

Gli italiani sanno chi scegliere

Pusterla (Consiglio naz. **commercialisti**): «Il problema? Il codice fiscale: nessuno se lo ricorda».

di **Maurizio Regosa**

■ «Non abbiamo inviato circolari. Non ci è sembrato corretto dire ai colleghi "guardate che c'è il 5 per mille". Ma siamo andati oltre». Per illustrare il sostegno alle onlus da parte del Consiglio nazionale dei **dottori commercialisti** e degli esperti contabili, Giulia Pusterla (nella foto), che ne fa parte, richiama due fatti: «Abbiamo elaborato delle linee guida per la contabilità degli enti non profit perché potessero aumentare la loro trasparenza e quindi conquistare meglio la fiducia dei donatori, e costituito un'area di delega che si occupa del terzo settore. Che per noi è importantissimo e lo sarà ancor più in futuro».

Perché?

Andiamo verso la *big society* e quindi ci sarà un ulteriore avanzamento del terzo settore. Anche per questo siamo assolutamente impegnati sul fronte del 5 per mille. Un lavoro che viene svolto "sul campo" dai colleghi, che quotidianamente nei loro studi aiutano e consigliano i clienti.

Non daranno indicazioni sulla scelta...

Certo che no. Ma stante il rapporto fiduciario, è chiaro che il **commercialista** deve essere disponibile a precisare ciò che non può essere dato per scontato. Capita per esempio che i contribuenti

chiedano se il 5 per mille è un costo in più o se sia alternativo rispetto all'8 per mille: spetta al professionista contribuire a chiarire le idee, spiegando il funzionamento ed eventualmente illustrando le possibilità di scelta. In genere però il cliente ha già un'idea di dove indirizzare il suo dono.

Come mai lo definisce "dono"?

Tecnicamente non lo è, ma mi pare che in qualche misura il 5 per mille possa ricollegarsi alla logica del dono. Potrei infatti decidere di lasciare queste risorse allo Stato.

Come si gioca la sensibilizzazione svolta dal commercialista?

Ad esempio ricordando che esiste questa possibilità. È vero che il 5 per mille è sempre più conosciuto, ma capita che a un cliente non venga in mente. Inoltre, non bisogna essere frettolosi, specie al momento della firma della dichiarazione. Tutti riceviamo da varie associazioni cartoline promozionali: capita spesso che un contribuente ricordi il nome ma non abbia con sé il codice fiscale...

E quindi?

Ci si collega a internet e si fa una piccola ricerca. Ognuno dei nostri 120mila e passa iscritti svolge un ruolo importante. Tenga presente che il 60% delle dichiarazioni è veicolato dai **commercialisti**. Il nostro è un supporto tecnico che accompagna una scel-

ta, fatta dal contribuente, che ha una forte valenza sociale. E siamo convinti che il 5 per mille sia uno strumento fon-

damentale per la società.

Secondo lei si potrebbe rendere il 5 per mille più semplice?

Le citavo prima il codice fiscale: non sempre ci si ricorda di annotarlo. E questo può creare un piccolo problema. D'altra parte, non vedo quale altra soluzione si potrebbe adottare. Purtroppo

non si può pensare a una semplificazione in questo senso...

Forse se l'elenco dei possibili beneficiari fosse stabilito una volta per tutte...

Guardi: si va sul sito dell'Agenzia delle Entrate e si scopre subito quali sono le categorie cui riservare il 5 per mille. Forse si potrebbe invece ragionare su possibili convergenze in un secondo tempo, quando ciascun ente conosce l'entità del suo raccolto.

Cioè?

A parte i pochi soggetti che "ramazzano" tante risorse, gli altri prendono cifre contenute. Mi chiedo: questa distribuzione è positiva? Non si potrebbe ragionare sull'ipotesi di far convogliare i denari raccolti? Se non sono in grado di portare avanti in autonomia un progetto, è meglio che diverse onlus uniscano le forze. Bisogna cooperare. Con maggiore collaborazione, sono convinta potrà esserci più efficacia.

dichiarazione dei redditi



Pietro Rebaelli



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

due storie

**Commercialisti in campo
Dopo l'esperienza de L'Aquila,
con Communitas l'impegno nel non profit**

Dopo il terremoto del 2009, il Consiglio nazionale dei **commercialisti** ha lanciato una sottoscrizione per aiutare i colleghi aquilani che avevano perso lo studio. Da quell'esperienza (che ha consentito di raccogliere 431mila euro grazie a 670 donatori) è nata l'idea di creare una onlus: «Le donazioni, grazie alla +Dai -Versi, avrebbero potuto essere detratte e quindi avrebbero potuto essere ancor più significative. Perciò abbiamo deciso di creare Communitas, la nostra onlus costituita formalmente nel gennaio 2011», precisa Giulia Pusterla, membro del Consiglio nazionale.

Stiamo parlando di una onlus che si muove con una logica più erogativa che operativa. Communitas non realizzerà insomma iniziative in proprio, ma si occuperà di valutare e appoggiare economicamente quelle altrui: «Le risorse che dal prossimo anno raccoglieremo attraverso il 5 per mille», prosegue la **commercialista**, «le destineremo a progetti che selezioneremo tenendo conto della trasparenza e dell'efficacia delle azioni intraprese. Anche questo sarà un modo per spingere il terzo settore a fare bene, e a comunicare in modo efficace i propri progetti».

**Informazione
Il 5 per mille va in tv su Reteconomy
con le best practice delle associazioni**

Nata lo scorso febbraio dall'esperienza formativa degli ordini territoriali dei **commercialisti**, Reteconomy è una tv satellitare free (al 906 di Sky) che dedica ampio spazio al non profit. «Il canale tematico è l'evoluzione di quel percorso. Si dedica all'economia rivolgendosi ai professionisti, alle imprese, alle associazioni datoriali e al pubblico», precisa Alessio Barardino, **commercialista** prestatore al telegiornalismo (è direttore editoriale e amministratore delegato della rete).

In particolare «sono tre le iniziative in sostegno alle onlus: lo spazio sul web, su www.reteconomy.it, una puntata alla settimana di *Buongiorno economia* dedicata alle best practice e, in prospettiva, degli speciali che racconteranno le realtà più articolate». Perché concentrarsi sul non profit? Dice il direttore: «Crediamo che l'economia possa e debba trovare molti spunti di riflessione dal terzo settore. Quanto al 5 per mille, ci è sembrato importante far vedere l'uso che è stato fatto delle risorse raccolte in questo modo. È la cosa più efficace per chi deve decidere se sostenere o meno una onlus».