

LA SIPRA: SCOPPIA IL MAL DI TESTATA

di Remo Guerrini

Ormai sulle scrivanie del pretore Adriano Sansa (quella al sesto piano del palazzo di Giustizia a Genova, e quella nella mansarda della sua casa di Sant'Ilario, in faccia al mare) i fascicoli sul "caso Sipra" s'ammucchiano. Sono rapporti della polizia tributaria, che ha visitato gli uffici amministrativi di molti quotidiani e la stessa sede della Sipra, a Torino. Sono verbali di consigli d'amministrazione, risultati d'audizioni e interrogatori (lo stesso Sansa ha già proceduto a svolgere atti istruttori diretti, ascoltando diversi testimoni), e sono perfino atti di collaborazione spontanea: quando, mercoledì 17 ottobre, s'è diffusa la notizia che la magistratura stava indagando su uno dei più grandi e rettori di agenzie pubblicitarie che controversi "carrozzoni" dell'apparato pubblico, a Sansa sono giunte diverse telefonate. Erano di persone che si offrivano di testimoniare, di raccontare i meccanismi segreti che regolano la "pubblicità di Stato". Altri hanno preferito inviare lettere, pubblicazioni con dati e notizie, riviste aziendali, fotocopie di documenti. "Tutto questo non costituisce certo materiale processuale", commenta il pretore genovese, "ma concorre a completare la conoscenza dei termini del "caso Sipra".

Intanto a Torino un altro magistrato, il sostituto procuratore della Repubblica Francesco Saluzzo si occupava a sua volta della Sipra: al suo esame c'era un *dossier* di 21 cartelle dattiloscritte (più altrettanti allegati, bollettini della Camera dei deputati, bilanci di partiti e di quotidiani, bilanci e verbali Sipra, atti della Corte dei Conti) spedite dal centro d'iniziativa giuridica "Piero Calamandrei", di Roma. In pratica, l'esposto del centro Calamandrei e l'inchiesta promossa da Adriano Sansa (uno dei famosi "pretori d'assalto" di Genova, che hanno indagato sullo scandalo dei petrolieri) tendono a un fine analogo: verificare i ruoli e il funzionamento di un organismo che, nel corso della sua travagliata vita recente, non ha fatto altro che alimentare polemiche. Ne potrebbero derivare imputazioni, assai gravi, perfino quella di avere violato la legge sul finanziamento

dei partiti. E se le accuse saranno provate, l'azione penale finirà per riguardare i segretari amministrativi dei partiti e gli stessi segretari politici che dei partiti - in particolare Dc, Pci, Psi, Psdi - sottoscrivono il bilancio. Uno "scandalo di regime" di portata certo non inferiore a quello che la stessa magistratura scatenò nel 1974 a proposito dei finanziamenti concessi dai petrolieri a molti partiti.

Al centro di tutto, ora, sta dunque la Sipra S.p.A. Fondata nel 1926, da sette anni di proprietà della Rai, 620 dipendenti, la Sipra raccoglie e seleziona la pubblicità radiofonica e televisiva. Fattura in nome proprio e riscuote direttamente gli importi dei contratti, trattenendo per sé il 7 per cento degli introiti per la pubblicità radiofonica e il 5 per cento per quella televisiva. Nel 1978 la Sipra ha avuto un fatturato lordo di 146 miliardi e 143 milioni.

MILIARDI IN OGNI DIREZIONE

Presieduta (dal luglio 1977) dal comunista Vito Damico, con vicepresidente il socialista Gennaro Acquaviva, e amministratore delegato e direttore generale il democristiano Gianni Pasquarelli, la Sipra agisce però da tempo in un altro settore: la pubblicità su quotidiani e periodici. E' quest'attività che oggi è sotto accusa, e che il pretore sta analizzando.

