

Va in onda la confusione

VITTORIO EMILIANI

SEGUE DALLA PRIMA

Nel 2000, ma i rapporti non devono essere granché mutati, essa sommava 62mila ore di trasmissioni tv (senza conteggiare le decine di migliaia di Radiori), contro le 26-27mila soltanto di Mediaset. Tuttavia, in queste settimane, essa appare una azienda frenata, anzi paralizzata da impropri e improvvisi interventi politici. Un rebus, un rompicapo irrisolvibile. Dall'anno dei «professori» fino all'avvento della legge Gasparri - così tenacemente voluta, non a caso, dal governo Berlusconi - il vertice della Rai è stato nominato dai presidenti di turno delle Camere, con una dose anche notevole di autonomia. Se il presidente della Repubblica si fosse aggiunto ad esso - il modello francese di garanzia - l'emittente di Stato avrebbe goduto di una difesa istituzionale fondamentale. Invece la legge Gasparri ha sancito che il nuovo vertice a 9 dovesse essere espresso direttamente dai partiti (7 consiglieri) e addirittura dal governo (1 consigliere e il presidente) sia pure con l'avallo qualificato della commissione parlamentare di vigilanza. Si è così creato un CdA che più figlio dei partiti e dell'esecutivo non poteva essere e che sin qui non ha innovato in nulla, o quasi, gli assetti esistenti in azienda. Sottoportando, ad esempio, gli effetti dell'Editto di Sofia (soltanto ora

rientra Michele Santoro, ma dopo due o tre cause giudiziarie vinte) o l'appalto, tanto per esemplificare, di una rete, Raidue, alla Lega Nord con dirigenti così scadenti da farla precipitare: basti per tutte la penosa puntata di domenica scorsa di *Quelli che il calcio*, con l'esibizione squallidissima di Luciano Moggi, chiamato ad autocelebrarsi a spese degli abbonati, senza alcun contraddittorio da parte della conduttrice (palesamente inadeguata). Dopo che di che è intervenuto il ministro della Giustizia, Clemente Mastella, mostrando di non avere alcuna sostanziale considerazione della giustizia sportiva, nonostante che al processo di Calcio-poli abbiano lavorato un ex Pg come Francesco Saverio Borrelli e un ex presidente di Corte costituzionale quale Cesare Ruperto, non due turisti domenicali del Foro Italico. Mastella ha pure enunciato, in diretta da Ceppaloni, una teoria pericolosissima sulla Rai. Questa: essa è un'azienda «speciale», nel senso che in Italia dipende dalla politica, dal governo, dai partiti. È così e non ci si può fare nulla. È ciò che pensa tutta l'opposizione (che ha votato la Gasparri, in massa) e una parte della maggioranza medesima. Difatti è stato raccolto soltanto in parte all'interno della stessa Unione l'invito del ministro della Comunicazione, Paolo Gentiloni, ai politici in genere a fare un passo indietro (i ministri per primi) rispetto alla Rai, anzitutto in tema di nomine. Ieri alcuni esponenti dell'area governativa hanno invece reclamato che - eletti finalmente (ma perché soltanto ora?) i vertici della commissione

bicamerale di vigilanza - si discutesse al suo interno di nomine e generi assortiti. Chiedendo cioè di dettare essi «le regole». Ora, chi ha qualche nozione in materia, sa che «le regole» la commissione parlamentare le ha già dettate. Da gran tempo. Per esempio, in modo molto chiaro, col documento di indirizzo del 5 aprile 1989 dove si dice che «le assunzioni e le nomine nell'azienda pubblica devono avvenire in base a criteri trasparenti, legati alla professionalità e al di fuori di ogni pratica lottizzatoria o di predominio della maggioranza ovvero di rivendicazionismo di minoranza, ecc. ecc.». Brano che traggio dalla «Carta dei doveri e degli obblighi degli operatori del servizio pubblico radiotelevisivo» editata da RAI-ERI nel 1999. Disponibile anche su Intranet probabilmente. I criteri dunque ci sono già e del loro rispetto, non dei nomi in questione, deve occuparsi la Vigilanza, lasciando che il CdA della Rai discuta e decida col massimo di autonomia oggi possibile. L'opposizione berlusconiana ha però tutto l'interesse a paralizzare la Rai e pone continui ostacoli per conservare il più a lungo possibile l'occupazione aziendale in atto da quattro anni. L'impresa di Viale Mazzini ha un presidente detto «di garanzia» assegnato all'Ulivo, come 3 dei 9 consiglieri. Tre più uno. Quindi soltanto 4 consiglieri contro i 5 espressi dalla vecchia maggioranza oggi minoranza di governo. Nel periodo 2002-2006 - nonostante il Cavaliere dica l'esatto contrario - Tg1, Tg2, la Tgr (Tg regionale), tutti e tre i Gr, Raiuno e Raidue, tutt'e tre le reti radio, Tele-

