

# **REGOLAMENTO PER LA RACCOLTA FONDI E LA GESTIONE DEI FONDI RACCOLTI DA SOGGETTI PRIVATI**

## **FONDAZIONE GIOVANNI PAOLO II - PER IL DIALOGO, LA COOPERAZIONE E LO SVILUPPO - ENTE DEL TERZO SETTORE**

### **Art. 1 – Oggetto, ambito e fonti**

1. Il presente Regolamento disciplina la raccolta fondi della Fondazione Giovanni Paolo II E.T.S. e la gestione dei fondi raccolti presso soggetti privati (persone fisiche e giuridiche), nel rispetto del Codice del Terzo Settore – CTS (D.Lgs. 117/2017), delle Linee guida adottate con DM 9 giugno 2022 e del Principio Contabile OIC 35 – Enti del Terzo Settore.

2. Per “raccolta fondi” si intende, ai sensi dell’art. 7 CTS, il complesso delle attività e iniziative poste in essere dalla Fondazione Giovanni Paolo II per finanziare le proprie attività di interesse generale, anche mediante richiesta a terzi di lasciti, donazioni e contributi finanziari.

3. Il Regolamento si applica a tutte le campagne continuative e/o occasionali, incluse quelle online, televisive/radio, face-to-face, eventi, merchandising di modico valore, salvadanai, lasciti, partnership con imprese e simili.

4. Ai fini del presente Regolamento si distinguono:

a) raccolte pubbliche occasionali, svolte in concomitanza di celebrazioni, ricorrenze o campagne di sensibilizzazione, ai sensi dell’art. 79, comma 4, lett. a) e dell’art. 87, comma 6 del CTS;

b) campagne di raccolta fondi organizzate o continuative, pianificate e strutturate nel tempo

### **Art. 2 – Principi e standard etici**

1. Ogni attività di raccolta fondi è svolta nel rispetto dei principi di trasparenza, verità, correttezza, pubblicità e responsabilità verso i donatori, i beneficiari e la collettività, richiamati dalle Linee guida ministeriali (DM 9/6/2022) e dall’art. 7 CTS.

2. Il presente Regolamento è reso pubblico mediante pubblicazione sul sito istituzionale della Fondazione.

3. La Fondazione osserva il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, con particolare riferimento all’art. 46 (messaggi sociali e di utilità) al fine di evitare comunicazioni ingannevoli e fuorvianti

4. È fatto divieto di destinare fondi raccolti a finalità diverse da quelle statutarie o comunicate nella campagna specifica.

### **Art. 3 – Informazioni ai donatori (pre-informativa obbligatoria)**

Per ogni campagna la Fondazione rende disponibili, prima dell'avvio e per tutta la durata:

- a) Propria identità completa, sede, legale rappresentante e contatti;
- b) Finalità e destinazione dei fondi (attività di interesse generale/progetto specifico);
- c) Durata, ambito geografico e tematico , obiettivi, budget ;
- d) Modalità di donazione e benefici fiscali per il donatore;
- e) Clausola preventiva su impossibilità/varianti ed eccedenze: come saranno impiegati i fondi in caso di (a) impossibilità sopravvenuta non imputabile alla Fondazione GPII, (b) eccedenze rispetto all'obiettivo, (c) fondi pervenuti dopo la chiusura della campagna e del progetto oggetto della raccolta fondi

**Effetto trasparenza:** qualora la clausola di cui alla lett. e) sia pubblicata ex ante (sito, landing, materiali di campagna), non è dovuta alcuna comunicazione individuale ai donatori sui fondi residui; resta fermo l'obbligo di rendicontazione e pubblicità dei risultati. In assenza di tale clausola preventiva, la Fondazione effettuerà comunicazione ai donatori proponendo le opzioni di reimpiego di cui all'art. 10.

Le finalità e le modalità di utilizzo dei fondi comunicate ai donatori costituiscono vincolo di destinazione delle somme raccolte, rilevato e mantenuto in bilancio in conformità al Principio contabile OIC 35, fino al suo esaurimento o venir meno.

### **Art. 4 – Governance, pianificazione e responsabilità**

1. Il Consiglio di Amministrazione (CdA) approva annualmente il Piano di raccolta fondi con obiettivi, budget (costi/ricavi attesi), canali, calendario, indicatori e profili di rischio.
2. Il CdA nomina nell'ambito della struttura tecnica un/una Responsabile del Fundraising (RF) che coordina le iniziative e rendicontazione, vigila sull'osservanza del presente Regolamento e delle Linee guida del Ministero del lavoro

In caso di assenza del responsabile del Fundraising il cda potrà nominare un sostituto sempre nell'ambito della struttura tecnica della Fondazione

3. Per ogni campagna è predisposto un Documento di Progetto.

### **Art. 5 – Personale, volontari, fornitori**

1. Le attività possono essere svolte da dipendenti e volontari nel rispetto del CTS; il personale dipendente coinvolto opera nell'ambito delle mansioni contrattuali.
2. La Fondazione può avvalersi di fornitori terzi (agenzie, piattaforme, call center, consulenti) con contratti che definiscano servizi, compensi, standard etici, tutela dati, proprietà dei dati donatori, obblighi di rendicontazione e audit.

