

RENDICONTO DEGLI IMPORTI DEL "5 PER MILLE DELL'IRPEF" PERCEPITI DAGLI AVENTI DIRITTO

Anagrafica

Denominazione sociale FONDAZIONE OPERA SAN FRANCESCO PER I POVERI ONLUS
(eventuale acronimo e nome esteso)

Scopi dell'attività sociale La Fondazione ha come missione fondamentale la raccolta fondi con i quali poter finanziare iniziative e progetti rivolti all'aiuto dei poveri e all'assistenza socio sanitaria

C.F. dell'Ente 97176630156

con sede nel Comune di MILANO prov. MI

CAP 20129 via VIALE PIAVE 2

telefono 0277122400 fax 0277122410 email osf@operasanfrancesco.it

PEC fondazioneosf@legalmail.it

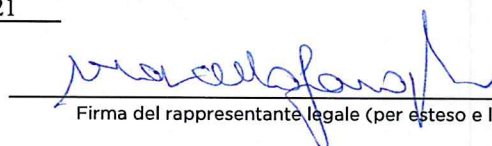
Rappresentante legale LONGHI MARCELLO C.F. LNGMCL60A14A794R


Rendiconto anno finanziario 2018

| | | |
|---|---------------------|-----|
| Data di percezione del contributo | <u>30/07/2020</u> | |
| IMPORTO PERCEPITO | <u>€ 100.704,49</u> | EUR |
| 1. Risorse umane (dettagliare i costi a seconda della causale, per esempio: compensi per personale; rimborsi spesa a favore di volontari e/o del personale). N.B. nel caso in cui i compensi per il personale superano il 50% dell'importo percepito è obbligatorio per le associazioni allegare copia delle buste paga del personale imputato fino alla concorrenza dell'importo rendicontato. | | EUR |
| 2. Costi di funzionamento (dettagliare i costi a seconda della causale, per esempio: spese di acqua, gas, elettricità, pulizia; materiale di cancelleria; spese per affitto delle sedi; ecc...) | <u>€ 16.171,90</u> | EUR |
| 3. Acquisto beni e servizi (dettagliare i costi a seconda della causale, per esempio: acquisto e/o noleggio apparecchiature informatiche; acquisto beni immobili; prestazioni eseguite da soggetti esterni all'ente; affitto locali per eventi; ecc...) | <u>€ 84.532,59</u> | EUR |
| 4. Erogazioni ai sensi della propria finalità istituzionale (N.B. In caso di erogazioni liberali in favore di altri enti/soggetti è obbligatorio allegare copia del bonifico effettuato) | | EUR |
| 5. Altre voci di spesa connesse alla realizzazione di attività direttamente riconducibili alle finalità e agli scopi istituzionali del soggetto beneficiario | | EUR |
| 6. Accantonamento (è possibile accantonare in tutto o in parte l'importo percepito, fermo restando per il soggetto beneficiario l'obbligo di specificare nella relazione allegata al presente documento le finalità dell'accantonamento allegando il verbale dell'organo direttivo che abbia deliberato l'accantonamento. Il soggetto beneficiario è tenuto ad utilizzare le somme accantonate e a rinviare il presente modello entro 24 mesi dalla percezione del contributo) | | EUR |
| TOTALE | <u>€ 100.704,49</u> | EUR |

I soggetti beneficiari sono tenuti a redigere, oltre al presente rendiconto, una relazione che dettagli i costi inseriti e sostenuti ed illustri in maniera analitica ed esaustiva l'utilizzo del contributo percepito.

MILANO, Li 30/08/2021

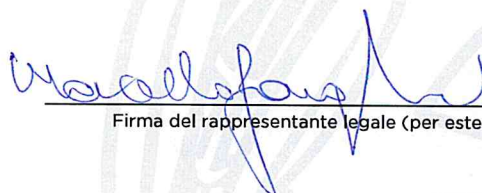

Firma del rappresentante legale (per esteso e leggibile)



Note: Il rendiconto deve essere compilato in modalità digitale cliccando sugli appositi spazi e successivamente stampato, firmato - dal legale rappresentante - e inviato, mediante raccomandata A/R oppure all'indirizzo PEC rendicontazione5xmille@pec.lavoro.gov.it- completo della relazione illustrativa e della copia del documento di identità del legale rappresentante.

Il rappresentante legale, con la sottoscrizione del presente rendiconto, attesta l'autenticità delle informazioni contenute nel presente documento e la loro integrale rispondenza con quanto riportato nelle scritture contabili dell'organizzazione, consapevole che, ai sensi degli articoli 47 e 76 del d.P.R. n. 445/2000, chiunque rilasci dichiarazioni mendaci, formi atti falsi ovvero ne faccia uso è punito ai sensi del codice penale e dalle leggi speciali in materia.

