari a circa 154 milioni di euro. Considerando come attivi nell'ambito della cultura l'11% del totale degli enti senza scopo di lucro (fonte: rapporto Io sono cultura, Symbola<sup>59</sup>), si stima un totale di 17 milioni di euro di donazioni a favore della cultura ( $= 11\% \times \text{€}154.000.000$ ). Passando da una detrazione del 19% ad un credito d'imposta del 60%, si ottiene una maggiore spesa per lo Stato pari a quasi 7 milioni di euro ( $= (60\% - 19\%) \times \text{€}17.000.000$ ).

**Complessivamente la proposta avanzata di modifica della legge dell'Art bonus porta ad un generale equilibrio in termini di impatto sui conti pubblici (decremento di gettito fiscale di 388 mila euro a fronte di un aumento della spesa pubblica per 7 milioni di euro e di un incremento del gettito fiscale di 6,6 milioni di euro).**

<sup>58</sup> Accessibili al link [https://www1.finanze.gov.it/finanze/analisi\\_stat/public/index.php?tree=2021](https://www1.finanze.gov.it/finanze/analisi_stat/public/index.php?tree=2021)

<sup>59</sup> Scaricabile al link <https://www.symbola.net/collana/io-sono-cultura/>



## 5. Fondo per la cultura

### a. Legge del 2%

**In riferimento alla legge 29 luglio 1949, n. 717, la cosiddetta “legge del 2%”, si propongono delle modifiche per garantire l’effettiva applicazione della stessa.**

La legge impone che le amministrazioni dello Stato, le Regioni, le Province, i Comuni impegnati nella costruzione di edifici pubblici debbano destinare una quota della spesa complessiva per l’abbellimento degli edifici mediante opere d’arte. La quota percentuale varia in misura della spesa prevista:

- 2% per i progetti di importo pari o superiore a 1.000.000€ e inferiori a 5.000.000€;
- 1% per i progetti di importo pari o superiore a 5.000.000€ ed inferiori a 20.000.000€;
- 0,5% per gli importi pari o superiori a 20.000.000€.

La legge prevede un’eccezione per gli edifici destinati ad uso industriale o di edilizia residenziale pubblica e gli edifici con un importo di spesa inferiore a 1 milione di euro.

L’applicazione di questa legge ha spesso trovato difficoltà nella pratica, per via della mancata definizione di responsabilità e controlli di verifica e dell’intervento di abbellimento lasciato all’arbitrio della stazione appaltante. Per ovviare a questa criticità, si propone di modificare la legge come segue: **invece di obbligare le stazioni appaltanti a destinare il 2% all’abbellimento degli edifici mediante opere d’arte, si propone di costituire un fondo a beneficio del Ministero della cultura a cui le imprese appaltanti devono destinare il 2% dei costi di costruzione.**

Si propone che la verifica del rispetto di tale obbligo sia in linea con quanto stabilito nell’articolo 101 del Codice degli appalti (d.lgs. 18 aprile 2016, n.50). In questo modo si intende garantire un’effettiva applicazione della normativa, indicando nel collaudo il suo punto di verifica. Il collaudo, infatti, sotto responsabilità del collaudatore, non potrà essere concesso se non al compimento di quanto previsto dalla legge.

Inoltre, si propone di eliminare le esclusioni previste dall’articolo 1 della legge 727/49: anche nel caso di costruzione di edifici destinati ad uso industriale, di edilizia residenziale pubblica e di edifici con un importo di spesa inferiore a 1 milione di euro, sarà necessario versare una quota della spesa complessiva al fondo che andrà a costituirsi a beneficio del MIC.

### b. Stanziamenti infrastrutture

**Inoltre, si richiede la reintroduzione di quanto previsto dall’articolo 60 della legge 27 dicembre 2002, n. 289 abrogato con la legge di stabilità del 2016, stabilendo che il 3% degli stanziamenti previsti per le infrastrutture confluirà anch’esso nel fondo sopra citato.**

### c. Sponsorizzazioni/utiles gioco d’azzardo

Infine, si chiede l’abolizione dell’articolo 9 del D.L. 12 luglio 2018, n. 87 (il cosiddetto Decreto Dignità), che vieta qualsiasi forma di pubblicità relativa a giochi o scommesse con vincite di



### **denaro e al gioco d'azzardo, incluse le sponsorizzazioni di eventi e manifestazioni culturali o artistiche.**

Tale decreto, oltre a causare un calo degli introiti pubblicitari che la Nielsen ha stimato per 40-50 milioni di euro nel 2019, anno di entrata in vigore del decreto, e per 60-70 milioni di euro a regime<sup>60</sup>, sembra non aver portato neanche gli effetti desiderati di prevenire e ridurre la ludopatia tra i cittadini. Difatti, i dati raccolti da AgiproNews ed elaborati da Calcio e Finanza riportano che, dalla data di entrata in vigore del decreto (1° luglio 2019) al 29 febbraio 2020, la raccolta delle scommesse sportive in Italia è cresciuta del 17,6% (da 1,03 a 1,2 miliardi di euro)<sup>61</sup>. A ciò si aggiunge il fatto che tale divieto è contrario all'intenzione, dimostrata in più occasioni dalle istituzioni pubbliche e dal Legislatore, di favorire il mecenatismo privato e i finanziamenti da parte di imprese e cittadini al sostegno della cultura.

Alla luce di ciò si propone di abolire il divieto, per quanto riguarda le sponsorizzazioni di eventi e manifestazioni in ambito artistico e culturale da parte di imprese di giochi o scommesse. **Tale divieto potrebbe essere sostituito dall'obbligo, da parte delle imprese attive nell'ambito dei giochi, delle scommesse con vincite in denaro e del gioco d'azzardo, di destinare una percentuale dei propri utili (es. 1%) al fondo per la cultura che andrà a costituirsi a beneficio del MIC.**

### **Ipotesi normativa**

#### **LEGGE 29 LUGLIO 1949, N. 717**

##### **Art. 1.**

Le Amministrazioni dello Stato, anche con ordinamento autonomo, nonché le Regioni, le Province, i Comuni e tutti gli altri Enti pubblici, che provvedano all'esecuzione di nuove costruzioni di edifici pubblici devono destinare all'abbellimento di essi, mediante opere d'arte, una quota della spesa totale prevista nel progetto non inferiore alle seguenti percentuali:

- due per cento per gli importi pari o superiori ad un milione di euro ed inferiore a cinque milioni di euro;
- un per cento per gli importi pari o superiori ad cinque milioni di euro ed inferiore a venti milioni;
- 0,5 per cento per gli importi pari o superiori a venti milioni di euro.