## **Art. 6 – Tecniche e strumenti di raccolta fondi**

Sono ammesse, tra le altre, le seguenti tecniche: direct mail, telemarketing, face-to-face, DRTV/AV, eventi, merchandising/beni di modico valore, salvadanai, sostegno continuativo, lasciti testamentari, donazioni online. Per ciascun canale la Fondazione adotta procedure operative adeguate.

## **Art. 7 – Donazioni online, sicurezza e dati personali**

1. Le piattaforme digitali devono garantire pagamenti tracciabili, ricevuta automatica e log esportabili.
2. Il trattamento dei dati personali per le attività di raccolta fondi in qualsiasi modo realizzate, avviene in conformità al Reg. UE 2016/679 (GDPR) e al D.Lgs. 196/2003: devono essere messe a disposizione le informative e devono essere raccolti i consensi ove necessario.

## **Art. 8 – Tracciabilità finanziaria e controlli interni**

1. Ogni entrata /uscita è tracciato e registrato su contabilità analitica/centri di costo dedicati nella contabilità della Fondazione; per raccolte pubbliche si adottano registri e strumenti che garantiscano integrità e sicurezza.
2. Congruità dei costi: le spese di raccolta devono risultare congruamente inferiori ai proventi, salvo eventi imprevedibili da motivare nel rendiconto e nella relazione illustrativa. Il cda delibera annualmente la quota massima percentuale che può essere trattenuta per le spese generali
3. La rilevazione e tracciabilità delle operazioni avvengono in conformità al principio contabile OIC 35. In particolare, i costi di raccolta fondi, diretti e indiretti, sono imputati secondo criteri oggettivi, documentati e costanti nel tempo al fine di garantire una corretta rappresentazione della gestione.

## **Art. 9 – Vincolo di destinazione dei fondi**

1. I fondi raccolti sono vincolati alle finalità comunicate nell'ambito delle attività statutarie di interesse generale della Fondazione Giovanni Paolo II
2. Ogni variazione sostanziale è deliberata dal CdA; ove necessario, si procede secondo l'art. 10 (comunicazione ai donatori e scelte di reimpiego).
3. Il vincolo di destinazione dei fondi è rilevato contabilmente e mantenuto fino al suo utilizzo o venir meno, nel rispetto del Principio contabile OIC 35.

## **Art. 10 – Eccedenze, fondi non spesi, impossibilità sopravvenuta**

1. Clausola ex ante: la pre-informativa di cui all'art. 3, lett. e) stabilisce che, in caso di impossibilità sopravvenuta non imputabile alla Fondazione, eccedenze sull'obiettivo o fondi pervenuti oltre il termine della campagna, le somme saranno destinate a:
  - a) progetti analoghi per finalità coerenti;
  - b) copertura di costi direttamente sostenuti in progetti analoghi;
  - c) fondo per co-finanziamenti di iniziative coerenti con la medesima finalità.

2. ~~In ogni caso~~, la Fondazione assicura rendicontazione trasparente dell'impiego effettivo (art. 14).
3. La gestione e la rappresentazione contabile delle eccedenze, dei fondi non spesi e delle somme riassegnate avvengono nel rispetto dei criteri previsti dal Principio contabile OIC 35, assicurando continuità del vincolo e adeguata informativa.

#### **Art. 11 – Fondi pervenuti dopo la chiusura**

Le donazioni ricevute dopo il termine della campagna sono allocate tempestivamente secondo la clausola ex ante (art. 10, c. 1) o, in mancanza, previa comunicazione ai donatori e delibera di riassegnazione del CdA.

#### **Art. 12 – Partnership e co-branding con imprese**

1. Le partnership con imprese for profit (cause related marketing, co-branding, donazioni corporate) sono ammesse con accordi scritti che definiscano ruoli, oneri, uso dei marchi, rendicontazione e divieto di pratiche ingannevoli o occultamente promozionali.
2. È vietata la pubblicità occulta e ogni messaggio che possa sviare il pubblico circa natura/entità della donazione o contropartite.

#### **Art. 13 – Eventi e raccolte pubbliche**

Per Eventi e Raccolte pubbliche sono necessari:

- a. autorizzazione del Cda attraverso una comunicazione del Presidente o consigliere delegato al Responsabile Area Fundraising
- b. piano logistico
- c. adeguate coperture assicurative, gestione beni di modico valore
- d. registri incassi e rendiconto specifico ove richiesto.

