

Il libro segue con consapevolezza l'importanza di un impegno di analisi e studio per il *crowdfunding* pubblico che l'Università di Bologna ha assunto alla fine del 2018, quando ha organizzato il primo corso in Italia sull'efficacia finanziaria del *crowdfunding* per Università e Musei. Ora la pubblicazione diffonde, con il coordinamento di Adriano Di Pietro e Piera Santin, gli interventi che arricchirono quel Corso organizzato dalla Scuola Europea di Alti Studi tributari con il Sistema Museale di Ateneo e la Biblioteca Universitaria. L'intento era evidente: far conoscere la potenzialità e l'efficacia del *crowdfunding* come innovativa forma di finanziamento dei settori universitario e museale. Il *crowdfunding*, infatti, può investire i diversi ambiti di competenza universitaria, quali la didattica, la ricerca e il patrimonio, con impegno condiviso con i Musei. Ne può nascere, quindi, una fertile combinazione tra conoscenze ed esperienze scientifiche ed operative. Questa diventa tanto più efficace quanto sappia comprenderle ed integrarle in un quadro unitario delle competenze e del patrimonio di Università e Musei. Un quadro che, grazie al *crowdfunding*, arricchisce le potenzialità economiche e finanziarie, alimenta la responsabilità informatica e l'efficacia europea, definisce la sicurezza e la convenienza economica dei regimi fiscali applicabili nei diversi modelli di *donation, reward ed equity*.

ISBN 978-88-6611-820-6



9 788866 118206

€ 22,00



a cura di
A. Di Pietro
P. Santin

Il Crowdfunding, Un'opportunità finanziaria per musei e università



3



Scuola Europea di Alti Studi Tributari *Studi e Ricerche*

Direttori

A. Di Pietro - M. A. Collado - P. Essers - A. Menendez - T. Tassani

Il Crowdfunding Un'opportunità finanziaria per musei e università

a cura di

Adriano Di Pietro

Piera Santin

con il contributo di



CACUCCI  EDITORE
BARI

La Scuola Europea di Alti Studi Tributari (SEAST) è una struttura dell'Università di Bologna, operativa da più di dieci anni con autonomia amministrativa e finanziaria. La sua vocazione europea si è manifestata già con la struttura originale che ha integrato, fin dalla costituzione della Scuola, le Università di Bourgogne, Castilla-La Mancha, Strasbourg, Tilburg, Sevilla-Pablo de Olavide, Valencia, Valladolid. Per questo la Scuola è diventata un punto di riferimento stabile e scientificamente qualificato; come tale, apprezzato in Europa e riconosciuto in tutto il mondo. Grazie al prestigio così acquisito ed ormai consolidato, la Scuola ha, negli ultimi anni, collaborato con Ministeri e Istituzioni europee per promuovere ed organizzare studi e ricerche in settori specifici del diritto tributario europeo. Così nella fiscalità ambientale, negli aiuti di stato fiscali, nella fiscalità doganale, nella cooperazione giudiziaria e amministrativa per la repressione delle frodi europee, la Scuola ha apportato, con la pluriennale esperienza scientifica nel diritto tributario europeo, l'efficacia di una collaborazione interuniversitaria, istituzionalmente garantita dalla sua stessa struttura, e la qualità dei propri studi che la consolidata autonomia ed imparzialità della ricerca universitaria ha potuto sempre assicurare.

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna
Scuola Europea di Alti Studi Tributari
Studi e Ricerche

Direttori
Adriano Di Pietro - Miguel Angel Collado - Peter Essers
Alejandro Menendez - Thomas Tassani

Il *Crowdfunding*
Un'opportunità finanziaria
per musei e università

a cura di
ADRIANO DI PIETRO
PIERA SANTIN

*in collaborazione con Sistema Museale di
Ateneo e Biblioteca Universitaria Bologna
dell'Università di Bologna*

CACUCCI  EDITORE
BARI

La presente pubblicazione riflette esclusivamente il punto di vista degli autori e le autorità del programma non sono responsabili in alcun modo delle informazioni e affermazioni ivi contenute.

Il progetto CROWD-FUND-PORT è stato implementato attraverso l'assistenza finanziaria del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale del programma Interreg CENTRAL EUROPE.



PROPRIETÀ LETTERARIA RISERVATA

© 2019 Cacucci Editore – Bari

Via Nicolai, 39 – 70122 Bari – Tel. 080/5214220

<http://www.cacuccieditore.it> e-mail: info@cacucci.it

Ai sensi della legge sui diritti d'Autore e del codice civile è vietata la riproduzione di questo libro o di parte di esso con qualsiasi mezzo, elettronico, meccanico, per mezzo di fotocopie, microfilms, registrazioni o altro, senza il consenso dell'autore e dell'editore.

