

Viaggio nel pool di Giuliano Amato. A caccia di falsi messaggi

# Così l'Antitrust «castiga» gli spot troppo furbi

Siamo andati a vedere come funziona l'ufficio «pubblicità ingannevole» dell'Antitrust. La lettera delle due sorelline napoletane, deluse dalla bambola «troppo diversa da quella ammirata in uno spot televisivo», non è casuale. 863 denunce, in poco più di tre anni. 239 solo nei primi sei mesi di quest'anno. E aumentano anche le condanne: «Gli italiani sono diventati furbi, e non si lasciano più ingannare facilmente...».

**FABRIZIO RONCONE**

ROMA. Da qualche parte avrete forse letto la storia di quelle due sorelline napoletane che hanno scritto all'Antitrust. Il giorno dopo, nell'ufficio di Giuliano Amato, dicono che è una cosa abbastanza normale. C'è un mucchio di gente, spiegano, che ci invia lettere per denunciare spot di pubblicità ingannevole. E sono sempre lettere dettagliate. Proprio come quella delle sorelline napoletane. Loro hanno scoperto che la bambola ricevuta in dono dalla mamma non è esattamente come quella reclamizzata alla tivù. Anzi, è un'altra cosa. Non muove il collo e le braccia e non fa nemmeno la spaccata. Che poi loro se l'erano fatta comprare quasi solo per la spaccata, la bambola. Hanno scritto una letterina simile alle altre anche per questo senso di delusione, di rabbia. Chi scrive all'Antitrust, di solito, è uno molto seccato. Uno che non ci sta.

## Le denunce

Scrivono in tanti davvero. Ci sono numeri eloquenti per un ufficio aperto quattro anni fa. Ciò che maggiormente colpisce è che, mese dopo mese, non solo aumentano le denunce, ma cresce anche il numero delle condanne. Nel '93: 59 condanne su 166 denunce; nel '94: 105 su 213; nel '95: 169 su 245. E quest'anno, nei primi sei mesi, 161 su 239.

La gente comincia a farsi anche furba. Una volta bastava che uno si mettesse il mantello nero e si sedesse davanti a una palla di vetro con gli occhi da matto per entrare nella parte del mago. Oggi, se non guarisci sul serio, o fai innamorare, se non dai o togli malocchio, finisci dritto qui. Sono decine le denunce per sedicenti maghi, cartoni

mani, gente che giura di leggere il futuro con le stelle e le carte da gioco, e che invece deve poi leggersi solo la condanna firmata dall'Antitrust.

## I filoni

Per classificare le denunce, è giusto parlare di veri filoni. Non c'è solo quello dei maghi. Ma anche quello, per esempio, delle creme: di bellezza, rilassanti, anti-cellulite. Ecco, quelle anti-cellulite. Dovreste leggerle, le lettere di certe signore. C'è quella che, per settimana, s'è spalmata le gambe fino al polpaccio di una pasta verdastra e puzzolente. C'era scritto nelle istruzioni: dall'anca alla rotula. Tenere per un'ora al giorno.

Ma non basta: numerose sono anche le denunce per cure dimagranti che hanno fatto scendere l'ago di pochi etti, e invece la pubblicità diceva altro, e soprattutto faceva vedere altro. Con lei prima e dopo la cura. Prima gonfia di grasso e fiaccida, e poi magra, asciutta, soda.

La gente ha fatto la cura e s'è ritrovata identica davanti allo specchio. Così ha preso la carta e la penna, e ha scritto. Sono tutte lettere dai toni civilissimi. Chi arriva a scrivere all'Antitrust è determinato dalla rabbia, e meticoloso per la delusione. Tutti scrivono per bene dove hanno visto la pubblicità, e cosa si aspettavano e cosa invece hanno avuto. È importante, spiegano nell'ufficio di Giuliano Amato, specificare bene quali siano i termini dell'«inganno».

## Le associazioni

Spesso scrivono anche le associazioni dei consumatori. E se scrivono loro, nove volte su dieci, per la pubblicità denunciata non c'è

scampo. Le relazioni delle associazioni sono dei micidiali atti d'accusa. Che l'ufficio «pubblicità ingannevole» esamina facilmente, senza dover fare altri accertamenti. Perché poi succede anche questo: che una denuncia, per circostanziata che sia, abbia bisogno di qualche approfondimento. In questo caso vengono chieste consulenze a esperti di statistica, a laboratori chimici. Ma non sono indagini che durano anni. Questo no. L'ufficio «pubblicità ingannevole» fa della rapidità un vero vanto. Tu scrivi e questi, in un tempo ragionevole, ti rispondono. Spiegandoti se hai torto o ragione, e se hai ragione, quando è scattata la condanna.