#### **Art. 14 – Rendicontazione, bilanci e pubblicità**

1. La Fondazione redige e deposita annualmente il bilancio secondo i modelli del DM 5/3/2020 (per cassa o ordinario, a seconda dei requisiti) e lo pubblica sul RUNTS. (*Registro Unico Nazionale Terzo Settore* )
2. **Il bilancio** è redatto nel rispetto dei modelli ministeriali e del principio contabile OIC 35.
3. Le informazioni relative alle attività di raccolta fondi, ai proventi conseguiti, ai costi sostenuti e allo stato di avanzamento dei progetti finanziati sono illustrate anche nella Relazione di missione, in conformità al Principio contabile OIC 35 e al DM 5 marzo 2020. In particolare resta ferma la distinzione tra raccolte pubbliche occasionali e campagne organizzate o continuative, ai fini della corretta rendicontazione e rappresentazione in bilancio.

4. Per le raccolte pubbliche occasionali svolte in concomitanza di celebrazioni, ricorrenze o campagne di sensibilizzazione, è predisposto lo specifico rendiconto con relazione illustrativa ai sensi dell'art. 87, c. 6 CTS e dell'art. 79, c. 4, lett. a) CTS, secondo gli schemi allegati alle Linee guida (DM 9/6/2022).

5. Per le campagne organizzate/continuative, la Fondazione utilizza lo schema di rendiconto previsto dal DM 9/6/2022 e ne pubblica gli esiti sul sito istituzionale (raccolta, costi, destinazioni, stato dei progetti).6. In caso di contributi pubblici ricevuti di importo complessivo annuo superiore a € 10.000, si applicano gli obblighi di pubblicità di cui all'art. 1, commi 125-129, L. 124/2017.

### **Art. 15 – Responsabilità, vigilanza e sanzioni**

1. Gli organi della Fondazione sono responsabili del rispetto degli obblighi informativi, di trasparenza e di rendicontazione.

2. Sono fatti salvi i poteri di vigilanza degli uffici competenti RUNTS e delle Amministrazioni (Ministero Lavoro), nonché i controlli fiscali (Agenzia delle Entrate) e contributivi (INPS).

3. Le violazioni possono comportare sanzioni amministrative (tra cui quelle richiamate dall'art. 91 CTS e dalle norme generali in tema di trasparenza/pubblicità), fino all'eventuale cancellazione dal RUNTS nei casi più gravi.

4. Restano applicabili, per quanto compatibili, le disposizioni del codice civile in tema di omesse comunicazioni e pubblicità (es. art. 2630 c.c., in quanto pertinente).

### **Art. 16 – Reclami, segnalazioni e tutela dei donatori**

La Fondazione assicura la gestione trasparente ed efficace di eventuali reclami o segnalazioni provenienti da donatori o terzi in merito alle attività di raccolta fondi e all'utilizzo delle risorse, mediante canali dedicati indicati sul sito istituzionale, nel rispetto dei principi di correttezza, tracciabilità e riservatezza.

### **Art. 17 – Approvazione, entrata in vigore e aggiornamento**

1. Il presente Regolamento è approvato dal Consiglio di Amministrazione della Fondazione Giovanni Paolo II E.T.S. e pubblicato nella sezione "Trasparenza" del sito istituzionale.

2. Entra in vigore dalla data della delibera di approvazione; le campagne già in corso si adeguano, ove possibile, alle clausole ex ante di cui all'art. 3.

3. Gli aggiornamenti sono adottati in occasione di modifiche normative o con cadenza almeno annuale, su proposta del CdA o del RF, con pubblicazione immediata.

### **Riferimenti normativi essenziali**

- D.Lgs. 117/2017 (Codice del Terzo Settore): art. 7 (raccolta fondi), art. 13 (bilancio), art. 79, c. 4, lett. a) (raccolte pubbliche occasionali ai fini fiscali), art. 87, c. 6 (rendiconto specifico raccolte pubbliche), art. 91 (sanzioni).
- DM 9 giugno 2022 – Linee guida per la raccolta fondi degli ETS (schemi di rendiconto e principi).

- DM 5 marzo 2020 – Adozione della modulistica di bilancio degli ETS.
- L. 124/2017, art. 1, commi 125-129 – Obblighi di pubblicità dei contributi pubblici > € 10.000.
- Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, art. 46 – Comunicazione sociale/public appeal.
- OIC 35 – Principio contabile per gli Enti del Terzo Settore.
- Reg. UE 2016/679 (GDPR) e D.Lgs. 196/2003 – Trattamento dati personali.