Il presente rendiconto, inoltre, ai sensi dell'articolo 46 del citato d.P.R. n. 445/2000, deve essere corredato da copia semplice di un documento di identità in corso di validità del soggetto che lo abbia sottoscritto.



Firma del rappresentante legale (per esteso e leggibile)



PREMESSA

La presente relazione riguarda le attività della Fondazione Opera San Francesco per i Poveri Onlus (acronimo OSF) che ha sede in Milano, Viale Piave, 2 il cui numero di Codice Fiscale è 97176630156.

La relazione si riferisce alle attività svolte nel periodo incluso dal 30/07/2020 al 30/08/2021: l'erogazione del 5 per mille è avvenuta il 30/07/2020 per un importo di euro 100.704,49. Secondo le indicazioni fornite è concesso un anno dall'erogazione per rendicontare circa le spese.

Presentiamo di seguito alcuni dati della Fondazione:

- la Fondazione è stata costituita con atto pubblico del 26 febbraio 1996, n. di rep. 75194/6649, a rogito della Dr.ssa Nicoletta Scherillo, notaio in Milano;
- la Fondazione è stata eretta in Ente Morale con decreto del Ministro dell'Interno in data 26 settembre 1997. È stato approvato il relativo statuto allegato all'atto pubblico del 23 luglio 1997, n. di rep. 78879/7773, a rogito della Dr.ssa Nicoletta Scherillo, notaio in Milano;
- il riconoscimento della personalità giuridica della Fondazione è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il 18 ottobre 1997;
- la Fondazione è iscritta ai Registri della Prefettura di Milano al numero d'ordine 560 della pag. 939 del vol. 3° e che la stessa si trova nel pieno e libero esercizio dei propri diritti, non essendo in stato di liquidazione e di amministrazione controllata;
- il legale rappresentante della Fondazione è Fra Marcello Longhi, nato a Bergamo, il 14/01/1960 e residente a Bergamo, Via Cappuccini 8
- la Fondazione ha adeguato lo statuto alla vigente normativa Onlus con atto pubblico del 28 ottobre 2008, n. di rep. 100086/17770 a rogito della Dr.ssa Nicoletta Scherillo, notaio in Milano;
- L'Agenzia delle Entrate – Direzione regionale della Lombardia con lettera del 27 febbraio 2009 prot. 2009/37385 ha attestato l'inclusione della Fondazione Opera San Francesco per i Poveri nell'Anagrafe unica delle Onlus.



Illustrazione della situazione dell'ente e dell'andamento della gestione

La Fondazione OPERA SAN FRANCESCO PER I POVERI è nata con lo scopo di assicurare assistenza e accoglienza a persone in stato di bisogno e di favorire una promozione umana e globale della persona nel solco della tradizione cristiana, specialmente francescana. La Fondazione vuole accogliere le richieste di aiuto che provengono dai poveri e dalle fasce più fragili della popolazione che hanno perso tanto, a volte tutto, e devono essere aiutate a rialzarsi in un percorso di ascolto e vicinanza.

Nell'anno 2020 a seguito dell'emergenza sanitaria dal Covid 19 anche la Fondazione ha dovuto rimodulare la sua attività alla luce del forte impatto avuto dall'epidemia sulla vita sociale. Sono state riprogrammate alcune iniziative di comunicazione e raccolta fondi ed è stato istituito il FONDO PRENDIAMOCI CURA OLTRE IL COVID 19.

LE ATTIVITA' DI MARKETING E COMUNICAZIONE

Nel 2020 la Fondazione ha rivisto alcune attività di comunicazione e raccolta fondi a causa delle imposizioni dovute al lockdown di febbraio/aprile e per ottemperare alle disposizioni di contenimento della pandemia nei mesi successivi.

Le attività di direct e email marketing hanno mantenuto le medesime scadenze. Solo il mailing di Pasqua è stato interrotto a causa del blocco dei servizi postali a inizio marzo. Il mailing è stato poi inviato a maggio. Anche il mailing del Bilancio Sociale è stato sospeso a causa del posticipo delle scadenze. Il resto delle attività previste si è svolto regolarmente.

Nel 2020 la raccolta fondi (senza considerare i lasciti testamentari) rispetto all'anno precedente è cresciuta del 22% superando i 14 milioni di euro.

I donatori sono stati complessivamente 109.743, il 5% in più rispetto al 2019. Nello specifico si tratta di n. 108.778 individui privati e n. 923 aziende/fondazioni.

Tra questi 21.911 sono i nuovi donatori (tra cui 230 nuove aziende e fondazioni).

