

non profit paper

4 2016

rivista trimestrale
ottobre/dicembre 2016

spedizione in a.p. • 45%
art. 2 comma 20/b
legge 662/97-DCl Umbria
ISSN 1122.9322

diritto, management, servizi di pubblica utilità

LE FONDAZIONI D'IMPRESA

Area Contributi

Ruggero Bodo, Carola Carazzone,
Antonio Danieli, Danilo Devigili,
Andrea Gamba, Marco Grumo,
Maddalena Tagliabue

Area Interviste

Fondazione Italiana Accenture,
Fondazione Adecco per le pari
opportunità, Fondazione Allianz
UMANA MENTE, Fondazione Bracco,
Enel Cuore Onlus, Fondazione Giovanni
Agnelli, Fondazione Mediolanum
Onlus, Fondazione MILAN, Fondazione
per l'Infanzia Ronald McDonald Italia,
Fondazione TIM, Fondazione Vodafone
Italia, UniCredit Foundation



FONDAZIONE PNP
PROFIT NON PROFIT


MAGGIOLI
EDITORE

annò
ventiduesimo

Proprietà e redazione

Fondazione PNP –
profit non profit
Via Donizetti, 30
20122 Milano

Direttore responsabile

Paolo Sciumé

Coordinatore scientifico

Vincenzo Tondi della Mura

Consulente scientifico

Ivo Colozzi

Comitato scientifico

Salvatore Andò
Andrea Bassi
Lucia Boccacin
Albino Claudio Bosio
Emilio Castorina
Ivo Colozzi
Antonio Cordasco
Maria Vita De Giorgi
Pierpaolo Donati
Fabio Ferrucci
Giorgio Groppo
Marco Grumo
Fabio Lenzi
Pierfrancesco Lotito
Daniele Marrama
Roberto Miccù

Mario Molteni
Gianluca Orrù
Andrea Perrone
Emanuele Rossi
Andrea Simoncini
Maddalena Tagliabue
Vincenzo Tondi della Mura

Comitato di redazione

Giovanni Bellardi
Stefania Colombi
Francesco Licenziato
Gianluca Orrù
Fabrizio Papotti
Giorgio Sciumé
Maddalena Tagliabue

Progetto grafico

Niki Caragiulo

Redazione e diffusione

Maggioli Editore
presso c.p.o. Rimini, Via Coriano, 58
47924 Rimini
Tel. 0541/628111 – Fax 0541/622100
Maggioli Editore è un marchio
Maggioli Spa

Servizio Clienti

Tel. 0541/628242
Fax 0541/622595
e-mail: clienti.editore@maggioli.it
www.periodicimaggioli.it

PUBBLICITÀ: Publimaggioli

Concessionaria di Pubblicità per
Maggioli Spa
Via del Carpino, 8
47822 Santarcangelo di Romagna
(RN)
Tel. 0541/628736-8531
Fax 0541/624887
e-mail: publimaggioli@maggioli.it
www.publimaggioli.it

Filiali

Milano
Via F. Albani, 21 – 20149 Milano
Tel. 02/48545811
Fax 02/48517108

Bologna

Piazza VIII Agosto, Galleria
del Pincio, 1 – 40126 Bologna
Tel. 051/229439-228676
Fax 051/262036

Roma

Via Volturno, 2/c – 00185 Roma
Tel. 06/5896600-58301292
Fax 06/5882342

Registrazione

Presso il Tribunale di Milano
il 21 maggio 1994
al n. 280

Maggioli Spa

Azienda con Sistema Qualità
certificato ISO 9001:2008
Iscritta al registro operatori
della comunicazione

Stampa

Stabilimento Maggioli Spa –
Santarcangelo di Romagna (RN)

Condizioni di abbonamento 2017

Il prezzo di abbonamento annuale alla rivista "Non Profit" è:
Formato cartaceo + digitale euro 212,00
(Iva inclusa).
Formato digitale (PDF) euro 95,00 + Iva.

Il prezzo di una copia della rivista è di
euro 57,00.
Il prezzo di una copia arretrata è di euro
62,00.

Il pagamento dell'abbonamento deve
essere effettuato con bollettino di c.c.p.
n. 31666589 intestato a Maggioli Spa –
Periodici – Via del Carpino, 8
47822 Santarcangelo di Romagna (RN)

La rivista è disponibile anche nelle migliori librerie.