video, Rai International, il marketing, la fiction, il personale e parecchio altro ancora sono stati (e sono) diretta espressione del centro-destra. Per non parlare di Bruno Vespa, Anna La Rosa, Gigi Moncalvo e affini. Il nuovo direttore generale dell'azienda (nato e cresciuto nelle imprese pubbliche e quindi non esplicitamente schierato), Claudio Cappon, cerca di restituire un certo pluralismo alla Rai, ma, ogni volta, viene stoppato dai 5 consiglieri della maggioranza interna, cioè dal centro-destra. Il voto determinante è quello del consigliere, Angelo Petroni, a suo tempo nominato, come vuole la Gasparri, dal ministro dell'Economia, il berlusconiano Domenico Siniscalco. Petroni, chiaramente, non riscuote la fiducia dell'attuale titolare del dicastero, Padoa Schioppa, e però rimane incollato alla propria sedia consigliere, determinando, nei fatti, la paralisi aziendale voluta dal centro-destra. Un rebus, una trappola, anzi un trappolone. In cui è imprigionata un'azienda da 2,5 miliardi di euro, con oltre 10mila dipendenti, con un ruolo essenziale di servizio pubblico da ricostruire dalle fondazioni, in competizione col polo privato di proprietà della famiglia Berlusconi. Personalmente credo che il centrosinistra abbia sbagliato ad accettare la logica della legge Gasparri la quale ha ricreato, e persino rafforzato, per viale Mazzini il cordone ombelicale col grembo dei partiti e del governo. Probabilmente, invece di farselo attribuire in modo così targato, l'Ulivo avrebbe dovuto puntare su di un presidente super partes e

avrebbe dovuto designare i tre suoi consiglieri scegliendoli fra i «senatori» dell'azienda, in modo da chiarire subito che considerava quella legge e quel Consiglio di amministrazione come del tutto provvisori. Ma sbaglia ancor di più quella parte dell'Unione la quale oggi reclama che sia la Commissione di vigilanza, cioè i partiti, a discutere per prima delle nomine in Rai e non il suo CdA. Cosa strabiliante che infatti non succede in nessun Paese europeo. Altrove ci sono Fondazioni o Consigli Superiori di garanzia ai quali il Parlamento ha dettato chiari indirizzi generali e niente più. Siamo dunque totalmente fuori dalle regole e dalle garanzie europee, siamo caduti nella peggiore lottizzazione mai realizzata. Quelle «storiche» premiano sovente professionalità di spicco che magari si chiamavano Zavoli, Zatterini, Barbatto, Emilio Rossi, Milano, Fichera, Longhi, Forcella, Zanetti, Guglielmi, Valente, e tanti, tanti altri che è impossibile qui citare. Ancor oggi ci sono in azienda dirigenti e giornalisti di qualità (per brevità, cito soltanto Carlo Freccero e Oliviero Beha), ma sono lasciati in una stanza a far niente. E intanto Antonio Marano direttore/demolitore di Raidue - al tempo di Massimo Fichera era la rete delle inchieste, dell'impegno civile - può impunemente affermare, senza suscitare una marea di risate e la immediata messa alla porta: «L'Isola dei famosi è la Ferrari di Raidue». C'è solo da augurarsi che la Ferrari lo quereli. Questa è, sciaguratamente, la Rai ereditata dall'era berlusconiana. Fino a quando?