I messaggi sono stati studiati con attenzione alla situazione contingente. È stato evidenziato il concetto del PRENDIAMOCI CURA GLI UNI DEGLI ALTRI e il concetto LA POVERTÀ PUÒ NASCONDERSI OVUNQUE che è diventato il concept delle campagne di comunicazione dell'anno.

ATTIVITA' DI MARKETING

La Fondazione sta lavorando per mettere a punto un approccio che vede il donatore e la sua storia al centro dell'attività. L'impostazione di tutte le campagne è stata quindi modificata considerando in primis le caratteristiche della relazione del donatore con l'organizzazione e la sua vita donativa.

I mailing cartacei sono stati predisposti secondo una segmentazione dei nostri donatori nuova che prevede la considerazione delle variabili del valore della donazione (da donazione \leq a 10 euro a

donazione > 30.000 euro) e della recentezza/frequenza della donazione (da fedelissimi a fuori classifica).

Con questa nuova classificazione abbiamo potuto mirare la comunicazione evitando inutili spese di invii (ad esempio ai fuori classifica) e abbiamo potuto fissare gli ask di donazioni in modo proporzionale alle potenzialità di ciascun donatore.

ATTIVITA' DI WEB MARKETING E DIGITAL

Il canale digitale è risultato fondamentale durante il lock down per continuare ad avere una relazione con i nostri donatori e sostenitori. Nel 2020 sono continuate le attività di web marketing con la duplice finalità di incrementare sia il numero delle donazioni on-line che le iscrizioni alla newsletter. Lo dimostrano i dati di incremento degli iscritti alla newsletter: 10.802 nuove iscrizioni. Al 31/12/2020 il totale degli iscritti superava i 59.000.

Le donazioni on line fatte direttamente sul sito o tramite landing page di campagna sono state 15.630 per un totale raccolto di € 1.310.198, con un aumento del 53% rispetto al 2019. E' aumentato sia il valore delle donazioni totali sia la donazione media, da € 74 nel 2019 a € 83 nel 2020.

Per quanto concerne le donazioni ricorrenti con carta di credito dobbiamo segnalare un aumento del 251% nel valore (da € 24.960 a € 62.698) così come sono aumentati i donatori regolari con SDD bancario: 641 contro i 198 del 2019.

Nel 2020 i nuovi donatori provenienti dal web sono stati 5.355 raddoppiati rispetto il 2019.

Per il raggiungimento dei risultati sopra indicati sono state svolte numerose attività di promozione sia riferite ai nostri sostenitori (invii annuali agli iscritti - newsletter e dem-: 1.337.704) sia per trovarne di nuovi (soprattutto tramite invii DEM (Direct E-mail Marketing 1.527.000 mail inviate (CPM) e 38.649 click acquistati (CPC)), ADV on-line (Banner) e Advertising Link, i link sponsorizzati su Google.

Il Sito e i Social Media

Il sito ha avuto 32.952 visitatori unici in media al mese con 66.736 pagine viste/mese. Sempre più importante è la presenza di OSF sui canali social media. Il 31/12/2020 le persone che seguono il profilo di OSF su Facebook erano 57.700. I followers su Instagram erano 2100. Nel 2020 si registra un incremento delle donazioni spontanee dal canale Facebook.

GLI EVENTI

A causa delle disposizioni anti covid sono stati sospesi tutti gli eventi. Solo ad ottobre abbiamo realizzato una conferenza in streaming: un dialogo sul Prendersi Cura con Ferruccio De Bortoli Presidente di Vidas e Fra Marcello Longhi, vice presidente di Fondazione Opera San Francesco.

IL FONDO “PRENDIAMOCI CURA OLTRE IL COVID 19”

Nel corso del 2020 la Fondazione ha deciso di istituire un Fondo con l’obiettivo di dare risposta puntuale e mirata a bisogni economici specifici di individui e famiglie in difficoltà al fine di evitare lo scivolamento sociale alla povertà assoluta.



Il fondo si occupa di finanziare un sostegno al reddito, integrativo e temporaneo:

- sostegno di breve periodo (fino a 6 mesi) – in risposta a puntuali emergenze di carattere economico, il Fondo elargisce contributi diretti a fondo perduto o fornisce beni e servizi (acquistandoli o ottenendoli in donazione) per un totale di € 6.000.
- sostegno di lungo periodo (oltre i 6 fino a max 3 anni) – sostiene la costruzione di nuove progettualità esistenziali su misura di specifici bisogni degli beneficiari (vecchi e nuovi), affiancando un contributo economico a fondo perduto a una progettualità sviluppata con gli altri servizi di OSF per garantire l’accesso a percorsi educativi e l’accompagnamento alla ricerca di lavoro, di una casa, ecc.