L'abbonamento decorre dal 1° gennaio
con diritto al ricevimento dei fascicoli
arretrati ed avrà validità per un anno.
In mancanza di esplicita revoca, da
comunicarsi in forma scritta entro
il termine di 45 giorni successivi
alla scadenza dell'abbonamento,
la Casa Editrice, al fine di garantire
la continuità del servizio, si riserva
di inviare il periodico anche per il
periodo successivo. La disdetta non
sarà ritenuta valida qualora l'abbonato
non sia in regola con tutti i pagamenti.
Il rifiuto o la restituzione dei fascicoli
della rivista non costituiscono disdetta
dell'abbonamento a nessun effetto.

I fascicoli non pervenuti possono essere
richiesti dall'abbonato non oltre 20 giorni
dopo la ricezione del numero successivo.

Tutti i diritti riservati

È vietata la riproduzione, anche
parziale, del materiale pubblicato senza
autorizzazione dell'Editore.
Le opinioni espresse negli articoli
appartengono ai singoli autori, dei
quali si rispetta la libertà di giudizio,
lasciandoli responsabili dei loro scritti.
L'autore garantisce la paternità dei
contenuti inviati all'Editore manlevando
quest'ultimo da ogni eventuale richiesta
di risarcimento danni proveniente
da terzi che dovessero rivendicare diritti
su tali contenuti.

non profit *paper*

diritto, management, servizi di pubblica utilità

annò
ventiduesimo



FONDAZIONE PNP
PROFIT NON PROFIT

**MAGGIOLI
EDITORE**

EDITORIALE

- 5 Editoriale

PRIMA PARTE - CONTRIBUTI

- 9 Le relazioni *profit-non profit*, approcci, strumenti e sviluppi futuri
Daniilo Devigili
- 22 Inquadramento del fenomeno e tipologie in Italia
Ruggero Bodo
- 33 *Corporate philanthropy*: uno sguardo allo scenario internazionale
Carola Carazzone
- 47 Le fondazioni di impresa tra strategia e fisco
Andrea Gamba
- 68 La *corporate governance* delle fondazioni di impresa
Maddalena Tagliabue
- 76 Le fondazioni d'impresa *grant-making* italiane attraverso l'analisi dei bilanci
Marco Grumo
- 106 Le fondazioni fondate da imprenditori o da famiglie imprenditoriali: scenari attuali e prospettive future di un asset strategico per il Sistema Paese
Antonio Danieli
- 128 La normativa civilistica delle fondazioni di impresa
Maddalena Tagliabue

SECONDA PARTE - INTERVISTA ALLE FONDAZIONI

- 140 Introduzione
A cura della redazione di Nonprofitonline
- 159 Fondazioni intervistate: Schede descrittive

- 171 A. Intervista alle fondazioni: tema della relazione con le organizzazioni *non profit* (Onp) finanziate (Fondazioni erogative) o con cui si instaura una collaborazione (Fondazioni operative)
- 211 B. Intervista alla fondazione: tema della *governance* e delle strategie
- 229 C. Intervista all'impresa costituente la fondazione

www.preview.periodicimaggioli.it

Tutti gli articoli sono disponibili on line, in formato PDF, alla pagina www.periodicimaggioli.it. Si colleghi inserendo la sua username e password.

Insieme al fascicolo della rivista in formato digitale può consultare anche una serie di servizi on line inclusi nell'abbonamento:

- archivio storico digitale
- newsletter on line
- video corsi on line
- l'esperto risponde.



HANNO COLLABORATO A QUESTO NUMERO

RUGGERO BODO

Consulente Fondazione Sodalitas

CAROLA CARAZZONE

Segretario generale Assifero, Associazione italiana

ANTONIO DANIELI

Direttore generale Fondazione Golinelli

DANILO DEVIGILI

Senior Manger Climate Change and Sustainability Services EY Italia

ANDREA GAMBA

Dottore commercialista e revisore legale dei conti specializzato in Enti non profit, Docente a contratto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano

MARCO GRUMO

Direttore divisione "Non Profit e Pubblica Amministrazione" di ALTIS, Professore di economia e management delle organizzazioni non profit

MADDALENA TAGLIABUE

Avvocato presso SCIUMÉ – avvocati e commercialisti, consulente legale enti non profit

EDITORIALE

Le fondazioni d'impresa italiane: quei soggetti filantropici rilevanti ancora poco conosciuti e valorizzati

Le fondazioni d'impresa (sia grant-making, che operating, che mi-ste) costituiscono oggi un soggetto importante nel mondo non profit americano, europeo e anche italiano; un soggetto molto peculiare, ma anche poco studiato, sia a livello nazionale che internazionale.