Sono escluse da tale obbligo le costruzioni e ricostruzioni di edifici destinati ad uso industriale o di edilizia residenziale pubblica, sia di uso civile che militare, nonché gli edifici a qualsiasi uso

##### **Art. 1.**

Le Amministrazioni dello Stato, anche con ordinamento autonomo, nonché le Regioni, le Province, i Comuni e tutti gli altri Enti pubblici, che provvedano all'esecuzione di nuove costruzioni di edifici pubblici devono destinare all'abbellimento di essi, mediante opere d'arte, una quota della spesa totale prevista nel progetto non inferiore alle seguenti percentuali:

- due per cento per gli importi pari o superiori ad un milione di euro ed inferiore a cinque milioni di euro;
- un per cento per gli importi pari o superiori ad cinque milioni di euro ed inferiore a venti milioni;
- 0,5 per cento per gli importi pari o superiori a venti milioni di euro.

**Il fondo viene destinato a spese per la tutela e gli interventi a favore dei beni e delle attività culturali.**

<sup>60</sup> *Due anni fa il Decreto Dignità che vietava ogni forma di pubblicità sul gioco. Storia, conseguenze, pareri su una delle misure più discusse del governo a trazione Cinque Stelle*, AGIMEG (2020). Accessibile al link: [Due anni fa il Decreto Dignità che vietava ogni forma di pubblicità sul gioco. Storia, conseguenze, pareri su una delle misure più discusse del governo a trazione Cinque Stelle – AGIMEG](#)

<sup>61</sup> *Scommesse: il fallimento del Decreto Dignità*, Calcio e Finanza (2020). Accessibile al link: [Scommesse sportive: il fallimento del Decreto Dignità \(calciofinanza.it\)](#)



destinati, che importino una spesa non superiore a un milione di euro.

I progetti relativi agli edifici di cui alla presente legge dovranno contenere l'indicazione di massima di dette opere d'arte e il computo del relativo importo.

Nei casi in cui edifici siano eseguiti per lotti separati ed anche in tempi successivi, ai fini dell'applicazione della presente legge si ha riguardo alla spesa totale prevista nel progetto.

A formare la quota del 2 per cento non concorrono le somme che eventualmente siano state previste per opere di decorazione generale.

Qualora il progetto architettonico non preveda l'esecuzione in sito di opere d'arte di pittura e scultura, il 2 per cento di cui sopra verrà devoluto all'acquisto ed all'ordinazione di opere d'arte mobili di pittura e di scultura, che integrino la decorazione, degli interni.

#### Art 2

1. La scelta degli artisti per l'esecuzione delle opere d'arte di cui all'articolo 1 è effettuata, con procedura concorsuale, da una commissione composta dal rappresentante dell'amministrazione sul cui bilancio grava la spesa, dal progettista della costruzione, dal soprintendente per i beni artistici e storici competente e da due artisti di chiara fama nominati dall'amministrazione medesima.

#### Art 2 bis

Nelle operazioni di collaudo delle costruzioni di cui alla presente legge il collaudatore dovrà accertare sotto la sua personale responsabilità l'adempimento degli obblighi di cui all'art. 1. In difetto la costruzione dovrà essere dichiarata non collaudabile, fino a quando gli obblighi di cui sopra siano stati adempiuti o la Amministrazione inadempiente abbia versato la somma relativa alle opere mancanti maggiorata del 5 per cento alla Soprintendenza alle gallerie competente per territorio, la quale si sostituisce alla Amministrazione interessata per l'adempimento degli obblighi di Legge.

~~Sono escluse da tale obbligo le costruzioni e ricostruzioni di edifici destinati ad uso industriale e di edilizia residenziale pubblica, sia di uso civile che militare, nonché gli edifici a qualsiasi uso destinati, che importino una spesa non superiore a un milione di euro.~~

~~I progetti relativi agli edifici di cui alla presente legge dovranno contenere l'indicazione di massima di dette opere d'arte e il computo del relativo importo.~~

Nei casi in cui edifici siano eseguiti per lotti separati ed anche in tempi successivi, ai fini dell'applicazione della presente legge si ha riguardo alla spesa totale prevista nel progetto.

A formare la quota del 2 per cento non concorrono le somme che eventualmente siano state previste per opere di decorazione generale.

~~Qualora il progetto architettonico non preveda l'esecuzione in sito di opere d'arte di pittura e scultura, il 2 per cento di cui sopra verrà devoluto all'acquisto ed all'ordinazione di opere d'arte mobili di pittura e di scultura, che integrino la decorazione, degli interni.~~

#### Art 2

~~1. La scelta degli artisti per l'esecuzione delle opere d'arte di cui all'articolo 1 è effettuata, con procedura concorsuale, da una commissione composta dal rappresentante dell'amministrazione sul cui bilancio grava la spesa, dal progettista della costruzione, dal soprintendente per i beni artistici e storici competente e da due artisti di chiara fama nominati dall'amministrazione medesima.~~

#### Art 2 bis

Nelle operazioni di collaudo delle costruzioni di cui alla presente legge il collaudatore, ai sensi dell'art 101 del Codice degli appalti di cui al d.lgs del 18 aprile 2016, n. 50, dovrà accertare sotto la sua personale responsabilità l'adempimento degli obblighi di cui all'art. 1. In difetto la costruzione dovrà essere dichiarata non collaudabile, fino a quando gli obblighi di cui sopra siano stati adempiuti o la Amministrazione inadempiente abbia versato la somma dovuta al fondo a beneficio del Ministero della Cultura maggiorata del 5 per cento alla Soprintendenza alle gallerie competente per territorio, la quale si sostituisce alla Amministrazione interessata per l'adempimento degli obblighi di Legge.

**Art 3**

Sugli importi destinati ad opere d'arte figurativa, di cui al primo comma dell'art. 1 e da liquidarsi dopo regolare collaudo e nulla osta, da parte della competente Sovrintendenza alle gallerie, agli artisti esecutori, verra' trattenuto il 2 per cento a favore della Cassa nazionale assistenza belle arti istituita con la legge 25 maggio 1936, n. 1216. Tale trattenuta verra' anche applicata sugli importi destinati ad acquisti e ordinazioni di cui all'ultimo comma dell'art. 1. Il versamento a favore della Cassa nazionale assistenza belle arti verra' fatto direttamente dall'Amministrazione sul cui bilancio grava la spesa della costruzione o ricostruzione.