Nel 2020 la Fondazione ha stanziato € 1.031.000 per il Fondo.

Milano, 30 agosto 2021

Il legale rappresentante



RELAZIONE ILLUSTRATIVA IN DETTAGLIO DELLE SPESE SOSTENUTE

Entrando nello specifico, riguardo al **punto 2 – Costi di funzionamento** vengono riportati:

- 1) le spese per le pulizie dell'immobile di V.le Bianca Maria 10/12 –(Via Pietro Maestri 2) , eseguite dalla società Micropul System Srl che ha emesso le seguenti fatture:

| | |
|-------------------------------------|--------------------|
| N. 187 del 30/09/2020 di € 1.586,00 | |
| N. 217 del 31/10/2020 di € 1.586,00 | |
| N. 240 del 30/11/2020 di € 1.586,00 | |
| N. 265 del 31/12/2020 di € 1.586,00 | |
| N. 14 del 31/01/2021 di € 1.586,00 | |
| N. 40 del 28/02/2021 di € 1.586,00 | |
| N. 68 del 31/03/2021 di € 1.586,00 | |
| N. 88 del 30/04/2021 di € 1.586,00 | |
| Totale | € 12.688,00 |

Altre spese relative al **punto 2 – Costi di funzionamento** , riguardano le spese condominiali per l'immobile di Viale Bianca Maria 10/12 –(Via Pietro Maestri 2) che ammontano ad **€ 3.483,90**.

Totale punto 2 – Costi di funzionamento = € 16.171,90

Con riferimento al **punto 3 – Acquisto beni e servizi** risulta una voce di spesa:

- Campagna raccolta fondi benefattori privati e aziende Natale 2020

Le campagne raccolta fondi prevedono l'invio di mailing con lo scopo di acquisire nuovi benefattori attraverso campagne dedicate.

- 1 - La gestione delle campagne di raccolta fondi "benefattori privati Natale 2020" e "campagna aziende Natale 2020" è stata coordinata dalla società Leaderform Spa che si è occupata della stampa delle lettere, della personalizzazione degli invii, del confezionamento e della spedizione dei mailing. Tale società ha emesso fattura N. 2647 del 30/11/2020 di **€ 70.843,79**

La stampa del calendario 2021 che è stato inserito come gadget all'interno del mail "benefattori privati Natale 2020" , è stata affidata alla società Tipografia Vigrafica che ha emesso fattura n. 1463 del 20/11/2020 di **€ 13.688,80**

Totale punto 3 – Acquisto di beni e servizi = € 84.532,59

Milano, 30 agosto 2021

Il legale rappresentante



ENTE MORALE
D.M. 26/9/1997
ONLUS

Scadenza: 08-12-2021



Diritti: Fisso + Segn. 5,42
AS 9497922



LP.ZS. SpA - OFFICINA C.V. - ROMA

REPUBBLICA ITALIANA



COMUNE DI
BERGAMO

CARTA D'IDENTITÀ

N° AS 9497922

DI
LONGHI MARCELLO

Cognome **LONGHI**

Nome **MARCELLO**

nato il **14.01.1960**
(atto n. **139** p. **1** s. **A** 1960)

a **BERGAMO** (**BG**)

Cittadinanza **ITALIANA**

Residenza **BERGAMO (BG)**

Via **CAPPUCCINI 8**

Stato civile **LIBERO**

Professione **RELIGIOSO**

CONNOTATI E CONTRASSEGNI SALIENTI

Statura **1.83**

Capelli **CASTANI**

Occhi **MARRONI**

Segni particolari **NESSUNO**



Firma del titolare *Marcello Longhi*

BERGAMO li **09.12.2011**

Impronta del dito indice sinistro

P. IL SINDACO *Luigi...*



Marcello Longhi




 REPUBBLICA ITALIANA
TESSERA SANITARIA
 CARTA REGIONALE DEI SERVIZI



Codice Fiscale: **ENGMCL60A14A794R** Sesso: **M**

Cognome: **LONGHI**
 Nome: **MARCELLO**

Luogo di nascita: **BERGAMO**
 Provincia: **BG**

Data di scadenza: **24/07/2023**
 Data di nascita: **14/01/1960**

Dati sanitari regionali

 Regione Lombardia

TESSERA EUROPEA DI ASSICURAZIONE MALATTIA



IT

Cognome: **LONGHI**
 Nome: **MARCELLO** Data di nascita: **14/01/1960**

Codice Fiscale: **ENGMCL60A14A794R** SSN-MIN SALUTE - **500001**

Numero di tessera: **80380000305092520636** Data di scadenza: **24/07/2023**



