

+ 500%
È questo l'aumento dei costi
di spedizione per le associazioni

POSTE IL PESCE D'APRILE

Grandi e piccoli, tutto il terzo settore sarà azzoppato dall'impennata delle tariffe. Un non senso che penalizza chi porta benefici all'intera comunità. Senza considerare che la nuova norma viola una legge in vigore **di Maurizio Regosa**

«**S**efino al 31 marzo spendevamo 5mila euro per spedire il nostro notiziario, ora dobbiamo preventivarne 22mila», commenta sconsolata **Marilena Albanese**, responsabile della raccolta fondi di Amnesty. Ripensare il budget annuale è inevitabile. Di più: è doloroso in un momento in cui ci si sta preparando a sensibilizzare i contribuenti in vista del prossimo 5 per mille.

Del resto impossibile sottovalutare un'impennata tariffaria di queste proporzioni. Si capisce perché moltissime organizzazioni si siano subito attivate chiedendo il ripristino delle agevolazioni (e il loro numero continua a crescere, anche grazie alla petizione lanciata da *Vita*). «Questo aumento per noi significa 800mila euro di costi aggiuntivi per i prossimi mesi», spiega **Giangi Milesi**, presidente del Cesvi, «si colpisce il capitale relazionale di comunità che lavorano insieme ma non a contatto fisico e che perciò hanno bisogno di poter dialogare». «Il 50% delle donazioni che raccogliamo proviene da sostenitori regolari con i quali comunichiamo tramite posta. Ma un fatto è certo: siamo tutti danneggiati» gli fa eco **Daniela Fatarella** di Save the Children.

Doppia scure

La faccenda è del resto molto semplice: le associazioni non scrivono per il piacere di farlo, ma per promuovere, sollecitare il sostegno e rendicontare il proprio operato. Dunque per loro comunicare è una necessità. Un conto è farvi fronte potendo contare su tariffe in qualche modo di favore (doverose, visto che i benefici delle attività realizzate riguardano l'intera collettività). Un altro è sostenere costi sensibilmente più alti dei previsti. E da questo punto di vista la scure del governo colpisce due volte: impedisce di cercare nuovi sostenitori, rende più difficile rapportarsi con quelli abituali. «Anche noi lanciamo appelli di raccolta fondi per posta», spiega **Alessandra Corrias**, direttore della Fondazione Operation Smile Italia (presieduta da Santo Versace, realizza interventi di chirurgia plastica ricostruttiva a favore di bambini con malformazioni facciali), «è chiaro che saremo costretti a farne meno».

Le proteste di don Verzè

«È un colpo mortale», insiste **Rossano Bartoli**, segretario della Lega del Filo d'oro, «avere tariffe contenute permetteva alle organizzazioni prive di patrimoni di

prendere contatto con milioni di cittadini senza fare investimenti enormi». Non è un caso che ad essere preoccupate non siano solo le "piccole" organizzazioni: tra coloro che chiedono il ripristino c'è, ad esempio, la Fondazione Aretè del San Raffaele di Milano, la creatura di don Verzè. «La fonte principale dei fondi necessari per le nostre nove linee di ricerca scientifica è il 5 per mille. Le donazioni dirette rappresentano circa il 15% ma sono egualmente essenziali. Tant'è che stavamo preparandoci a espandere questa forma di raccolta», sottolinea **Lisa Orombelli**, responsabile marketing della fondazione.

Tutti insomma, al di là del maggiore o minore uso del direct marketing (che prevede il ricorso ai servizi postali), evidenziano le nefaste conseguenze di una scelta che giustamente Bartoli definisce «affrettata». Anche «perché», prosegue, «la stragrande maggioranza delle organizzazioni si serve di un conto corrente postale: le donazioni dei singoli cittadini transitano negli uffici postali. Le Poste dovrebbe quindi avere interesse a far sì che non si riducano». Parole sante.