**Art 3**

~~Sugli importi destinati ad opere d'arte figurativa, di cui al primo comma dell'art. 1 e da liquidarsi dopo regolare collaudo e nulla osta, da parte della competente Sovrintendenza alle gallerie, agli artisti esecutori, verra' trattenuto il 2 per cento a favore della Cassa nazionale assistenza belle arti istituita con la legge 25 maggio 1936, n. 1216. Tale trattenuta verra' anche applicata sugli importi destinati ad acquisti e ordinazioni di cui all'ultimo comma dell'art. 1. Il versamento a favore della Cassa nazionale assistenza belle arti verra' fatto direttamente dall'Amministrazione sul cui bilancio grava la spesa della costruzione o ricostruzione.~~

**LEGGE 28 DICEMBRE 2015, N. 208 (LEGGE DI STABILITÀ 2016)****Art 1 comma 339.**

All'articolo 60 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, i commi 4\* e 4-bis sono abrogati.

**Art 1 comma 339.**

~~All'articolo 60 della legge 27 dicembre 2002, n. 289, i commi 4\* e il comma 4-bis sono abrogati e abrogato.~~

~~\* 4. Il 3 per cento degli stanziamenti previsti per le infrastrutture è destinato alla spesa per la tutela e gli interventi a favore dei beni e delle attività culturali. Con regolamento del Ministro per i beni e le attività culturali, da emanare ai sensi dell'articolo 17, comma 3, della legge 23 agosto 1988, n. 400, di concerto con il Ministro delle infrastrutture e dei trasporti, sono definiti i criteri e le modalità per l'utilizzo e la destinazione della quota percentuale di cui al precedente periodo.~~

~~\* 4. Il 3 per cento degli stanziamenti previsti per le infrastrutture è destinato al fondo a beneficio del Ministero della Cultura per la tutela e gli interventi a favore dei beni e delle attività culturali. Con regolamento del Ministro per i beni e le attività culturali, da emanare ai sensi dell'articolo 17, comma 3, della legge 23 agosto 1988, n. 400, di concerto con il Ministro delle infrastrutture e dei trasporti, sono definiti i criteri e le modalità per l'utilizzo e la destinazione della quota percentuale di cui al precedente periodo.~~

**D.L. 12 LUGLIO 2018, N. 87, ART. 9 (DIVIETO DI PUBBLICITÀ GIOCHI E SCOMMESSE)**

1. Ai fini del rafforzamento della tutela del consumatore e per un piu' efficace contrasto del disturbo da gioco d'azzardo, fermo restando quanto previsto dall'articolo 7, commi 4 e 5, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, e in conformita' ai divieti contenuti nell'articolo 1, commi da 937 a 940, della legge 28 dicembre 2015, n. 208, a decorrere dalla data di entrata in vigore del presente decreto e' vietata qualsiasi forma di pubblicita', anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonche' al gioco d'azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o

~~1. Ai fini del rafforzamento della tutela del consumatore e per un piu' efficace contrasto del disturbo da gioco d'azzardo, fermo restando quanto previsto dall'articolo 7, commi 4 e 5, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, e in conformita' ai divieti contenuti nell'articolo 1, commi da 937 a 940, della legge 28 dicembre 2015, n. 208, a decorrere dalla data di entrata in vigore del presente decreto e' vietata qualsiasi forma di pubblicita', anche indiretta, relativa a giochi o scommesse con vincite di denaro nonche' al gioco d'azzardo, comunque effettuata e su qualunque mezzo, incluse le manifestazioni sportive, culturali o~~



artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e i canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media. Dal 1° gennaio 2019 il divieto di cui al presente comma si applica anche alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale, comprese le citazioni visive e acustiche e la sovrapposizione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti la cui pubblicità, ai sensi del presente articolo, è vietata. Sono esclusi dal divieto di cui al presente comma le lotterie nazionali a estrazione differita di cui all'articolo 21, comma 6, del decreto-legge 1° luglio 2009, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 3 agosto 2009, n. 102, le manifestazioni di sorte locali di cui all'articolo 13 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430, e i giochi sul gioco sicuro e responsabile dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli.

1-bis. Nelle leggi e negli altri atti normativi nonché negli atti e nelle comunicazioni comunque effettuate su qualunque mezzo, i disturbi correlati a giochi o scommesse con vincite di denaro sono definiti "disturbi da gioco d'azzardo (DGA)".

2. Fatto salvo quanto previsto dall'articolo 7, comma 6, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, l'inosservanza delle disposizioni di cui al comma 1, comporta a carico del committente, del proprietario del mezzo o del sito di diffusione o di destinazione e dell'organizzatore della manifestazione, evento o attività, ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria di importo pari al 20 per cento del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000.

3. L'Autorità competente alla contestazione e all'irrogazione delle sanzioni di cui al presente articolo è l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che vi provvede ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689.

~~artistiche, le trasmissioni televisive o radiofoniche, la stampa quotidiana e periodica, le pubblicazioni in genere, le affissioni e i canali informatici, digitali e telematici, compresi i social media. Dal 1° gennaio 2019 il divieto di cui al presente comma si applica anche alle sponsorizzazioni di eventi, attività, manifestazioni, programmi, prodotti o servizi e a tutte le altre forme di comunicazione di contenuto promozionale, comprese le citazioni visive e acustiche e la sovrapposizione del nome, marchio, simboli, attività o prodotti la cui pubblicità, ai sensi del presente articolo, è vietata. Sono esclusi dal divieto di cui al presente comma le lotterie nazionali a estrazione differita di cui all'articolo 21, comma 6, del decreto-legge 1° luglio 2009, n. 78, convertito, con modificazioni, dalla legge 3 agosto 2009, n. 102, le manifestazioni di sorte locali di cui all'articolo 13 del decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 2001, n. 430, e i giochi sul gioco sicuro e responsabile dell'Agenzia delle dogane e dei monopoli.~~

~~1-bis. Nelle leggi e negli altri atti normativi nonché negli atti e nelle comunicazioni comunque effettuate su qualunque mezzo, i disturbi correlati a giochi o scommesse con vincite di denaro sono definiti "disturbi da gioco d'azzardo (DGA)".~~

