

CONSIGLIO REGIONALE DELLA SARDEGNA
XIII LEGISLATURA - CCXLI Seduta - Martedì 19 giugno 2007

Discussione della “Relazione finale della Commissione d’inchiesta sull’affidamento della campagna pubblicitaria istituzionale della Regione”(Doc. n. 20/A)

BRUNO (Progetto Sardegna). Grazie signor Presidente. Signor Presidente del Consiglio, signori Assessori, colleghi consiglieri. Cercherò di chiarire in questo breve intervento le motivazioni delle scelte assunte in Commissione, anche quelle che personalmente ho assunto, cercherò di farlo in maniera spero puntuale. Ma anche cercherò di affrontare, nella prima parte, l’importanza dell’argomento in discussione e le ricadute sul nostro territorio e sulla Sardegna tutta. Affermazioni che è bene rimarcare per inquadrare il contesto nel quale ci muoviamo. Non poteva non provocare effetti clamorosi un bando che prevede di spendere, seppure in maniera funzionale, integrata, unitaria, 54 milioni di euro per la comunicazione della Regione; che vuol dire circa 18 milioni di euro all’anno per tre anni. Non eravamo abituati, non era abituata questa Regione, ad una gara di un importo così rilevante per la comunicazione. Una regione che però in passato spendeva di più, ma lo faceva in maniera disorganica, in maniera non ordinata, non funzionale ai ritorni d’immagine, che pure ci si aspetta quando si investono soldi pubblici. Basta andare a verificare quanto in passato si spendeva in Sardegna per promuovere la Sardegna stessa e a che pro. Va dato atto alla Giunta regionale di avere provocato quindi un altro cambiamento, anche in questo settore. La Giunta ha avuto il merito di mettere ordine, di tentare di portare a sintesi, a sistema, un comparto, quello della comunicazione istituzionale, che fino a ieri veniva affrontato con azioni singole, necessariamente scollegate, anche perché poste in essere da strutture diverse dall’amministrazione regionale e quindi senza una chiara strategia di insieme. Con le delibere del 20 dicembre del 2005 e del 13 aprile del 2006 finalmente vengono emanate le direttive per l’attuazione delle azioni di comunicazione della Regione e vengono individuate le strategie. Con l’appalto dell’agosto 2006, del quale ci occupiamo, si individuano poi anche i mercati di riferimento, le altre regioni italiane più interessate all’offerta turistica ed i mercati esteri; si punta a progettare e realizzare campagne istituzionali riguardanti progetti già avviati da questa Regione: Sardegna Speak English, la protezione ambientale, la promozione del sito istituzionale e dei siti tematici della Regione, i servizi ai cittadini, la promozione istituzionale agroalimentare. Questo per dire che la materia di cui ci stiamo occupando è fondamentale per lo sviluppo della Sardegna e non può essere affrontata in maniera superficiale. La partenza del Giro d’Italia della Sardegna, la presenza dei nostri prodotti nei magazzini Harrows, sono esempi di come la promozione dell’isola può avvenire e può essere realizzata puntando ad obiettivi importanti: promuovere il turismo, la nostra cultura, l’industria agroalimentare, in definitiva la nostra economia, il lavoro dei nostri artigiani e dei nostri agricoltori. Tanti soldi, 18 milioni di euro, non più di quanto si spendeva in passato per la promozione in turismo, agricoltura, artigianato. Solo per il turismo altre regioni italiane spendono per la comunicazione, appunto, 40 milioni di euro all’anno. E’ altrettanto vero però che quando si fa una gara di queste dimensioni occorre offrire la massima trasparenza, la massima apertura, nominare commissari adeguati al compito, essere irreprensibili nelle procedure.