Poi, certo, ci sono anche quelli che si fissiono. In questo ufficio tutti conoscono il nome e il cognome di un signore che, da mesi, ha in-

trapreso una vera crociata contro i maghi cialtroni. Questo signore sembra non aver altro da fare. Verificare l'attendibilità dei maghi. Se mantengono ciò che promettono. E siccome spesso non mantengono, lui scrive. «Ma per noi non esistono denunce simili... ogni denuncia dà luogo ad un nuovo accertamento... la nostra struttura è agile, e questo ci consente di entrare subito in azione, di verificare, di valutare...».

## La buona fede

Talune indagini sono rimaste piuttosto memorabili. Una volta arrivò la lettera di certi giovanotti di Bergamo, che s'erano iscritti a un corso di giornalismo. Il costo di iscrizione era salato, ma la promessa non era male: imparare il mestiere, e diventare giornalista «professionista». Solo che l'Ordine dei giornalisti non ne sapeva niente, e soprattutto nessun iscritto al corso sostenne mai alcun esame. L'inganno fu smascherato in poche ore.

Ecco, qui ascolti e leggi storie che certe volte ti paiono incredibili. Storie di gente che è finita, nella più totale buona fede, dentro inganni formidabili. Ti chiedi: ma come possono aver creduto di prendere la maturità classica con un corso di tre mesi? Eppure sono andati lì, hanno versato la quota di iscrizione, hanno frequentato, e hanno pure dato gli esami, e solo dopo, il giorno che si sono presentati in segreteria per ritirare il diploma, hanno capito che l'istituto non era legalmente riconosciuto.

## I bollettini

Ci devono essere in giro dei veri demoni della truffa. Ceffi abilissimi a ingannarti anche solo con un foglietto. A volte, te li lasciano nella cassetta della posta. Tu apri e leggi: complimenti, lei ha vinto. Ma non è vero. Hai qualche possibilità di vincere solo se acquisti un'enciclopedia e poi invii il tagliando, che verrà straggiato insieme ad altri trecentomila tagliandi.

Lo scorso anno cominciarono ad arrivare una serie di denunce che avevano qualcosa in comune. A scrivere erano persone legate, in qualche modo, al mondo del commercio. Tutte vittime dello



Vendita di prodotti di bellezza

G. De Bellis

stesso inganno. Gli spedivano degli strani bollettini, pieni zeppi di articoli del codice penale, di riferimenti a decreti. Quelli leggevano e, tra le righe, avevano come l'impressione di dover pagare. Sì, gli pareva proprio un bollettino di pagamento. Così pagavano, per poi scoprire, un mese dopo, di essersi abbonati ad una inutilissima rivista specializzata in politica tributaria.

## Pippo Baudo

Poi c'è il capitolo delle pubblicità ingannevoli che ci passano nel bel mezzo di una trasmissione televisiva. E ormai celebre il «numero» che, nel corso di «San Remo Giovani», Pippo Baudo e Giancarlo Magalli «inventarono» prima di mandare in onda lo spot dell'acqua minerale San Benedetto. Battute e battute a parlar bene dell'acqua San Benedetto, senza che sul video ci fosse un segnetto mini-

mo che avvertisse il telespettatore. Niente: loro lì che facevano palesemente pubblicità fingendo di fare spettacolo, e noi ad ascoltare. Furono condannati.

Alla Rai sono bravissimi in questo giochetto delle pubblicità occulte. Ogni tanto, quelli di «Striscia la notizia» pizzicano casi clamorosi. Come l'altra sera, dalla Carrà, dove era ospite il campione di motociclismo Max Biaggi. Bravo e disinvolto anche nello sfoggiare il suo casco, tenuto bene in vista, affinché tutti potessero leggere il nome del suo sponsor, che è una multinazionale del tabacco.

In quest'ufficio «pubblicità ingannevole» c'è materiale per scrivere un libro. Le storie di tante pubblicità-truffa si sommano e non c'è più spazio per raccontarle. Ma se qualche storia l'avete voi, scrivete a: Autorità garante della concorrenza del mercato. Via Liguria 26. 00187, Roma.