~~2. Fatto salvo quanto previsto dall'articolo 7, comma 6, del decreto-legge 13 settembre 2012, n. 158, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2012, n. 189, l'inosservanza delle disposizioni di cui al comma 1, comporta a carico del committente, del proprietario del mezzo o del sito di diffusione o di destinazione e dell'organizzatore della manifestazione, evento o attività, ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689, l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria di importo pari al 20 per cento del valore della sponsorizzazione o della pubblicità e in ogni caso non inferiore, per ogni violazione, a euro 50.000.~~

~~3. L'Autorità competente alla contestazione e all'irrogazione delle sanzioni di cui al presente articolo è l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che vi provvede ai sensi della legge 24 novembre 1981, n. 689.~~



4. I proventi delle sanzioni amministrative per le violazioni di cui al comma 1, compresi quelli derivanti da pagamento in misura ridotta ai sensi dell'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689, sono versati ad apposito capitolo dell'entrata del bilancio statale e riassegnati allo stato di previsione della spesa del Ministero della salute per essere destinati al fondo per il contrasto al gioco d'azzardo patologico di cui all'articolo 1, comma 946, della legge 28 dicembre 2015, n. 208.

5. Ai contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore del presente decreto resta applicabile, fino alla loro scadenza e comunque per non oltre un anno dalla data di entrata in vigore del presente decreto, la normativa vigente anteriormente alla medesima data di entrata in vigore.

~~4. I proventi delle sanzioni amministrative per le violazioni di cui al comma 1, compresi quelli derivanti da pagamento in misura ridotta ai sensi dell'articolo 16 della legge 24 novembre 1981, n. 689, sono versati ad apposito capitolo dell'entrata del bilancio statale e riassegnati allo stato di previsione della spesa del Ministero della salute per essere destinati al fondo per il contrasto al gioco d'azzardo patologico di cui all'articolo 1, comma 946, della legge 28 dicembre 2015, n. 208.~~

~~5. Ai contratti di pubblicità in corso di esecuzione alla data di entrata in vigore del presente decreto resta applicabile, fino alla loro scadenza e comunque per non oltre un anno dalla data di entrata in vigore del presente decreto, la normativa vigente anteriormente alla medesima data di entrata in vigore.~~

8. Le imprese attive nell'ambito dei giochi, delle scommesse con vincite in denaro e del gioco d'azzardo, hanno l'obbligo di destinare l'1 per cento dei propri utili al fondo per la cultura a beneficio del Ministero della Cultura.

## Ipotesi impatto su gettito fiscale

### a. Legge del 2%

Si evidenzia di seguito una stima dell'impatto sul gettito fiscale della proposta sopra descritta di destinare il 2% degli investimenti erogati dalle amministrazioni pubbliche nei confronti della costruzione di edifici pubblici ad un fondo per la cultura a beneficio del MiC.

Secondo un'elaborazione Ance su dati Istat<sup>62</sup>, gli investimenti del 2021 in costruzioni non residenziali pubbliche sono pari a €30.229.000.000. **Stimando di destinare il 2% di tale somma al fondo per la cultura sopracitato, si otterrebbe una quota di €604.580.000.**

### b. Stanziamenti infrastrutture

Allo stesso modo, è stata calcolato il 3% degli investimenti erogati dalle amministrazioni pubbliche nei confronti della costruzione di infrastrutture da destinare al fondo per la cultura a beneficio del Ministero.

La Legge di Bilancio 30 Dicembre 2021 prevede uno stanziamento pari a 36,1 miliardi di euro di investimenti di competenza del Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili<sup>63</sup>. Sulla

<sup>62</sup> Accessibile al link: <https://www.ingenio-web.it/articoli/il-settore-delle-costruzioni-nel-2021-investimenti-produzione-e-occupazione-i-dati-dell-ance/>

<sup>63</sup> Accessibile al link: <https://www.mit.gov.it/comunicazione/news/gli-investimenti-per-infrastrutture-e-mobilita-sostenibili-previsti-dalla-legge>



base della nostra proposta, il 3% di tale somma, di importo pari a **€1.083.000.000**, andrà ad alimentare il fondo per la cultura sopracitato.

### c. Sponsorizzazioni/ utili gioco d'azzardo

A seguito della proposta di inserire l'obbligo, da parte delle imprese attive nell'ambito dei giochi, delle scommesse con vincite in denaro e del gioco d'azzardo, di destinare l'1% dei propri utili al fondo per la cultura che andrà a costituirsi a beneficio del MiC, si calcola quanto segue.

L'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli ha rilevato, per l'anno 2021, un ricavo della filiera pari a €15.490.690.000<sup>64</sup>. Sottraendo gli incassi erariali pari a €8.408.730.000, si ottiene un primo margine positivo del settore di €7.081.960.000. A quest'ultimo devono essere sottratti i costi di carattere generale, che ipotizziamo essere pari al 50%: giungiamo in questo modo ad un utile finale della filiera di €3.540.980.000. L'1% di questo utile, di importo pari a **€35.409.800**, andrà ad alimentare il fondo per la cultura a beneficio del Ministero.

<sup>64</sup> Accessibile al link: <https://www.avvisopubblico.it/home/home/cosa-facciamo/informare/documenti-tematici/gioco-dazzardo/i-dati-ufficiali-sul-gioco-dazzardo-in-italia-nel-2021#:~:text=La%20Raccolta%20pro%20capite%20%E2%80%93%20calcolata,40%20miliardi%3A%202B%2016%25>).





## 6. Operazioni sul mercato dell'arte

### a. IVA all'importazione di opere d'arte

A margine delle dichiarazioni già espresse circa l'opportunità di intervenire sulle aliquote che insistono sulle importazioni e sulle cessioni di opere d'arte riducendole in conformità con quanto indicato all'articolo 7, comma 1, lettera e. della delega fiscale, si propone una ulteriore semplificazione in materia di IVA all'importazione di opere d'arte. Si avanza la possibilità per le imprese italiane di **differire il pagamento dell'IVA in dogana e di poter successivamente compensare l'eventuale credito alla prima liquidazione utile**. Questa proposta può essere estesa anche agli operatori stranieri che eleggono un rappresentante fiscale italiano.