Musulmani d'America

ROBERT FISK

SEGUE DALLA PRIMA

«**L**ahore», mi risponde l'arabico e io tento di salvare un po' la faccia. L'unica bella città del Pakistan, gli dico, e lui mi risponde con un sorriso sprezzante. Vado avanti a commettere lo stesso errore nella sala dove si svolge la più grande conferenza annuale di musulmani americani - ce ne sono circa 32.000 - per un weekend di discorsi e discussioni su temi che vanno dalla siccità di Los Angeles al «nuovo» e sanguinoso Medio Oriente di Condi Rice, dalle operazioni bancarie senza interessi all'uso della tortura da parte dell'amministrazione Bush e sì, avete indovinato, ovviamente alle conseguenze per i musulmani dei crimini internazionali contro l'umanità dell'11 settembre 2001. Sei giordana? «Denver, Colorado», mi risponde la giovane donna. Nata a San Diego. La famiglia, quella sì, viene dalla Giordania. Libanese, chiedo a un altro? «Buffalo, New York». Ma la famiglia è in realtà siriana. Ci metto un po' a rendermi conto che sto giocando lo stesso gioco di tanti americani non musulmani dopo i dirottamenti aerei. Sto identificando i nemici del mondo poche ore dopo che il presidente George W. Bush è entrato in modalità paranoica mentre si rivolgeva all'American Legion a Salt Lake City. Aveva appena dichiarato che l'America sta combattendo «la battaglia ideologica decisiva del 21° secolo» per poi lanciarsi nelle vecchie e traballanti argomentazioni sulla pacificazione precedente alla Seconda guerra mondiale per battere poi anche sul tasto di Hitler. Curiosamente, sono i convertiti all'Islam piuttosto che gli americani di origine musulmana ad accusare più pesantemente Bush. «Cerca la guerra eterna», mi ha sibilato un giovanotto con la barba castana e occhi brillanti di un blu profondo. Avete indovinato, veniva dal Vermont. «Dice cazzate e noi dobbiamo stare qui a sentirlo e promettere di essere nonviolenti altrimenti qualcuno ci punterà l'indice contro». Vado alla ricerca della rabbia tra queste migliaia di musulmani, imprenditori di Seattle e studenti di Harvard e casalinghe di Miami. È lì tra loro, lo so, ma come un amico armeno sottolinea nel pomeriggio, sembrano felici. Ed è vero. Ci sono più sorrisi che espressioni di disprezzo, più bimbi sulle spalle dei genitori e in carrozzina che cartelloni in cui si esprime sofferenza. Anzi i cartelloni non ci sono affatto. Ma sospetto di conoscere la verità. Da soli, nelle piccole comunità presenti in paesi e città degli Stati Uniti, i musulmani americani - più o meno sei milioni di persone - possono sentirsi sotto assedio, oggetto di sospetti e persino di odio. Al centro congressi, tuttavia, sono la maggioranza e hanno fiducia in se stessi, sono soprattutto sunniti - gli sciti americani, che potrebbero complessivamente essere la maggioranza, non hanno

