

# Tariffe postali, la vittoria è piccola piccola

Il non profit equiparato ai grandi editori

di **Maurizio Regosa**

■ **Sorpresa.** Per lo Stato il non profit è come il *Corriere della Sera* o *Il Sole 24Ore*. Come i big dell'editoria, per avere tariffe postali meno onerose rispetto alle attuali dovrà infatti iscriversi al Roc (il Registro degli operatori della Comunicazione) le sue pubblicazioni. È uno dei risultati ottenuti da una folta delegazione delle 106 organizzazioni di Terzo settore (fra loro, Cesvi, Fai, Fondazione Italiana contro il Neuroblastoma, Airc, Unicef, Save the Children, Medici senza Frontiere) che hanno fatto fronte comune sul tema spedizioni, al termine di un incontro indetto con il dipartimento Editoria.

## Un passo in avanti

Un esito che potrebbe far discutere, ma che comunque rappresenta un passo avanti e ridimensiona l'esborso cui le realtà di terzo settore sono state costrette per continuare a tenere un dialogo con i loro sostenitori e a rendere conto dell'andamento dei loro progetti. D'altra parte, in questa fase abbastanza complessa ulteriori margini di negoziazione non paiono esserci. Come i soldi, d'altronde.

«Non ci sono risorse per alimentare il fondo di sostegno delle spedizioni delle associazioni non profit, a causa dei severi tagli che hanno colpito il dipartimento Editoria», ha ribadito nel corso dell'incontro il suo direttore, Elisa

Grande (analogo affermazione aveva fatto nella riunione precedente il sottosegretario Paolo Bonaiuti: «L'accordo tra Poste e gli utenti deve essere a costo zero», aveva ammonito). È stata però la stessa Grande a ipotizzare una possibile soluzione (quella delineata dalle non profit in un incontro a dicembre 2010): equiparare il trattamento riservato alle onlus a quello dell'editoria profit.

In pratica le pubblicazioni del terzo settore potranno godere delle più convenienti condizioni di cui godono gli editori (ovviamente a seconda delle caratteristiche: peso, omologazione, destinazione), a patto - come detto - che siano iscritte al Registro operatori della comunicazione.

Per quanto riguarda la spedizione dei mailing per la raccolta fondi, saranno soggetti alla tariffa delle campagne abbonamento editori (e cioè 0,1136 euro) purché con quantità superiori a 20mila buste (0,142 se superiori a 10mila; 0,1699 se superiori a 2mila). Sarà però necessario, per entrambe le tipologie di spedizione, rispettare una serie di regole (ad esempio il limite del formato della busta è di 12 per 23 centimetri; deve esserci una zona di rispetto nella zona sottostante l'indirizzo ed è prevista una limitazione nell'uso del colore).

Si tratta di un accordo che non ripristina le tariffe in vigore sino al 30 marzo 2010, ma è un passo avanti e «comunque», spiega Pao-

lo Giganti di Aism, «è l'unica soluzione conseguibile in tempi brevi». «Senza necessità di deliberare una nuova tariffa specifica per il non profit e conseguibile con un semplice articolo in un decreto di prossima emanazione», gli fa eco Gianluca De Tollis della Lega del Filo d'oro. «Qualsiasi altra soluzione», prosegue Giganti, «comporterebbe lungaggini di definizione e di approvazione che in questa fase un po' confusa sembra opportuno evitare».

## Ma non è finita

Nelle prossime settimane dovrebbe svolgersi un'altra riunione per capire quale sia il migliore e più rapido strumento normativo e, sperabilmente, per affrontare alcune problematiche relative alla spedizione dei periodici (le tariffe cambiano in base alle aree geografiche, tra gli allegati si considera il bollettino in bianco) e a quella (già menzionata) del mail. Soprattutto occorrerà capire se l'esecutivo ritenga giusto o meno consentire una «condizione migliorativa, anche solo simbolicamente, rispetto al profit», aggiungono all'unisono i due delegati. Una scelta che di sicuro il terzo settore meriterebbe e sulla quale comunque si tornerà a discutere: «Abbiamo chiesto e ottenuto che il tavolo proceda nei suoi lavori per trovare i possibili miglioramenti, per temperare almeno i vincoli e limiti tecnici sulle spedizioni». ■





Massimo Sarmi, dal  
2002 amministratore  
delegato del gruppo  
Poste Italiane

## In calendario

### Nuovo faccia a faccia

Un nuovo incontro fra la delegazione dei rappresentanti del terzo settore e il dipartimento Editoria della presidenza del Consiglio si dovrebbe tenere a breve. Sul piatto ci sono ancora i 30 milioni promessi dal governo del 2010, che ora finalmente potrebbero venir messi a disposizione.

### Campagne di Natale

Arrivano, intanto, indiscrezioni positive sulla possibilità che la tariffa sperimentale PostaTarget Day (0,18 euro da 100mila a un milione di invii) in scadenza il 31 ottobre verrà procrastinata almeno sino a fine anno, in modo da "coprire" le campagne natalizie. Il nuovo tariffario infatti difficilmente potrà essere approvato in tempi rapidi. Da quanto risulta a *Vita*, l'allungamento dei tempi dell'offerta PostaTarget Day avrebbe ricevuto il lasciapassare direttamente dall'amministratore delegato delle Poste, Massimo Sarmi.