



**Direttore responsabile**  
ANSELMO CASTELLI

**Vice direttore**  
Stefano Zanon

**Coordinamento scientifico e di redazione**  
Giuliana Beschi, Cristiano Corghi, Enrico Savio

**Comitato di esperti**  
G. Alibrandi, G. Allegretti, O. Araldi, F. Bava,  
F. Boni, A. Bonghi, E. Bozza, M. Brisciani,  
A. Casotti, R. Curcu, L. Dall'Oca,  
A. Devalle, F. Donato, M. Frascarelli,  
M.R. Gheido, A. Grassotti,  
P. Meneghetti, M. Nocivelli, A. Pescari,  
F. Poggiani, G. Pomelli, C. Rigato, R.A. Rizzi,  
G. Saccenti, A. Scaini, S. Tomazzoni,  
M.T. Tessadri, G.P. Tosoni, F. Vollono, S. Zanon,  
F. Zuech

**Hanno collaborato a questo numero**  
G. Beschi, P. Bisi, M. Brugnolo,  
G.M Colombo, C. Corghi, A. Panarotto,  
L. Reina, R. Redeghieri, E. Savio,  
F. Vollono

**Composizione e impaginazione**  
Nicoletta Abellondi, Fabio Barbujani,  
Alessandro Beruffi, Barbara Ferrari,  
Ambra Pellizzoni, Alessandro Vezzoni

**Servizio clienti e abbonamenti**  
Stefano Bonandi, Elena Floriani,  
Monia Ubertini, Cristian Zuliani

**Marketing e commerciale**  
Alberto Bendoni, Stefano Bottaglia,  
Agnese Campedelli, Alessandra Cinquetti,  
Massimo De Sanctis

**Pubblicità**  
Centro Studi Castelli S.r.l.

**Servizi amministrativi**  
Stefano Gussago

**Stampa**  
Grafiche Artigianelli  
Via E. Ferri, n. 73 - 25123 Brescia  
Tel. 030/2308411

**Editore**  
Centro Studi Castelli S.r.l.  
Via Bonfiglio, n. 33 - C.P. 25  
46042 Castel Goffredo (MN)  
Tel. 0376/775130 - Fax. 0376/770151  
P. IVA e C.F. 01392340202  
lunedì-venerdì ore 9:00/13:00 - 14:30/18:30  
Sito Web: WWW.RATIO.IT  
Posta elettronica:  
servizioclienti@gruppcastelli.com  
Recapito Skype: servizioclientiratio

Iscrizione al Registro Operatori  
della Comunicazione n. 3575  
del 28.11.1995  
Autorizzazione del Tribunale di Mantova  
n. 5/2003  
Periodico trimestrale,  
spedizione in abbonamento postale

**Chiuso per la stampa il 5.06.2017**

# RATIO Nonprofit

Periodico dedicato al terzo settore

## Sommario 2/2017

**Opinione** - Enti non commerciali: esenzione Imu anche in caso di mancato utilizzo **3**

**Notizie in breve** **4**

## ABC Nonprofit

**Associazioni** - Accertamenti fiscali e precisazioni giurisprudenziali **5**  
- Attività de-commercializzate per gli enti non commerciali **9**

**Rubriche** - Domande frequenti **13**

## Onlus

**Agevolazioni**  - Novità per l'accesso al 5 per mille dal 2017 **17**

## Associazioni sportive dilettantistiche

**Imposte dirette** - Tassazione dei compensi percepiti per attività sportive dilettantistiche **21**

**Accertamento** - Studi di settore per gli enti in regime L. 398/1991 **27**

## Imposte e tasse

**Accertamento** - Scadenze dichiarative 2017 **31**

**Imposte e tasse diverse** - Imu 2017 per gli immobili degli enti non commerciali **33**  
- Versamento acconto Tasi **35**

- Diritto annuale 2017 per gli enti iscritti al R.E.A. **37**

**Iva**  - Presentazione della comunicazione delle liquidazioni periodiche Iva **39**

**Riscossione** - Gestione delle compensazioni nel Mod. F24 **43**

**Imposte dirette**  - Erogazioni liberali alla ricerca scientifica **45**

# Diritto del lavoro

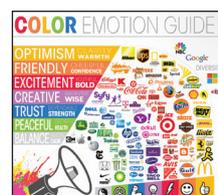
**Previdenza** - Copertura Inail per attività gratuite di pubblica utilità **47**

## Varie

**Riforma terzo settore** - Riforma del servizio civile universale **49**

## Rubriche

**Quesito** - Attività di pubblico esercizio albergo-ristorante e Onlus **55**



### Colore e marketing: un affare psicologico da milioni di dollari

Il marketing è la disciplina che si occupa delle azioni che un'azienda deve mettere in atto per vendere prodotti o servizi.

La strategia che utilizza è complessa, si occupa dell'azienda in toto, promuovendone il marchio, quindi il prodotto, in un gioco di rimandi che mette in evidenza entrami.