attualmente le stesse capacità organizzative - che se ne infischiano allegramente degli agenti della polizia di stato dell'Illinois e dei poliziotti della squadra antiterrorismo di Chicago. Li osservo mentre, con le pistole che ciondolano dalla cintura, vanno da uno stand all'altro, ispezionando ogni tanto le scatole di libri impilate lungo i muri. Mi chiedo chi pensano potrebbero attaccare i musulmani a Chicago? Salam al-Marati - è uno dei pochi musulmani che incontro che è nato di fatto nel mondo arabo, nel sobborgo di Qadamiyah a Baghdad - è direttore del MPAC (Muslim Public Affairs Council), un gruppo di sostegno di Los Angeles che invita più volte i musulmani americani a lavorare con le autorità contro la violenza ma che indica altri pericoli e obiettivi per la rabbia politica dei musulmani: i lobbisti pro-israeliani che insistono in maniera ostentata sul fatto che la grande maggioranza dei musulmani americani sono pacifici e rispettosi della legge ma che sostengono l'esistenza di una «rete di terroristi islamici» diffusa in tutto il paese. Daniel Pipes è una delle bestie nere, proprio come Steven Emerson, un giornalista freelance che macina un articolo dopo l'altro sulla «jihad americana» per giornali importanti come il *Wall Street Journal*, che, a proposito, suona sempre più come il *Jerusalem Post*. Emerson e il suo lavoro sono stati analizzati da al-Marati e dai suoi colleghi in un opuscolo che circola ampiamente e che si intitola «Terrorismo controproducente: come la retorica anti-islamica si è impessata dell'agenzia per la sicurezza nazionale degli Stati Uniti». «Chi rappresenta i gruppi pro-israeliani continua a intimidire e marginalizzare chi è critico nei confronti delle politiche israeliane sostenendo che si tratta di un atteggiamento favorevole al terrorismo», dice al-Marati con un misto di rabbia e fastidio. «È un atteggiamento che danneggia l'America, che danneggia l'impegno contro il terrorismo». Maher Hathout, originario del sobborgo di Qasr el-Aini al Cairo e consulente dell'MPAC, è, se possibile, ancora più arrabbiato. «Siamo quel gruppo di americani che non sono intimiditi», dice. «Se vai nei campus universitari gli studenti musulmani sono quelli che parlano con maggiore franchezza. Loro chiedono e noi chiediamo - come possiamo far sì che l'americano medio che conosce la verità sul Medio Oriente abbia il coraggio di parlarne. Il nostro impegno è quello di dire: Vergognatevi. Criticate il vostro presidente. Ma quando parlate di Israele, parlate sottovoce». «Che cosa ne è del vostro coraggio? Il MPAC - che opera a Chicago sotto gli auspici della Islamic Society of North America, dichiaratamente pro-saudita - ha pubblicato una guida intitolata «Campagna della società civile per combattere il terrorismo» - che contiene citazioni dal Corano («Chiunque uccida un essere umano... sarà come se avesse ucciso l'intera umanità») e consiglia ai suoi sostenitori che «è nostro dovere come musulmani americani di proteggere il nostro paese e contribuire al suo progresso». «Ma che cos'è l'identità musulmana americana?» si chiede al-Marati. «I nostri valori religiosi e i nostri valori americani non sono incompatibili. Non c'è dissonanza tra i principi fondanti dei valori americani e musulmani. Se non avremo questa identità saremo in trappola. Finiremo per creare ghetti musulmani in America». A volte, tuttavia, queste donne e questi uomini mi ricordano soprattutto i membri più veementi della lobby israeliana, o di quella armena, con il loro linguaggio sciolto, forse un po' eccessivamente eloquente, appassionati, e mi chiedo se un giorno non finiranno per trascurare un po' la realtà dei fatti.

Traduzione di Andrea Pilla (c) The Independent

Mangia la mela, scarica i film

ROBERTO COTRONEO

SEGUE DALLA PRIMA

Archivia e memorizza più velocemente, vi fa scrivere più velocemente, vi risolve i problemi, vi porta a produrre di più. Steve Jobs dice una cosa ben diversa. Dice: il mio computer non vi fa risparmiare tempo, il mio computer vi cambia il modo di vivere. Prima vivevate nel mondo di tutti i giorni. Ora potete avere una vita «digitale». Tutte le pubblicità Apple fanno riferimento a questo. Alla «vita digitale». L'ultima suite di programmi uscita da Apple poco tempo fa si chiama proprio iLife. E serve a designare siti web, a comporre musica, a creare dvd, ad archiviare canzoni, a montare un film e a ordinare le fotografie. Ovviamente con una facilità disarmante. E tutta la filosofia di Steve Jobs parte da qui. Tutto quello che prima si faceva in luoghi diversi della casa, e fuori di casa, ora si può fare guardando uno schermo che luccica davanti a te. Cominciò più di vent'anni fa quando si inventò uno schermo di computer che simulava la scrivania di casa. Con tutti gli oggetti che si potevano spostare, ed è arrivato al primo dei capolavori Apple, quel famoso iPod, che non è solo un lettore di musica come tanti altri. Ma è un modo diverso di ascoltare la musica. Dopo aver venduto l'iPod a milioni di persone nel mondo Jobs ha venduto miliardi di canzoni con un sito internet dove puoi scaricare tutta la musica che vuoi. A pagamento, si intende. Ogni canzone costa 0,99 centesimi di euro. Gli album costano meno, e quelli che possono e lo sanno fare hanno smesso di comprare i cd. Ora Jobs ha fatto un iPod che permette di vedere brevi filmati. Ma la grande scommessa, e c'era da giurarsi, sarà il cinema, i film da scaricare sul proprio computer e vederseli. Se il computer prima era il classico oggetto da ufficio e da lavoro, ora è il luogo della tua me-