Napoli

## De Lorenzo non accusato per mafia

DALLA NOSTRA REDAZIONE  
**MARIO RICCIO**

NAPOLI. L'ex ministro della Sanità Francesco De Lorenzo, imputato di associazione a delinquere (non di stampo camorrista come erroneamente pubblicato l'altro ieri), corruzione e finanziamento illecito ai partiti, ha proseguito la deposizione cominciata lunedì davanti ai giudici della VII sezione penale del Tribunale. «Il mio errore è stato l'aver accettato i soldi per il mio partito, il Pli», ha sostenuto «Sua Sanità». Rispondendo poi alle numerose domande dell'avvocato difensore, Gustavo Pansini, e alle richieste di chiarimenti rivolte dal presidente Massimo Galli, l'ex deputato ha aggiunto: «...Ma erano gli stessi imprenditori a non volere che restasse traccia dei loro contributi ai politici».

Un'udienza, quella di martedì, che è servita all'esponente liberale per raccontare la sua verità: «Fin dal lontano 1973, l'industria farmaceutica ha sostenuto l'attività dei partiti di maggioranza e, in alcune forme, anche quelli di opposizione». Secondo De Lorenzo, le «dazioni» da parte degli industriali del farmaco, contrariamente alla tesi sostenuta dall'accusa, non servivano per sollecitare all'ex ministro liberale l'aumento della spesa pubblica sanitaria: «Sapevo che il sostegno economico era continuo e sganciato da fatti specifici, comunque in proporzione al loro fatturato...». Per tutto il tempo che ha fatto il ministro non ha mai ricevuto né fatto sollecitazioni per ottenere i contributi? «Mai», ha risposto l'imputato. Il quale ha poi spiegato che parte del danaro elargito dagli industriali ai partiti politici proveniva anche da multinazionali del settore farmaceutico. La prima parte dell'udienza è stata incentrata sulla questione del prezzo dei medicinali. «Non si può massacrare la mia attività ministeriale, documentata da atti, su cui non ho nulla da rimproverarmi - ha affermato Francesco De Lorenzo - Ho il merito di aver determinato la riduzione del prezzo di circa cinquecento specialità». L'ex ministro ha quindi ricordato che, in base ad una legge comunitaria, secondo la quale se le pratiche con la richiesta di aumento del prezzo dei medicinali presentate dagli industriali del settore non venivano esaminate nell'arco dei 90 giorni, automaticamente veniva fissato il prezzo proposto dalle aziende. «Anche in queste circostanze - ha puntualizzato De Lorenzo - i farmaci aumentati di prezzo non sono mai stati inseriti nel prontuario».

D'Alema: entreranno azionisti esterni. Il progetto affidato ad Amato Mattia

# Un piano di rilancio all'Unità E parte la «privatizzazione»

Ieri è stata siglata una nuova pagina della storia dell'Unità: è stato riscritto il patto che lega l'azionista di maggioranza - ieri il Pci, oggi il Pds - con il giornale, aprendo ufficialmente le porte all'ingresso di azionisti privati. «Il piano di riorganizzazione e di rilancio dell'Unità approvato dal Consiglio d'amministrazione - ha scritto in una nota il segretario del Pds, Massimo D'Alema - trova il pieno consenso e appoggio dell'azionista». E per la prima volta nel comunicato di Botteghe Oscure si parla di «privatizzazione».

Non solo: siamo già ad una fase operativa ed il progetto di privatizzazione è stato affidato per la sua realizzazione ad Amato Mattia, consigliere d'amministrazione dell'Arca (la società editrice), ma che soprattutto è già stato amministratore delegato del giornale ed oggi è editore in proprio - con la sua società Rosabella edita tra l'altro *Tuttosport* - e in questa veste è anche il primo azionista privato dell'Unità.