Il decreto del 95

L'ad Massimo Sarmi farà pure un "sacrificio" accettando le agevolazioni, ma in cambio può contare su flussi finanziari significativi derivanti dalle attività dei suoi clienti non profit. Ammesso che poi il sacrificio lo facciano davvero le Poste. Cosa di cui dubita **Vittorio Volpi**, direttore dell'Uspi - Unione stampa periodica italiana, anch'essa in prima linea nel contestare il decreto. Secondo lui «questo decreto svuota la legge del 2004 che prevede le agevolazioni». La legge infatti stabilisce le facilitazioni e poi rinvia al rimborso entro i limiti del bilancio: «Dunque è sbagliato subordinare, come è stato fatto, le agevolazioni alla disponibilità dei fondi». Penalizzando oltretutto in maniera più pesante il terzo settore: «Un decreto ministeriale del 1995 che non essendo stato abrogato è ancora in vigore», spiega Volpi, «prevede che le tariffe applicate al non profit siano inferiori del 25% rispetto a quelle dei soggetti profit. Adesso invece sono equiparate».

Come a dire, ingiustizia che si aggiunge ad ingiustizia. È facile prevedere che anche su questo fronte si muoveranno le associazioni che per ora auspicano il ritorno alle agevolazioni precedenti e chiedono in ogni caso un tavolo di confronto specifico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PROVVEDIMENTO

Un blitz da pochi centesimi, che pesa come un macigno

Se non credevate possibile che un servizio essenziale come quello prestato da Poste italiane aumentasse del 500% in un colpo solo, ricredetevi. In questa Italia sempre più patria dei blitz, del *moment by moment*, del fare ora e del programmare chissà, la tariffa per le spedizioni postali del non profit è lievitata da 0,05 euro (costo unitario per grandi quantità) a 0,283. È accaduto per scelta congiunta di due ministri, Giulio Tremonti e Claudio Scajola e del sottosegretario per l'editoria Paolo Bonaiuti: martedì prima di Pasqua (era il 30 marzo) hanno messo a punto e poi inviato alla *Gazzetta Ufficiale* (che lo ha pubblicato il giorno dopo) un decreto di due soli articoli per dire addio alle agevolazioni introdotte anni fa a favore dell'editoria e del non profit. «Le tariffe agevolate per le spedizioni di prodotti editoriali... continuano ad applicarsi fino al 31 marzo 2010». Poche asciutte parole ma dall'effetto immediato, come sanno quelle organizzazioni di terzo settore che il giorno dopo hanno cercato di spedire la loro corrispondenza. Hanno ricevuto un «niet».

E non era, come qualcuno ha pur ingenuamente pensato, un pesce d'aprile. Erano gli effetti di una decisione freddamente "tecnica" (di controllo dei conti pubblici) la cui gestazione è stata in realtà lunga e molto riservata. Una scelta che ha preso corpo nel carteggio fra i due ministeri e le Poste italiane spa capitanate da Massimo Sarmi e controllate (al 65%) da superGiulio. È stato appunto quest'ultimo, il 3 marzo, ad avvertire il suo collega Scajola che i fondi per le tariffe agevolate (50 milioni) non sarebbero stati «sufficienti a coprire gli oneri previsti». Ed è stato Sarmi l'8 marzo a prendere carta e penna per confermare che quelle risorse erano già state utilizzate nel primo trimestre 2010 (pochi giorni dopo avrebbe festeggiato i 904 milioni di utile netto del bilancio 2009, +2,4% rispetto al 2008). Dal carteggio è nata così la "prudente" decisione, luminoso esempio di interventismo nel Paese delle emergenze perenni e continuamente rinviate. Un bel gioco di squadra, non c'è che dire. A farne le spese in particolare il non profit, per il quale, in una sola notte, le spese postali sono appunto cresciute del 500%. Un balzo che ha colto di sorpresa anche Postel (controllata da Poste offre servizi di direct marketing: ha telefonato ai suoi clienti non profit per dir loro «non ne sapevamo niente») e che ha messo in crisi il terzo settore da sempre abituato a cercare sostenitori e a rendere conto del suo operato, anche e soprattutto per lettera. (M.R.)