INDICE

L'IMPORTANZA DEI REGIMI FISCALI DEL CROWDFUNDING E DELLE ALTRE FORME DI FINANZIAMENTO PUBBLICO PER UNIVERSITÀ E MUSEI

ADRIANO DI PIETRO

1. Le donazioni arricchiscono Università e Musei, ma non premiano la loro attività	1
1.1 Le diverse ispirazioni dell' <i>animus donandi</i> a favore di Università	1
1.1.1 La donazione in denaro costituisce un sostegno finanziario a funzioni pubbliche	2
1.1.2 La donazione di beni mobili o di universalità di beni arricchisce ma non finanzia	4
1.1.3 La donazione di beni immobili arricchisce ma richiede un bilanciamento economico	4
1.2 La donazione arricchisce i Musei con specifica efficacia	5
1.2.1 La destinazione specifica della donazione in denaro	5
1.2.2 La donazione di beni mobili o di un'universalità di beni mobili arricchisce il patrimonio	6
1.2.3 La donazione di beni immobili arricchisce il patrimonio	7
2. Le donazioni alimentano un circolo virtuoso dal punto di vista finanziario per Università e Musei beneficiari	7
3. Gli incentivi fiscali alle donazioni come costi fiscali	8
4. Dalla donazione individuale alla raccolta di fondi: il <i>fundraising</i>	12
4.1 La raccolta fondi o l'importanza dell'iniziativa dei donatori	12
4.2 Prevalenza dell'intento liberale nelle donazioni spontaneamente erogate	13
4.3 Le donazioni sollecitate da Musei e Università	14
4.3.1 Donazioni per raccolte permanenti o a durata predefinita	14

4.3.2 Esperienze di campagne di <i>fundraising</i>	15
4.4 Dona ora come forma permanente di raccolta fondi	15
4.5 Indifferente dal punto di vista fiscale la scelta dell'ammontare della donazione	16
4.6 Le modalità di erogare le donazioni	17
5. L'erogazione delle somme e la formalizzazione della campagna	18
6. Dall'arricchimento al finanziamento: il <i>crowdfunding</i> come forma strategica	19
6.1 La varietà degli oggetti di finanziamento attraverso il <i>crowdfunding</i>	19
6.2 Il crowdfunding come forma di finanziamento orientato da Università e Musei sulla varietà delle proposte d'intervento	20
6.3 Il finanziamento di progetti di <i>crowdfunding</i> anche a importi inferiori a quelli proposti	22
6.4 La sollecitazione al pubblico per finanziare un progetto richiede, per essere efficace una procedura informatizzata	23
6.5 La procedura informatizzata è funzionale alla raccolta di fondi per realizzare progetti proposti da Università e Musei e non alla semplice intermediazione	25
6.6 Il <i>crowdfunding</i> esalta al tempo stesso l'importanza del progetto da finanziare e la responsabilità del suo finanziamento	26
6.7 La selezione dei progetti come forma di finanziamento prioritario	27
6.8 Le posizioni fiscali dei sottoscrittori la campagna	30
6.9 Dalla selezione dei progetti alla predisposizione di una campagna	33
6.10 Il supporto finanziario del <i>crowdfunding</i> come concorso alla realizzazione di funzioni pubbliche	34

IL CROWDFUNDING COME CO-FINANZIAMENTO DEGLI INTERVENTI PUBBLICI: L'ELABORAZIONE DEL RELATIVO PIANO FINANZIARIO PER LA SCELTA DEL MODELLO E PER IL SUCCESSO DELLA CAMPAGNA

VINCENZO BUTTICÈ

7. Introduzione	37
-----------------	----

8. Una definizione di <i>crowdfunding</i>	37
9. Le dimensioni del mercato del <i>crowdfunding</i> italiano	40
10. I vantaggi e gli svantaggi del <i>crowdfunding</i>	41
11. Le scelte progettuali per una campagna di successo	42

IL CROWDFUNDING: COMUNICARE, FORMARE, GARANTIRE CORRETTEZZA E RISULTATI. QUESTI I SEGRETI DEL SUCCESSO DELLA FINANZA ALTERNATIVA

MARINO CAVALLO

12. Introduzione	47
13. USA Vs Europa, modelli a confronto	48
14. Alcuni requisiti fondamentali	49
15. Cultura, fra conservatori e promotori	49
16. Dalla teoria alla pratica, verso un <i>hub</i> per il <i>crowdfunding</i>	51
17. Bibliografia e siti web:	52

FORME DI CROWDFUNDING APPLICABILI AI DIVERSI SETTORI DA FINANZIARE DI UNIVERSITÀ E MUSEI

PIERA SANTIN

18. Il <i>crowdfunding</i> come forma di finanziamento pubblico	55
19. Una funzione del <i>crowdfunding</i>	56
20. Come organizzare una campagna di <i>crowdfunding</i> nel settore pubblico: la centralità <i>dell'animus donandi</i>	59
21. Il <i>reward crowdfunding</i> con spirito liberale: la ricompensa simbolica	60
21.1 La giornata della restituzione	62
22. Il <i>crowdfunding</i> donativo	63
23. I settori di riferimento per il <i>crowdfunding</i>	64
24. Aspetti finanziari del <i>crowdfunding</i>	66
25. Le tempistiche del <i>crowdfunding</i> e la gestione degli enti pubblici	69
26. Il <i>crowdfunding</i> come finanziamento della ricerca	71
27. Il <i>crowdfunding</i> come finanziamento delle attività didattiche	73