Tale semplificazione renderebbe l'operazione finanziariamente neutra (così come ai fini tributari), mentre attualmente è soggetta a un esborso finanziario spesso di peso non indifferente.

#### TABELLA A, ALLEGATA AL DPR 633/72

##### PARTE II bis - BENI E SERVIZI SOGGETTI ALL'ALIQUOTA DEL 5%

2) oggetti d'arte, di antiquariato, da collezione, di cui alla tabella allegata al decreto-legge 23 febbraio 1995, n. 41, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 marzo 1995, n. 85, importati; oggetti d'arte di cui alla lettera a) della predetta tabella ceduti dagli autori, dai loro eredi o legatari

#### TABELLA A, ALLEGATA AL DPR 633/72

##### PARTE III - BENI E SERVIZI SOGGETTI ALL'ALIQUOTA DEL 10%

127-septiesdecies) oggetti d'arte, di antiquariato, da collezione, di cui alla tabella allegata al decreto-legge 23 febbraio 1995, n. 41, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 marzo 1995, n. 85, importati; oggetti d'arte di cui alla lettera a) della predetta tabella ceduti dagli autori, dai loro eredi o legatari

~~127-septiesdecies) oggetti d'arte, di antiquariato, da collezione, di cui alla tabella allegata al decreto-legge 23 febbraio 1995, n. 41, convertito, con modificazioni, dalla legge 22 marzo 1995, n. 85, importati; oggetti d'arte di cui alla lettera a) della predetta tabella ceduti dagli autori, dai loro eredi o legatari~~

#### Articolo da inserire nel DPR 633/72:

A partire dal ~~127-septiesdecies~~, il pagamento dell'IVA sulle importazioni di oggetti d'arte, di antiquariato o da collezione, secondo la definizione contenuta nella tabella allegata al D.L. 23 febbraio 1995, n. 41, convertito, con



modificazioni, nella legge 22 marzo 1995, n.85 avverrà all'atto della liquidazione periodica anziché al momento dell'importazione.

### b. Cessioni tra privati

Con riferimento all'art. 5, comma 1, lettera h-3 della delega fiscale che prevede l'introduzione di una **disciplina sulle plusvalenze conseguite sulla cessione di opere d'arte da parte di privati al di fuori dell'esercizio di attività d'impresa**, la presente proposta attribuisce la natura di "redditi diversi" alle plusvalenze derivanti dalla cessione di oggetti d'arte, di antiquariato o da collezione, secondo la definizione contenuta nella tabella allegata al D.L. 23 febbraio 1995, n. 41<sup>65</sup>, convertito, con modificazioni, nella legge 22 marzo 1995, n.85, nonché, più in generale, di opere dell'ingegno di carattere creativo appartenenti alle arti figurative.

Tale disposizione crea sostanzialmente una presunzione assoluta che dà certezza circa l'imponibilità delle cessioni in questione. Sinora è, infatti, apparsa dubbia la possibilità di assoggettare a tassazione i guadagni derivanti dalla cessione di oggetti d'arte, di antiquariato, da collezione o, comunque opere creative. Occorre, infatti, individuare ai sensi della lettera i), comma 1, dell'articolo 67 del TUIR, l'esistenza di una attività commerciale, ancorché di carattere occasionale. Come è intuibile, la necessità di tale analisi portava spesso a risultati incerti dovendosi ricostruire una pluralità di atti che, anche nell'arco di diversi anni, fossero tra loro legati e preordinati al conseguimento di un reddito attraverso la cessione dei già menzionati beni. In tale situazione anche l'attività di accertamento risulta difficoltosa e spesso di esito incerto, anche alla luce di numerose e contrastanti pronunce della giurisprudenza. Peraltro, nel corso degli ultimi anni le opere

<sup>65</sup> a) "Oggetti d'arte":

- quadri "collages" e quadretti simili ("tableautins"), pitture e disegni, eseguiti interamente a mano dall'artista, ad eccezione dei piani di architetti, di ingegneri e degli altri progetti e disegni industriali, commerciali, topografici e simili, degli oggetti manufatturati decorati a mano, delle tele dipinte per scenari di teatro, sfondi di studi d'arte o per usi simili (codice NC 9701);
  - incisioni, stampe e litografie originali, precisamente gli esemplari ottenuti in numero limitato direttamente in nero o a colori da una o più matrici interamente lavorate a mano dall'artista, qualunque sia la tecnica o la materia usata, escluso qualsiasi procedimento meccanico e fotomeccanico (codice NC 9702 00 00);
  - opere originali dell'arte statuaria o dell'arte scultoria, di qualsiasi materia, purché siano eseguite interamente dall'artista; fusioni di sculture a tiratura limitata ad otto esemplari, controllata dall'artista o dagli aventi diritto (codice NC 9703 00 00); a titolo eccezionale in casi determinati dagli Stati membri, per fusioni di sculture antecedenti il 1 gennaio 1989, è possibile superare il limite degli otto esemplari; arazzi (codice NC 5805 00 00) e tappeti murali (codice NC 6304 00 00) eseguiti a mano da disegni originali forniti da artisti, a condizione che non ne esistano più di otto esemplari;
  - esemplari unici di ceramica, interamente eseguiti dall'artista e firmati dal medesimo;
  - smalti su rame, interamente eseguiti a mano, nei limiti di otto esemplari numerati e recanti la firma dell'artista o del suo studio, ad esclusione delle minuterie e degli oggetti di oreficeria e di gioielleria;
  - fotografie eseguite dall'artista, tirate da lui stesso o sotto il suo controllo, firmate e numerate nei limiti di trenta esemplari, di qualsiasi formato e supporto;
- b) "Oggetti da collezione":
- francobolli, marche da bollo, marche postali, buste primo giorno di emissione, interi postali e simili, oblitterati o non oblitterati ma non aventi corso né destinati ad aver corso (codice NC 9704 00 00);
  - collezioni ed esemplari per collezioni di zoologia, di botanica, di mineralogia, di anatomia, o aventi interesse storico, archeologico, paleontologico, etnografico o numismatico (codice NC 9705 00 00);
- c) "Oggetti di antiquariato": i beni diversi dagli oggetti d'arte e da collezione, aventi più di cento anni di età (codice 9706 00 00).



d'arte e gli oggetti da collezione, soprattutto nel caso in cui gli stessi siano di notevole valore, sono spesso diventati oggetto di investimento alternativo rispetto alle attività finanziarie. In pratica sono stati spesso considerati come beni rifugio a fronte delle incertezze dei mercati mobiliari.