La Commissione di cui ho fatto parte ha lavorato, distinguendo responsabilità politiche, di cui non vi è traccia, che non vi sono, non sono emerse, da anomalie di tipo procedurale che invece sono presenti. E' sufficiente leggere attentamente la parte espositiva, trasparentissima, della determinazione con la quale il direttore del servizio, la Responsabile del procedimento, ha approvato, in data 23 gennaio 2007, gli atti relativi alle procedure di gara, per rendersi conto della sequenza dei fatti intricati che hanno condotto all'aggiudicazione della gara stessa. Era giusto che il Consiglio regionale promuovesse una Commissione d'inchiesta su questa gara. E perché non su altre, e perché non su materie più importanti? Non lo so! Certo è che a noi commissari, consiglieri regionali, non necessariamente giuristi, è stato attribuito un compito, una missione, un mandato da questo Consiglio regionale, con l'approvazione appunto di ordine del giorno, quello del 28 dicembre scorso. E' un compito specifico, valutare gli atti del bando e l'affidamento della campagna istituzionale. E a questo mandato ci siamo attenuti e personalmente mi sono attenuto. E' vero che nell'*iter* dell'affidamento della campagna pubblicitaria sono stati sollevati dubbi, perplessità, che hanno portato questo Consiglio ad istituire la Commissione d'inchiesta. Ed oggi siamo qui a discutere una relazione votata all'unanimità, con dichiarazioni di voto differenti, con alcuni distinguo che avrò modo di specificare più avanti. Certo è che la Commissione, al di là di alcune fughe iniziali, fuga in avanti iniziali, da parte di qualche membro della minoranza, teso più a ricercare visibilità politica più che la verità sostanziale dei fatti, ha svolto complessivamente il proprio compito in modo rigoroso, severo, con lo studio della documentazione, con la ferma determinazione che deve animare chi esercita comunque una funzione di controllo; perché tale è il compito del Consiglio regionale che si esprime attraverso i suoi organi e ciò indipendentemente dall'appartenenza politica di maggioranza o di minoranza. La stessa scelta di lasciare alla minoranza la Presidenza della Commissione è stato un chiaro segnale di apertura politica. L'argomento di oggi non può non suscitare un dibattito acceso, nel quale si stanno amplificando, si amplificheranno, forse, in quest'aula strumentalità solamente affacciate in Commissione, penso all'intervento del collega Sanjust ma non solo. Credo che condurre il dibattito in questo modo sia un errore, che non ci aiuta a fare chiarezza, che porta spazzatura, che non aiuta complessivamente la Sardegna a mettere un po' di ordine in un settore fondamentale, a spendere bene i soldi dei sardi, è questo il vero problema, su questo dobbiamo interrogarci, e questo sta a cuore al Consiglio sta a cuore soprattutto ai cittadini. E allora perché non abbiamo sentito il Presidente della Regione in Commissione? Ci siamo divisi, lo riportano i verbali, sulla richiesta di audizione del Presidente della Giunta. In quattro, solo in quattro, abbiamo sostenuto una legittima richiesta del presidente Soru di essere audito – non credo sia mai successo nella storia di questo Consiglio –, è stato a mio avviso un errore porre ai voti la richiesta, è stato inopportuno non procedere all'audizione, nonostante alcuni membri della minoranza, penso alle insistenti richieste del collega Sanjust, per mesi chiedessero proprio di sentire nel merito il presidente Soru. Uno sgarbo istituzionale, ha ragione il collega Pittalis, ingiustificabile. Questo per dire che nonostante vi sia stato in Commissione una sostanziale condivisione dei metodi, non sempre la funzione tecnica e di garanzia della Commissione stessa ha controbilanciato, ha fatto venir meno tattiche politiche e strumentalità sempre in agguato, e che oggi emergono in quest'Aula.

Eppure, abbiamo condivisounanimemente la metodologia di esame preventivo delle carte, quelle consegnate spontaneamente dagli uffici, quelle che abbiamo richiesto successivamente;

l'audizione dei commissari di gara, di tutti i commissari di gara, del Presidente della Commissione, il Direttore generale della Presidenza della Giunta, della Responsabile del procedimento. Lo abbiamo fatto con i limiti che il Regolamento del Consiglio impone alle Commissioni di inchiesta, non certo con i poteri parlamentari, e quindi consapevoli anche dei confini nei quali ci siamo mossi e ci potevamo muovere.

Tuttavia, l'esame degli atti e le audizioni sono state come detto rigorose e sono apparse evidenti, è vero, anomalie, superficialità, incongruenze presenti nel procedimento, con una sequenza di fatti e di problematiche, che sono state poi inserite e ricomprese nella relazione che comunque avete avuto modo di leggere.

Così come è evidente, lo ripeto, che la Commissione non ha riscontrato responsabilità politiche attribuibili all'esecutivo, il quale ha anzi il merito, come ho detto in premessa, di aver tentato di mettere ordine in un settore, in un settore invece nel quale per il passato ci sono responsabilità politiche, questo sì, per una gestione inefficace, inefficiente, talvolta clientelare della comunicazione della Regione.

Diverso il discorso sulla conduzione della commissione di gara, su come si è arrivati a giudicare la gara da parte della Commissione, ed il mio giudizio in questo senso è in linea con gli altri commissari. Dicevamo con alcuni distinguo: ho chiesto alla Commissione di valutare la possibilità di riferire nella relazione la presenza di possibili conflitti di interesse da parte di alcuni commissari di gara, durante un'audizione, ma anche da atti è emersa la notizia della collaborazione di un commissario a favore di una rivista, che è risultata poi parte integrante della proposta e della campagna pubblicitaria di uno dei raggruppamenti di impresa che appunto hanno partecipato alla gara stessa. Forse una coincidenza, considerata la professione, appunto, di pubblicitario del commissario, ma tuttavia non secondaria, al fine di considerare l'adeguatezza dei membri della Commissione e di garantire comunque la massima trasparenza richiesta, e allora perché non inserire nella relazione anche questo particolare, insomma credo che la Commissione abbia fatto un lavoro difficile tenuto conto dei suoi poteri, dei suoi vincoli, condivisibili nella sequenza dei fatti esposti nella relazione, ho avuto modo di esprimere invece in dichiarazione di voto, come messo a verbale, il mio dissenso sulle conclusioni, non tanto sul merito, sull'opportunità...