Gli addebiti maggiori che si rivolgono alla società di via Bertola riguardano il meccanismo del "minimo garantito", il sistema del "traino", e l'esito finale delle operazioni pubblicitarie gestite dalla Sipra: il finanziamento dei partiti in violazione della legge 2 maggio 1974 che impedisce, nei confronti di questi ultimi, "contributi da parte di società con partecipazione di capitale pubblico superiori al 20 per cento, o di società controllate da queste ultime".

Il "minimo garantito" è l'espedito che ha consentito alla Sipra di affermarsi nel campo della carta stampata. Ai giornali che le affidano la raccolta della propria pubblicità, la Sipra garantisce infatti, ancora prima di iniziare la raccolta vera e

Sulla stampa

propria delle inserzioni, un minimo annuale. Lo scandalo comincia quando si va a confrontare le cifre, e ci si accorge che le somme garantite (e in ogni caso sborsate) sono sempre enormemente superiori a quelle poi effettivamente incassate. Si legge nell'esposto del centro Calamandrei: Nel 1978 la Sipra ha garantito 1350 milioni a *l'Avvenire*, mentre ha raccolto pubblicità solo per 712 milioni; 500 milioni al *Lavoro* di Genova, che ne ha incassati per pubblicità meno di 200; 650 milioni a *L'ora* di Palermo che ne ha incassati 300; 4 miliardi a *Paese Sera* contro un miliardo e 764 milioni; 3500 milioni ai supplementi illustrati e ad altri quotidiani Rizzoli contro 1995". Tale enorme differenza fra il denaro erogato, e quello in seguito effettivamente incassato, esiste a proposito di tutti i contratti Sipra, che sono stati stipulati, specie negli ultimissimi anni, con le testate più diverse, da quotidiani come *L'occhio* (3500 milioni nel '79) al *Giornale* di Indro Montanelli (6800 milioni), da testate ideologicamente impegnate a sinistra come *Il manifesto* (120 milioni garantiti, mentre non se ne raccolgono in pubblicità più di 60), al *Borghese* di Democrazia nazionale (300 milioni), dal mensile per la donna *Cosmopolitan* (100 milioni) ai periodici della Cgil-Cisl-Uil. perchè questi errori di valutazione? O meglio, la sopravvalutazione delle testate a cosa è dovuta? E' in questa direzione che si muove soprattutto l'inchiesta del pretore Sansa. Noi vogliamo verificare proprio il significato e la portata di questi minimi garantiti, specie quando possono essere superiori al valore pubblicitario delle testate, o addirittura superiori a ogni criterio di ragionevolezza. E in questi casi, a cosa è dovuta la sproporzione? A una scorrettezza degli amministratori dei giornali che hanno sopravvalutato il proprio patrimonio pubblicitario stipulando i contratti con la Sipra, o a una precisa volontà di quest'ultima di favorire i giornali medesimi?

Resta il fatto che le enormi somme per coprire i "minimi garantiti" ma non ottenuti, la Sipra le distrae dagli introiti della pubblicità radiotelevisiva. "E' in questo modo che il grande attivo della società viene dilapidato, sostengono i giuristi del centro Calamandrei che hanno firmato l'esposto (Luca Boneschi, Walter Baldassarri, Corrado De Martini, Alberto Montanari e Ugo Sandroni). "Non si capirebbe, altrimenti, come mai a fronte d'un fatturato di centinaia di miliardi, l'utile annuale della Sipra sia poche decine di milioni".

Società di fatto privata, la Sipra usa dunque denaro destinato a un ente pubblico (la Rai), per scopi molto diversi da quelli per cui era stata istituita. “La Sipra”, aggiungono al centro Calamandrei, “non è che una invenzione giuridica per gestire denaro pubblico “riciclato”, nel senso che questo denaro viene privatizzato attraverso una costruzione giuridica del tutto formale”.