La normativa introdotta considera imponibili in tutti i casi le cessioni degli oggetti indicati nella stessa, senza porre le condizioni indicate nella lettera i), prescindendo, quindi, dalla verifica della natura commerciale dell'operazione che viene data come, comunque, sussistente. La certezza dell'ambito applicativo della norma e il sostanziale ampliamento dello stesso dovrebbero condurre a un aumento del gettito, riconducendo a imposizione fattispecie che spesso sfuggivano data l'incertezza normativa.

Trovando un compromesso tra tassazione della speculazione e tutela dei collezionisti si può ipotizzare quindi quanto segue:

- In base alla considerazione che spesso l'investimento in opere d'arte svolge la stessa funzione dell'investimento in attività finanziarie si prevede un regime di tassazione tramite ritenuta alla fonte a titolo d'imposta o di imposizione sostitutiva **assoggettando i proventi derivanti dalla cessione degli oggetti in questione a imposizione nella misura del 26 per cento**, vale a dire la stessa misura e modalità simili a quelle previste, in linea generale, per i redditi diversi di natura finanziaria (in caso di successione o donazione si dovrebbe tenere conto della data di acquisto da parte del de cuius o del donatore; se non dimostrabile dalla data di morte o donazione) e **con una diminuzione progressiva dell'aliquota a partire dal 2° anno in ragione del 20% annuo per giungere alla detassazione completa a partire dal 6° anno<sup>66</sup>**.

anno	aliquota sulla plusvalenza	diminuzione di aliquota
1	26	0
2	20,8	-5,2
3	15,6	-5,2
4	10,4	-5,2
5	5,2	-5,2
6	0	-5,2

- **I redditi derivanti dalle cessioni di oggetti ed opere di cui sopra sono costituiti dalla differenza tra il corrispettivo, percepito in relazione alla singola cessione, al netto della commissione pagata alla casa d'asta, alla galleria d'arte o ad altro intermediario professionale, e il costo di acquisto degli oggetti ed opere cedute, aumentato di ogni altro costo inerente all'acquisizione dei medesimi oggetti e delle medesime opere.** Le spese inerenti alla produzione di tali redditi sono le spese di:
  - o assicurazione,

<sup>66</sup> Art. 150 VC CGI. Vedi Allegato.



- o restauro,
- o catalogazione,
- o custodia e conservazione

degli oggetti e delle opere cedute. **In alternativa i medesimi redditi possono essere determinati in misura pari al 40 per cento del corrispettivo della cessione.** In luogo del corrispettivo, in caso di perdita o di danneggiamento dei beni suindicati, si considerano le indennità conseguite, anche in forma assicurativa, a titolo di risarcimento. In ragione di ciò l'imposizione massima sui trasferimenti risulterà pari al 26% del 40% del corrispettivo così come riassunto nella tabella seguente:

anno	aliquota sulla plusvalenza	imposizione massima
1	26	10,4
2	20,8	8,32
3	15,6	6,24
4	10,4	4,16
5	5,2	2,08
6	0	0

- Nel caso in cui il corrispettivo della cessione sia costituito totalmente o parzialmente da oggetti d'arte, di antiquariato o da collezione o sia reinvestito prima della presentazione della dichiarazione relativa al periodo d'imposta in cui è avvenuta la cessione, totalmente o parzialmente in oggetti d'arte, di antiquariato o da collezione, la plusvalenza determinata dalla cessione non è imponibile sino a concorrenza del valore delle opere d'arte o oggetti acquisiti. I beni acquisiti a seguito delle cessioni di cui sopra o del reinvestimento di proventi derivanti dalle cessioni assumono il costo dei beni oggetto di cessione determinato secondo le regole di cui sopra. Nel caso in cui il reinvestimento non avvenga entro il termine sopra indicato la plusvalenza derivante dalla cessione viene assoggetta ad imposizione sostitutiva nella dichiarazione dei redditi<sup>67</sup>.
- Nel caso di acquisto per successione si assume come costo il valore definito, o, in mancanza, quello dichiarato ai fini dell'imposta di successione. Nel caso di acquisto per donazione si assume come costo il costo del donante.
- **Non costituiscono redditi le plusvalenze derivanti dalle cessioni degli oggetti e delle opere di cui al comma 1 per un ammontare non superiore a 10.000 euro.** Inoltre, non

<sup>67</sup> <https://www.irs.gov/newsroom/like-kind-exchanges-under-irc-code-section-1031>



generano redditi imponibili le cessioni a musei, biblioteche e archivi pubblici di oggetti d'arte, di antiquariato o da collezione<sup>68</sup>.

- Nel caso di cessioni per un corrispettivo inferiore a 10.000 euro, se l'ammontare complessivo delle stesse nel corso del periodo supera la predetta cifra, le relative plusvalenze, determinate secondo i criteri già esposti, sono assoggettate a imposizione sostitutiva nell'ambito della dichiarazione annuale dei redditi.
- Il prestito di un'opera al fine della fruizione pubblica come nel caso dell'esibizione in una mostra è un atto di generosità. Al contrario, spesso, questo viene ricompreso in caso di verifica fiscale tra le attività indice di commercialità o comunque uno dei tasselli preliminari alla sua cessione per scopo di lucro in quanto l'effetto indiretto del prestito è l'incremento di valore dell'opera. A differenza di quanto accade da noi all'estero il prestito di opere destinate a fruizione pubblica è favorito e premiato con l'applicazione di agevolazioni. Al di fuori di palesi abusi crediamo che operazioni di questo tipo effettuate per spirito di generosità e non con intento speculativo anche quando possano indubbiamente offrire dei vantaggi in termini di quotazione delle opere non dovrebbero quantomeno essere penalizzate anche perché l'interesse generale, quello della fruizione pubblica delle opere, risulterebbe altrimenti mortificato se non addirittura irrimediabilmente compromesso. **Nel caso in cui le opere siano state prestate, durante il periodo di possesso, a musei, biblioteche e archivi pubblici la base imponibile della plusvalenza realizzata in caso di cessione viene diminuita dell'1 per cento per ogni mese, anche non continuativo, di durata del prestito.**

L'applicazione delle norme di cui sopra dovrà, ovviamente, avere effetto dalla loro introduzione e quindi su acquisizioni di opere effettuate da tale data non essendo possibile, ovviamente, una loro retrodatazione per operazioni nate sotto un regime differente.