Le fondazioni corporate, oltre a costituire un "ponte" rilevante tra il mondo business e il mondo non profit operativo, realizzano esperienze concrete e continuative di responsabilità sociale d'impresa, offrendo al mondo non profit una serie di contributi molto preziosi: fondi, donazioni di personale, infrastrutture tecnologiche, servizi, beni, accompagnamento nella realizzazione dei progetti, accompagnamento e "contaminazione" imprenditoriale e manageriale, (di cui esse stesse sono destinatarie da parte delle imprese profit che le hanno costituite e che annualmente le sostengono) in diverse forme e intensità. Tutti questi aspetti hanno un valore culturale e operativo importante per i soggetti non profit e per la società.

Il modello operativo delle fondazioni d'impresa italiane differisce per molti aspetti e va ben oltre il tipico modello operativo delle corporate foundations americane: trattasi di un modello operativo peculiare, diverso da fondazione a fondazione, sia per quanto riguarda la relazione instaurata tra esse e l'impresa profit fondatrice, sia per quanto riguarda la relazione instaurata tra la fondazione d'impresa e i soggetti non profit di primo livello destinatari dei suoi interventi.

Trattasi in generale di modelli operativi positivamente "contaminanti", ma anche strutturati ed "educativi" per gli enti non profit che richiedono sostegno finanziario (e non) o che partecipano alla realizzazione di specifici progetti sociali promossi e in collaborazione con tali fondazioni, come mostrano ad esempio: la stretta relazione che si instaura tra la fondazione e l'ente non profit sul singolo progetto, i tassi di accesso ai finanziamenti erogati rispetto alle domande presentate, le modalità di erogazione dei sostegni e di monitoraggio dei progetti.

Trattasi di soggetti che generano impatti sociali (ed economici) rilevanti nei confronti di una molteplicità di stakeholder: l'impresa fondatrice con cui esiste sempre una relazione stretta articolata in varie for-

me; i dipendenti dell'impresa fondatrice; i dipendenti della fondazione; l'organizzazione non profit destinataria del sostegno e/o partner operativo della fondazione; i beneficiari diretti dei progetti sociali sostenuti; le comunità locali destinatarie degli interventi, la pubblica amministrazione che può contare su soggetti preziosi in termini di azioni di sistema e di policy, ecc.

Le fondazioni d'impresa italiane costituiscono realtà multiformi, economicamente e organizzativamente leggere, ma socialmente rilevanti e preziose, oggi forse ancora non pienamente conosciute e valorizzate (anche sul piano normativo).

La riforma del terzo settore, appena approvata, prevede, come noto, norme specifiche per gli enti filantropici, ma di queste si darà conto in appositi approfondimenti successivi. L'attuale numero prescinde quindi da tali innovazioni normative. A seguito di queste nuove norme, chiaramente qualcosa cambierà nel funzionamento e nell'operatività delle fondazioni d'impresa italiane.

Ecco allora la finalità di tale numero specificamente dedicato alle fondazioni d'impresa italiane: accendere un "riflettore" su questi importanti soggetti, per comprenderli più a fondo, ma anche per "usarli" al meglio.

In particolare in questo numero saranno affrontati i seguenti temi centrali del funzionamento di questi soggetti: le relazioni profit-non profit (Danilo Devigili, Senior Manger Climate Change and Sustainability Services EY Italia); i tratti distintivi delle Corporate Foundations (Ruggero Bodo, Consulente Fondazione Sodalitas); la Corporate philanthropy: uno sguardo allo scenario internazionale (Carola Carrazzone, Segretario generale Assifero, Associazione italiana); le fondazioni d'impresa tra strategia e fisco (Andrea Gamba, Dottore commercialista e revisore legale dei conti specializzato in Enti non profit, Docente a contratto presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano); la corporate governance delle fondazioni di impresa (Maddalena Tagliabue, Avvocato presso SCIUMÉ – avvocati e commercialisti, consulente legale enti non profit); le fondazioni d'impresa grant-making italiane attraverso l'analisi dei bilanci (Marco Grumo, Direttore divisione "Non Profit e Pubblica Amministrazione" di ALTIS – Professore di economia e management delle organizzazioni non profit); le fondazioni fondate da imprenditori o da famiglie imprenditoriali: scenari attuali e prospettive future di un asset strategico per il

Sistema Paese (Antonio Danieli, Direttore generale Fondazione Golinelli); la normativa civilistica delle fondazioni di impresa (Maddalena Tagliabue).

Il numero presenta anche una serie di interessanti interviste condotte dalla redazione a un panel significativo e qualificato di fondazioni d'impresa italiane grantmaking e operating che si ringraziano per la collaborazione. Queste interviste esprimono in modo diretto ed efficace, completando gli articoli, le peculiari strategie e modelli operativi di tali importanti soggetti della società italiana.

Marco Grumo