IL "TRAINO", UN CAPPIO PUBBLICITARIO

E' proprio a causa del perverso sistema dei “minimi garantiti” che la Sipra ha inventato un altro artificio oggi sotto accusa: il sistema del “traino”. Non riuscendo cioè a procurare l'eccessiva pubblicità garantita a certe testate, la Sipra ricorre a una sorta di ricatto: ammette a far pubblicità in radio o in tivù quelle aziende che accettino di stipulare contratti pubblicitari con giornali o riviste. “Qualche anno fa ditte di detersivi dovettero così fare pubblicità sul *Carabiniere*, e la campagna della Mira Lanza dell'olandese finì sulle pagine dell'*Avanti!*, dove mi pare difficile ci possano essere lettori interessati al prodotto”, sostiene Renzo Zorzi, presidente dell'Upa, l'associazione che riunisce oltre 400 aziende che fanno l'80 per cento della pubblicità circolante in Italia. “Stavamo pianificando la pubblicità di una penna alla televisione”, rincara Alberto Vitali, presidente dell'Otep, associazione d'una cinquantina di agenzie di pubblicità, “e ci siamo sentiti chiedere 10 milioni di pubblicità di quotidiani, e 12 milioni per il *Borghese* e *Successo*”.

Profondamente immorale, tale sistema distorce gravemente l'intero sistema della pubblicità in Italia: esistono aziende che investono quasi il 100 per cento della propria pubblicità nel mezzo televisivo, e obbligarle a ricorrere ad altri veicoli promozionali significa agire indebitamente: soprattutto se si considera che la Sipra gestisce la pubblicità Rai in regime di monopolio, e i clienti si trovano, nei suoi confronti, nella spiacevole condizione di “prendere o lasciare”.

Ancora dal sistema del “minimo garantito” deriva poi l'accusa più grave, specie dal punto di vista del costume politico: quello del finanziamento occulto dei partiti. Nel cartello delle testate gestite dalla Sipra esistono organi ufficiali di partito: *Il popolo* della Dc (550 milioni l'anno), *L'Unità* e *Rinascita* (200 milioni) del Pci, *l'Avanti!* e *Mondoperaio* (40 milioni) del Psi, *l'Umanità* (230 milioni per duemila copie quotidiane) e *Ragionamenti* (40 milioni) del Pli (50 milioni). “Ogni volta che il minimo garantito supera le somme effettivamente incassate dalla Sipra per le singole testate”, sostengono al Calamandrei, “ci si trova nella situazione di finanziamento dei partiti da parte d'una società con partecipazione di capitale pubblico. Dunque si viola la legge”. La violazione esisterebbe anche nel rarissimo caso in cui il “minimo garantito” fosse effettivamente coperto entrate: in questo caso, infatti, il finanziamento sarebbe rappresentato dalle minori spese affrontate dal partito per la gestione in proprio della raccolta pubblicitaria.

NEL SILENZIO TOTALE DELLA STAMPA

E', questa, una situazione nota da tempo. Perché la magistratura si muove solo ora? Risponde Adriano Sansa: “Lo stimolo che mi ha indotto all'inchiesta viene dalla lettura attenta dei giornali. Già altre volte la magistratura s'è mossa in seguito a segnalazioni giornalistiche. L'inchiesta sui petrolieri nacque in questo modo, per esempio”. Molti osservatori del mondo politico e giornalistico sono soprattutto messi in allarme dal conformismo dilagante sulla stampa sovvenzionata. Non a caso l'inchiesta in corso è stata passata sotto totale silenzio da quasi tutti i giornalisti che la Sipra ha legato a sé con ricchi “minimi garantiti” (gli stessi giornali sono sempre stati pronti, in passato, a tuonare contro gli scandali di regime). Altri ancora chiedono, semplicemente, che l’“ammucchiata” ideologica sotto le bandiere Sipra non autorizzi a violare la legge. Ha dichiarato il deputato repubblicano Giorgio Bogi (il Pri ha lasciato morire la Voce repubblicana per non legarsi al carro della Sipra), membro della

Sulla stampa

commissione di vigilanza sulla Rai: “Nessuno è autorizzato a sperperare i soldi che spettano alla Rai, specie mentre da questa vengono richieste d'aumento dei canoni di abbonamento”.

(Epoca 3/XI/1979)