### Ipotesi impatto su gettito fiscale

Con la finalità di stimare ragionevolmente il possibile gettito derivante dall'introduzione della norma sulla tassazione dei capital gain sulle opere d'arte (e oggetti da collezione e d'antiquariato), è stata seguita la metodologia di calcolo già adottata dall'Agenzia delle Entrate.

Si riportano di seguito alcuni valori relativi alle vendite avvenute negli anni dal 2018 al 2022 con riferimento al fatturato annuale delle principali case d'asta operanti in Italia<sup>69</sup>:

anno	fatturato totale (€, in milioni)
2018	284,0
2019	343,8

<sup>68</sup> Art. 150 VJ CGI. Vedi Allegato.

<sup>69</sup> Fonte dati: "Il sole 24 Ore - Plus 24". Numero case d'asta considerate: 20 nel 2018, 23 nel 2019, 23 nel 2020, 23 nel 2021, 22 nel 2022.



2020	270,0
2021	372,9
2022	395,1
<b>TOTALE</b>	<b>1.665,8</b>

Si assume che le opere d'arte e gli oggetti d'antiquariato e da collezione venduti tramite case d'asta operanti in Italia (Sotheby's, Christie's, Meeting Art, Cambi, ecc.) siano di proprietà di collezionisti privati residenti in Italia (assunzione che pare fondata in quanto è assai raro che collezionisti esteri mettano in vendita i propri beni sul mercato italiano, preferendo piazze internazionali come Londra e New York).

Il fatturato annuale relativo alle Italian sales delle case d'asta Sotheby's e Christie's organizzate a Londra nel periodo 2018-2022 è il seguente<sup>70</sup>:

anno	fatturato totale (€, in milioni)
2018	55,3
2019	42,9
2020	9,6
2021	23,0
2022	35,2
<b>TOTALE</b>	<b>166,0</b>

Si sottolinea che i dati sopra illustrati sono decisamente parziali in quanto sono state prese in considerazione solo le vendite più agevolmente riscontrabili da informazioni di mercato<sup>71</sup>.

<sup>70</sup> Fonte dati: siti on-line di Sotheby's e Christie's. Per l'anno 2022 si è presa in considerazione l'asta di Christie's "Thinking Italian" a Parigi. Il tasso di cambio sterline (£) – euro (€) considerato è quello del 15 ottobre di ogni anno.

<sup>71</sup> In particolare:

- con riferimento al mercato italiano i dati sono parziali in quanto relativi solo ad una parte, seppur rilevante, delle case d'asta operanti in Italia;
- con riferimento alla piazza di Londra il valore sopra riportato si riferisce alle sole Italian sales (ossia alle aste che trattano solo artisti moderni e contemporanei italiani). Mancano, dunque, le vendite effettuate da collezionisti italiani aventi ad oggetto tutte le altre categorie di opere d'arte (old master, impressionisti, arte moderna e contemporanea internazionale, antiquariato, ecc.); per questo motivo si assume che le opere vendute a Londra, nelle aste dedicate all'arte moderna e contemporanea italiana (cd. Italian sales), siano di proprietà di collezionisti privati italiani.
- mancano, inoltre, i corrispettivi delle vendite aventi ad oggetto specifiche collezioni appartenenti a soggetti italiani per le quali vengono spesso organizzate apposite aste in piazze internazionali;
- la parzialità delle cifre sopra indicate deriva, altresì, dalla non inclusione dei dati relativi alle vendite avvenute su altre importanti piazze internazionali, come New York, Singapore e Hong Kong;



Sulla base di quanto sopra, appare ragionevole stimare che negli ultimi cinque anni i corrispettivi delle vendite di opere d'arte (e oggetti d'antiquariato e da collezione) conseguiti da collezionisti privati italiani si aggirino sulla cifra di 3 miliardi di euro.

Considerati i suddetti valori, l'introduzione della norma sulla tassazione dei capital gain realizzati con la vendita di oggetti d'arte, d'antiquariato e da collezione, potrebbe far emergere una base imponibile prudenzialmente stimata in circa 1,2 miliardi di euro ed un **maggior gettito fiscale di 187,2 milioni di euro**, ipotizzando un periodo medio di detenzione delle opere d'arte pari a 3 anni e quindi un'aliquota del 15,6% ( $€3 \text{ miliardi} \times 40\% = €1,2 \text{ miliardi}$  di base imponibile; aliquota media del 15,6% = imposta pari a €187,2 milioni).

- 
- infine, i valori sopra indicati non includono le transazioni avvenute tra privati (su queste, ovviamente, è impossibile riscontrare dati ufficiali).



## Conclusioni sulle ipotesi di impatto economico

Misura proposta	Impatto su gettito fiscale
<b>1. Detraibilità spese culturali</b>	<b>- 738.066.486</b>
<b>2. IVA sulle attività culturali</b>	<b>- 8.306.277</b>
2.1 Settore dell'editoria	+ 32.971.154
2.2 Prestazioni di musei, ville, parchi e affini	+ 4.431.610
2.3 Settore cinematografico	- 13.937.389
2.4 Attività teatrale, concertistica, di ballo e dello spettacolo viaggiante	- 31.771.652
2.5 Settore discografico	- 51.557.377
<b>4. Art Bonus</b>	<b>- 388.789</b>
<b>5. Fondo per la cultura</b>	<b>+ 1.722.989.800</b>
5.a Legge del 2%	+ 604.580.000
5.b Stanziamenti infrastrutture	+ 1.083.000.000
5.c Sponsorizzazioni/utigli gioco d'azzardo	+ 35.409.800
<b>6. Cessione tra privati</b>	<b>+ 187.200.000</b>
<b>Totale impatto economico</b>	<b>+ 1.163.428.248</b>





## Delega fiscale

In conclusione, si avanza una sintesi delle modifiche (in **arancione**) che si suggerisce di apportare al documento della **delega fiscale** per tener conto delle proposte sopra descritte che ad essa fanno riferimento:

- Art. 5, comma 1, lettera a-1:

