

APPUNTI PER UNA PIATTAFORMA SULL'EDITORIA DEL TERZO SETTORE

UN NUOVO SOGGETTO: L'INFORMAZIONE SOCIALE E L'EDITORIA DEL TERZO SETTORE

- Il decreto legislativo del 4 dicembre 1997 n. 460 sul regime tributario degli enti non commerciali riconosce "attività non lucrative di utilità sociale" e regola le attività dei soggetti protagonisti, le Onlus.

- Il riconoscimento giuridico di questo nuovo soggetto apre prospettive nuove, nei termini di nuovi consumi sociali, nuovo mercato (sebbene non debbano perseguire l'obiettivo del profitto ma investire gli utili per il perseguimento delle finalità istituzionali), nuova occupazione. **Anche nell'editoria.**

- Il consumo e il mercato editoriale vedono oggi le associazioni del Terzo settore o non profit (la stragrande maggioranza ONLUS) presenti con circa 2.700 testate delle quali sono proprietarie e delle quali garantiscono la gestione editoriale e redazionale, avvalendosi per la produzioni di service esterni. Un volume economico difficilmente stimabile, pulviscolare, dove convivono sia la "editoria diocesana" sia un tipo di editoria laica, umanitaria, civile, non confessionale.

L'editoria del terzo settore rappresenta uno dei fenomeni più interessanti del panorama sociale italiano. Le persone impegnate in Italia nell'associazionismo e nel volontariato sono circa 15 milioni.

- **Se la legge riconosce una funzione sociale per le attività istituzionali promosse dalle ONLUS (solidarietà, assistenza, volontariato, cooperazione internazionale, salute...) perché non agevolarne l'azione anche sul terreno editoriale?**

L'informazione sociale

- L'informazione sociale si sta affermando in termini culturali e civili. Una nuova leva di giornalisti sta crescendo sia tecnicamente, sia eticamente, disposta a conoscere e ad arricchire di sensibilità la propria professionalità. Gli editori si dimostrano invece refrattari a "rischiare" su questo terreno. Occorre costruire una nuova consapevolezza sulla base di "convenienze" comuni.

Occorre portare gli editori su questo terreno, con le opportune agevolazioni.

- **Le associazioni di terzo settore (i loro soci) sono soggetti attivi e passivi (produttori, utenti, fonti di informazione) del mercato editoriale, pur non essendo soggetti editoriali in senso stretto (e tantomeno aziende editoriali).**

Non sono in concorrenza con altri strumenti editoriali e di comunicazione, ma complementari. Svolgono una funzione di allargamento del mercato editoriale, di educazione alla lettura, di formazione alla socializzazione, alla comunicazione, allo scambio di notizie e informazioni. Oltre che una funzione di sperimentazione e apprendistato professionale per nuovi operatori del settore (giornalisti, coordinatori editoriali, grafici...).

LA RIFORMA DELLA LEGGE SULL'EDITORIA (416) E ALCUNE PROPOSTE :

1. Se si ragiona complessivamente su tutti gli strumenti della comunicazione "l'editoria del terzo settore" è una realtà da tener presente e veder **menzionata nell'articolo della riforma della 416**; una realtà da incentivare su progetti e obiettivi da raggiungere. Chiediamo di essere ascoltati in vista della **riforma della legge 416**, in quanto non siamo compresi né tutelati dalle attuali associazioni di riferimento degli editori.
2. Chiediamo una **certificazione pubblica** dell'editoria del terzo settore, corredata da dati statistici dell'ISTAT che prevedano dati di diffusione, penetrazione e lettura di questi strumenti.
3. La **semplificazione delle procedure** per l'iscrizione delle testate e la loro gestione rappresenta un importante viatico per l'editoria del terzo settore. Così come la regolamentazione e il riconoscimento dell'editoria elettronica, comprensiva di tutti gli altri supporti informatici. Ad esempio un buon sostegno potrebbe essere quello di contribuire ai costi di gestione presso provider privati o eventualmente convenzionati.
4. **Azzerramento dell'IVA** per l'editoria del terzo settore, in quanto se per le aziende l'IVA al 4% rappresenta un vantaggio, per le associazioni (che non possono scaricarla) rappresenta in ogni caso un costo.
5. L'editoria del terzo settore viene distribuita esclusivamente per abbonamento postale. Questo perché il mercato dei **distributori** e quello delle **edicole** sono una giungla dai costi inaccessibili per questo tipo di soggetti. Occorre poter disporre di canali di collegamento con i distributori
6. **pubblicità istituzionale e campagne**: garantire che una percentuale del budget venga investito sull'editoria del terzo settore (attraverso bandi e progetti)
7. istituire un **tavolo permanente** con il Ministero della Comunicazione e con il Sottosegretariato presso la presidenza del Consiglio sul quale affrontare i problemi del settore e programmarne lo sviluppo, in maniera specifica. Possono essere lanciate proposte e iniziative ai giovani sul tema della comunicazione e delle nuove tecnologie (**Internet**) con al centro le questioni dell'informazione sociale.
8. intervenire con un Dispositivo in relazione a quanto stabilisce la **Finanziaria 2000** in merito alle tariffe postali. E' una necessità vitale per il terzo settore poter contare su agevolazioni tariffarie a determinate condizioni. Ovvero: rispetto di determinate caratteristiche non profit, di qualità e di contenuto delle riviste che godono di queste agevolazioni.