28. Il <i>crowdfunding</i> come finanziamento del patrimonio	74
29. Le linee di sviluppo del <i>crowdfunding</i> nell'agenda ONU 2030	74
30. Bibliografia	75

BENEFICI, OBBLIGHI ED EFFETTI FISCALI PER L'UNIVERSITÀ E I MUSEI E PER I LORO FINANZIATORI

FEDERICO FERRI

31. Presentazione	77
32. Influenza dell'Unione Europea	78
33. Obblighi europei in materia di <i>crowdfunding</i>	79
34. Esperienze e proposte europee sul <i>crowdfunding</i>	80
35. Settori europei finanziabili con il <i>crowdfunding</i> e incidenza sul diritto d'autore	82
36. Le forme di tutela europea proposte per il <i>crowdfunding</i>	85
37. Tutelabilità e incidenza del brevetto europeo	86
38. La tutela della proprietà industriale per le Università	89

IL CROWDFUNDING DONATIVO: LA GESTIONE DEI DATI NELLE CAMPAGNE PER IL FINANZIAMENTO DI ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

GIUSEPPE CONTISSA

39. Il ruolo degli intermediari nel mercato della società dell'informazione	91
40. Ruolo e qualifica degli intermediari: offrire e gestire una struttura che permetta di svolgere l'attività nel mercato elettronico	93
41. L'utilizzo "non rivale" di beni e servizi offerti sul mercato elettronico	95
42. Il carattere datato delle norme europee che si applicano agli intermediari	97
43. L'evoluzione e il rafforzamento del ruolo degli intermediari nell'economia di internet	98
44. La responsabilità dei prestatori dei servizi nel mercato informatico	103

45. Controlli con intelligenza artificiale o con alta automazione	106
46. La giurisprudenza europea e il regolamento europeo sulla privacy	107
47. Limitazione della responsabilità delle piattaforme nel modello statunitense	110
48. La tutela del diritto d'autore e la gestione degli illeciti nel sistema degli Stati Uniti	112
49. La responsabilità del fornitore di servizi in Europa, in relazione ai servizi offerti	113
50. La responsabilità per l'Italia sulle richieste di rimozione dai siti	115
51. Prospettive europee per la restrizione delle libertà dei <i>provider</i>	118

IL CROWDFUNDING DONATIVO E REWARD: PROFILI FISCALI

PIERA SANTIN

52. Gli effetti fiscali del <i>crowdfunding</i> donativo puro e quello funzionale all'esercizio di attività commerciali	121
53. Le differenze dei regimi fiscali applicabili	123
53.1 Per le imposte sui redditi	123
53.2 Per l'imposta sul valore aggiunto	124
54. Gli standard dei modelli di <i>crowdfunding</i> e relativi effetti fiscali	124
55. L'utilizzabilità indiretta da parte delle Università di <i>equity crowdfunding</i> e di <i>crowdlending</i>	125

IL CROWDFUNDING EQUITY E IL CROWDFUNDING LENDING E LA LORO EFFICACIA NELLA GESTIONE DELLE PIATTAFORME

GIUSEPPE CONTISSA

56. La diversa articolazione delle responsabilità delle Università nel gestire le piattaforme con le quali si effettua il <i>crowdfunding</i>	127
---	-----

57. L'applicazione del decreto legislativo 170/2003 in attuazione della direttiva europea	128
57.1 Le deviazioni nazionali rispetto al modello europeo	128
57.1.1 I crimini di cui all'art.16	128
57.1.2 Le azioni risarcitorie	129
57.1.3 L'obbligo d'informazione	130
57.2 La neutralità dei gestori della piattaforma di <i>crowdfunding</i> secondo la giurisprudenza italiana	130
58. L'applicazione del nuovo regolamento europeo sulla General Data Protection Regulation	133
58.1 La responsabilità dei gestori	133
58.2 Responsabilità dei proponenti	134
58.3 Il trattamento dei dati personali nella direttiva 679/2016 e nel d.lgs. 101/2018	134
58.4 Variabilità delle informazioni a seconda delle situazioni	136
58.5 Protezione dei dati fin dalla progettazione	137
59. Protezione dei dati di spin-off o start up universitari	138

FINANZIAMENTO DIRETTO DEGLI SPIN-OFF E DELLE STARTUP

FABRIZIO BUGAMELLI

60. Dalla campagna di <i>crowdfunding</i> all'effettivo finanziamento	143
61. L'individuazione del progetto e la contabilizzazione delle risorse	144
61.1 Il pagamento a Università e Musei: l'importanza del destinatario	145
62. Le "donazioni telematiche": i mezzi di pagamento	146
63. La lista dei donatori, ovvero dell'identificazione dei contributori	147
64. La destinazione delle somme versate: dal pagamento all'accreditamento	148
64.1 L'accreditamento delle risorse e il rilascio della certificazione ai fini fiscali	149
65. La destinazione delle risorse	150
65.1 Le risorse per la didattica e l'importanza della pianificazione	151
65.2 Le risorse per la ricerca: la differenziazione delle tipologie di spesa	151

65.3 Le risorse per la restituzione: l'importanza del contenuto scientifico

152