*"la revisione e la graduale riduzione dell'imposta sul reddito delle persone fisiche (di seguito IRPEF), nel rispetto del principio di progressività e nella prospettiva della transizione del sistema verso l'aliquota impositiva unica, attraverso il riordino delle deduzioni dalla base imponibile, degli scaglioni di reddito, delle aliquote di imposta, delle detrazioni dall'imposta lorda e dei crediti d'imposta tenendo conto delle loro finalità, con particolare riguardo alla composizione del nucleo familiare, alla tutela del bene casa e di quello della salute delle persone, **riconoscendo gli effetti benefici dell'arte e della cultura sulla salute e il benessere degli individui, dell'istruzione, della previdenza complementare, nonché degli obiettivi di miglioramento dell'efficienza energetica e della riduzione del rischio sismico del patrimonio edilizio esistente, facendo confluire il complesso sistema di detrazioni, deduzioni e crediti d'imposta a sostegno del mecenatismo culturale in un unico meccanismo di credito d'imposta su modello francese.***

- Art. 7, comma 1, lettera c:

*"razionalizzare il numero e la misura delle aliquote IVA secondo i criteri posti dalla normativa dell'Unione europea, al fine di prevedere una tendenziale omogeneizzazione del trattamento IVA per i beni e servizi simili, anche individuati mediante il richiamo alla nomenclatura combinata o alla classificazione statistica, meritevoli di agevolazione in quanto destinati a soddisfare le esigenze di maggior rilevanza sociale, **a partire dalle attività culturali che si intende uniformare ad un'aliquota ridotta**"*

- Art. 7, comma 1, lettera e:

*"ridurre l'aliquota dell'IVA all'importazione di opere d'arte, recependo la direttiva europea 5 aprile 2022, n. 2022/542/UE, e differire il pagamento dell'IVA in dogana, estendendo l'aliquota ridotta anche alle cessioni di oggetti d'arte, di antiquariato o da collezione".*

ALLEGATO 2

**Documentazione depositata da Campus Party Italia.**





**CAMPUS PARTY** promuove la creatività e l'innovazione. Realizza eventi, format per l'orientamento e progetti formativi digitali per aiutare le nuove generazioni a progettare un futuro sostenibile con l'uso consapevole della tecnologia.





**IL “MOTORE”  
DELLE IDEE DI  
CAMPUS PARTY**

**FONDAZIONE CAMPUS PARTY** intercetta trend e aspirazioni dalle nuove generazioni trasformandoli nei progetti educativi di Campus Party. Si relaziona con associazioni, istituzioni locali, nazionali e internazionali, condivide esperienze, buone pratiche, know how per attivare partnership e collaborazioni.

# LA NOSTRA ESPERIENZA

DIDATTICA DIGITALE ✓

SOSTENIBILITÀ ✓

ORIENTAMENTO ✓



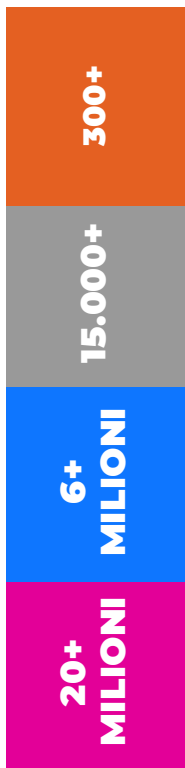


- **PlayEnergy è il concorso internazionale di Enel su piattaforma digitale sulla sostenibilità e innovazione, per ragazzi e ragazze dai 14 ai 20 anni provenienti da Italia, Brasile, Argentina, Colombia, Cile, Perù e Grecia.**
- **Gamification, Narrazione, premi per i migliori: il linguaggio della GenZ a supporto dell'insegnamento in classe dell'Educatione Civica**





I dati delle prime due edizioni del concorso:



Utenti raggiunti  
con la  
comunicazione  
digitale

Interazioni  
sui social

Partecipanti  
attivi

Stakeholders

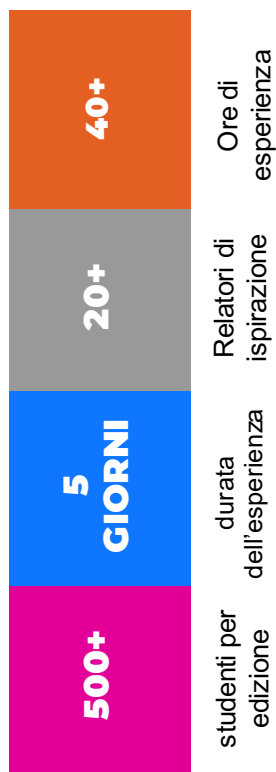
Nelle ultime edizioni, Play Energy ha ricevuto in Italia l'endorsement del **Ministero dell'Istruzione** e di diverse **Municipalità**, delle **Città di Roma, Milano e Torino**







- È un'esperienza di **orientamento** per avvicinare i ragazzi in maniera alternativa al mondo del lavoro di **oggi e di domani**, approfondendo le materie scolastiche in maniera **non convenzionale**.
- **Robotica, VR, AR**, tecnologie, relatori di **ispirazione e lavoro di squadra** gli ingredienti principali.





## JOB FACTORY

- È un laboratorio full-time di formazione che tenta di superare il concetto classico di Job Fair.
- Percorsi di autoconsapevolezza, mappatura competenze, soft skills
- Prevede simulazioni di colloqui “al buio”, “speed date” con HR, momenti di professional storytelling, revisione dei CV e job talk tematici





## JOBFLIX

- È una **piattaforma video per studenti ed insegnanti** che racconta ai giovani i mestieri di oggi e di domani.
- **Materiali didattici** collegati consentono agli insegnanti di usare la piattaforma come **strumento per l'orientamento in aula**.
- **Dei testimonial** per ogni professione raccontano la loro **esperienza**, il loro **percorso di studi** e le **caratteristiche del lavoro**.
- I più attuali **dati disponibili** danno una prospettiva del possibile **mercato del lavoro per la professione**.



## COLLABORAZIONE CON LE ISTITUZIONI

- La formazione e l'evoluzione dei metodi di insegnamento sono oggi temi centrali per tutta la comunità educante e il settore della cultura.
- L'expertise e le progettualità sviluppate da Campus Party e dalla sua Fondazione vanno incontro all'esigenza di rinnovare i modelli educativi e di orientamento scolastico professionale, nell'interesse delle Istituzioni e delle nuove generazioni.
- Campus Party intende offrire il proprio know how e le proprie competenze a beneficio del sistema scolastico e la crescita dei cittadini di domani.



PAGINA BIANCA

PAGINA BIANCA



\*19STC0053400\*