Il Consiglio di ieri, presieduto da Giovanni Laterza, era particolarmente atteso (all'ordine del giorno, tra l'altro, anche il varo di *Mattina* a Roma e Milano, le due edizioni dei quotidiani locali che seguono a un anno di distanza le edizioni dell'Emilia Romagna e della Toscana) e da

tempo, per altro, si era aperta la discussione sull'ingresso di capitali privati nel giornale. Il documento dell'azionista di maggioranza, firmato da Massimo D'Alema e letto in apertura dei lavori, ha però portato ad una accelerazione, ad una vera e propria svolta nei rapporti tra il partito e il giornale: un documento sintetico in cui, apprezzata la gestione economica, finanziaria e strategica della gestione Mattia, soprattutto per i risultati economici e di diffusione ottenuti, e anche considerato il nuovo impegno editoriale dell'ex amministratore delegato dell'Unità, D'Alema nella sua veste di azionista di maggioranza del giornale intende «conferirgli l'incarico di predisporre tutte le condizioni necessarie - ivi inclusi tutti gli adempimenti di carattere normativo istituzionale - per la realizzazione di un piano strategico da presentarsi per l'approvazione da parte dei competenti organi societari entro e non oltre il mese di marzo '97».

L'azionista di maggioranza ha affidato anche ad uno dei maggiori istituti finanziari europei, la Abn Amro Hoare Govett Corporate Finance Italia Spa (lo stesso che si sta occupando di importanti privatizzazioni, come quelle che riguardano la Seat e la Società autostrade) il compito di «analizzare e definire le con-

dizioni finanziarie per l'attuazione del piano».

Il piano di rilancio e riorganizzazione dell'Unità è stato approvato all'unanimità dal Consiglio d'amministrazione dell'Arca, come è scritto nel comunicato finale del Cda, in cui si sottolinea come «il piano risponde alla duplice esigenza di rilanciare la società sia rispetto alle sue testate che alle sue iniziative editoriali». Nella nota si ribadisce quindi il conferimento dell'incarico a Mattia, che viene «autorizzato a negoziare una bozza di mandato contenente le condizioni per l'esecuzione dell'incarico».

D'Alema, vista la deliberazione del Consiglio, ha espresso pubblicamente il «pieno consenso e sostegno» dell'azionista: «Non si può non apprezzare - ha scritto - lo sforzo compiuto in questi anni dai dipendenti e dagli amministratori dell'Unità per conquistarsi un ruolo di grande prestigio nel panorama editoriale italiano. Tutto ciò - continua la nota - costituisce una valida premessa per avviare, come già annunciato, insieme al piano di rilancio della testata, anche quello della sua privatizzazione. È del tutto evidente che con questa scelta la proprietà intende rafforzare il gruppo editoriale, aprendosi a soggetti qualificati con i quali stabilire una proficua e attiva collaborazione».

## Caltagirone compra «Il Mattino» di Napoli

«Il Mattino» di Napoli verrà venduto a Francesco Gaetano Caltagirone, azionista di maggioranza della Edime, la società che ha già in affitto il quotidiano fino al 2000. Lo afferma «Prima comunicazione», anticipando la notizia che sarà pubblicata nel prossimo numero, in edicola a metà del mese. La decisione è stata presa nei giorni scorsi dal consiglio di amministrazione della Fondazione del Banco di Napoli e il prezzo pattuito è di 90 miliardi. Per «Prima», si tratta di sette miliardi in più dell'ultima offerta fatta quest'estate dal costruttore, ma di nove miliardi in meno della cifra richiesta dall'Imi, l'Istituto che per conto della Fondazione del Banco di Napoli ha condotto in porto l'operazione. Nel prezzo sono compresi la testata, i macchinari, la rotativa, il palazzo di via Chiatamone, sede del giornale, e altri immobili. La segreteria della Federazione nazionale della stampa italiana Fnsi e l'Associazione napoletana della stampa hanno chiesto alla Fieg, Federazione editori, un incontro urgentissimo con i dirigenti della società editrice de «Il Mattino» per sapere se corrisponde al vero la notizia della vendita del quotidiano.

Un anno con Cuba. Se hai apprezzato quello del 1996, non puoi perdere l'appuntamento con il Calendario 1997 dell'Associazione Nazionale di Amicizia Italia-Cuba, realizzato da Orione Studi. Oltre all'esclusiva di un **Che** Guevara in versione inedita, scoprirai un nuovo ritratto di quest'isola straordinaria. Vivrai dodici mesi come non hai mai immaginato con il calore e l'entusiasmo di un popolo visto sulle strade, fra le piazze, nel lavoro di tutti i giorni. Troverai una nuova coscienza e tanta voglia di farcela.

Per il grande anno della ripresa.

**Giovedì 7 Novembre con sole 2.500 lire il manifesto + il calendario CUBA 1997**