In un mercato saturo di oggetti e servizi come possono trovare spazio nuove proposte?

Qui entra in campo la psicologia che studia i nostri comportamenti e li indirizza verso bisogni sempre nuovi o diversi, più sani, più freschi, più naturali, più eleganti, più anticonvenzionali, più... più... più... La psicologia dei colori occupa un posto fondamentale in questo gioco: la sua capacità di persuasione è l'aspetto più interessante e controverso del marketing.

I colori svolgono un ruolo primario nel creare un desiderio, incrementano la necessità di acquisto, indifferentemente che si parli di abiti o di automobili, di tinte per capelli o di tempere per i muri, di mobili o d'involucri per alimenti. Uno studio di settore, *l'Impact of Color in Marketing*, ha evidenziato che il 90% delle decisioni istintive sull'acquisto di un prodotto, sono condizionate dai colori con cui questo è presentato sul mercato. E se i colori sono legati alle esperienze personali, difficili da tradurre in sensazioni universali, è vero anche che per ogni colore c'è sicuramente una fascia di persone che ne sarà irrimediabilmente attratta perché per quelle persone quel colore evoca emozioni e sensazioni uniche e positive. È su questo che si fondano le azioni delle agenzie pubblicitarie. Assecondare un preciso, e sempre più numeroso gruppo di persone, è il loro obiettivo primario, fidelizzarlo è il secondo. Individuare le preferenze di un target di acquirenti per offrire un prodotto che possa trovare subito degli estimatori e, nel tempo, possa conservarli e incrementarli, non è un gioco da ragazzi, molti professionisti analizzano e costruiscono i messaggi giusti. Alla fine di queste analisi il prodotto è pronto per uscire sul mercato, la sua fortuna o sfortuna sarà determinata da quanto gli studiosi sono riusciti a capire i futuri acquirenti, da quanta vita sono riusciti a inserire in un oggetto, in sostanza, da quanto colore hanno riversato nella sua presentazione perché, diciamo, siano tutti inequivocabilmente attratti dai colori.

**Alessandra Panarotto**

Di che colore sono i sogni? Ecco come scegliamo i prodotti che acquistiamo

Le tecnologie rendono facile l'accesso al materiale iconografico. Non altrettanto facile è il reperimento delle informazioni sui detentori dei diritti. L'editore dichiara di aver usato ogni mezzo per entrare in contatto con gli eventuali detentori di diritti d'autore del materiale utilizzato, e resta ovviamente disposto ad adempiere gli obblighi di legge.

**Indirizzo del sito Web: WWW.RATIO.IT**  
**Posta elettronica: [servizioclienti@gruppocastelli.com](mailto:servizioclienti@gruppocastelli.com)**  
**Indirizzo Skype: [servizioclientratario](https://www.skype.com/name/sergiovicentratario)**

La Redazione è particolarmente grata a coloro che vorranno offrire la propria collaborazione. Gli elaborati pervenuti saranno pubblicati a discrezione della Direzione della Rivista. La riproduzione di articoli e schemi, anche parziale, è vietata senza autorizzazione scritta dell'Editore. L'Editore e la Direzione della Rivista declinano ogni responsabilità in merito ad eventuali errori interpretativi sui contenuti e sui pareri espressi negli articoli.

**Nonostante la cura nell'edizione e nella stesura degli articoli né l'editore né l'autore possono assumersi la responsabilità per le conseguenze operative derivanti dall'utilizzo delle informazioni e delle indicazioni contenute nel presente volume e nella connessa banca dati. Tali contenuti, infatti, non hanno lo scopo di fornire consulenza professionale sugli argomenti trattati.**

Gli schemi di istanze, ricorsi ed ogni altra proposta di elaborato pubblicati costituiscono esempi indicativi, passibili di eventuali integrazioni.

Il riferimento all'articolo di legge deve suggerire al lettore il confronto con la più recente stesura dello stesso.

**\*\*\*Riproduzione vietata\*\*\***

*Informativa privacy*

Centro Studi Castelli Srl titolare del trattamento tratta i dati personali liberamente conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti di cui all'art. 7 D. Lgs. 196/2003 e per l'elenco di tutti i Responsabili del trattamento rivolgersi al Responsabile del trattamento, che è il Direttore Responsabile, presso il Servizio Clienti, Via Bonfiglio, n. 33 - 46042 Castel Goffredo (MN) - Tel. 0376-775130 - Fax 0376-770151 - [privacy@gruppocastelli.com](mailto:privacy@gruppocastelli.com)

I dati potranno essere trattati da incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati alle società del Gruppo per le medesime finalità della raccolta e a società esterne per la spedizione del periodico e per l'invio di materiale promozionale. L'informativa completa è disponibile all'indirizzo [www.ratio.it/privacy](http://www.ratio.it/privacy)



Associato all'USPI Unione  
Stampa Periodica Italiana