moria: è il tuo mondo. Lo accendi e hai l'album di fotografie, hai tutta la musica della tua vita, forse tra non molto i tuoi film preferiti, che puoi condividere con altri, oltre naturalmente alla possibilità di accedere a informazioni e notizie attraverso internet. Ormai puoi fare una serie di cose fondamentali senza spostarti da una sedia. Ieri sera, dalla California, Steve Jobs ha presentato la nuova rivoluzione Apple. Si potrà comprare il cinema on line per scaricarlo, e vederlo, nel computer, nell'iPod, nel televisore. Dopo la musica. A prezzi bassi, e con facilità. Ma non bisogna farsi ingannare. Tutto è davvero molto più difficile di quanto si creda. Tutto funziona in un modo un po' diverso. Intanto, senza voler fare del moralismo inutile, è abbastanza vero che si sta creando un sistema per cui sarà sempre un po' meno indispensabile uscire. Il telelavoro che è una possibilità concreta e assai semplice non viene applicato quasi da nessuna parte. Ma il tele-intrattenimento è diventato la norma. Per cui si esce, ma solo per andare a lavorare. E si sta a casa da soli per fare vita sociale: per comprare e ascoltare un disco, guardare un film, parlare con la gente. Tutti i computer Apple montano «di serie» una microcamera ad alta definizione per chattare vedendosi uno con l'altro. Permettono con 100 euro di avere un proprio sito web, con blog, e commenti al blog, che ci si può disegnare da soli con una semplicità che capirebbe un bimbo delle elementari, danno la possibilità di improvvisarsi registi o fotografi. E se vuoi fare vedere le foto della vacanza all'amico che abita nel quartiere accanto, le metti sul blog in forma di album e lui se la potrà vedere da casa sua. Se perdi il computer o te lo rubano, e non hai fatto le famigerate copie di backup sei un uomo morto. Hai perso la memoria della tua vita, che andando avanti così è una memoria pesantissima e ingombrante.

Ma ormai i computer di ultima generazione i backup li fanno automaticamente, senza neanche che tu li chieda. Salvano i dati senza che tu lo sappia. Ti tutelano, ti vezzeggiano, ti aiutano. Cercano persino nei tuoi gusti e nelle tue preferenze e te le indicano. Chi compra musica nello store della Apple sa bene che viene fatto un identikit di quello che è stato acquistato, e ti vengono inviati dei consigli personalizzati. Il sito Apple ti dice di comprare dei dischi che secondo loro dovrebbero piacerti perché in passato hai comprato cose analoghe o compatibili. Qui sempre non ci azzeccano, ma è interessante sapere che qualcuno pensa anche a te, e ai tuoi gusti digitali. Uso la tecnologia volentieri e con assoluta naturalezza, so bene quanti vantaggi può dare, ma non mi lascio ingannare da certe chimere. Cosa sarà il cinema di Apple, e come si potrà vedere? Questa è la domanda più seria. Tutti sanno che c'è un problema di peso. Un film digitale occupa miliardi e miliardi di dati, per l'esattezza tre o quattro gigabyte. Corrono per cavi, per fibre ottiche, e faticano persino con la modernissima fibre ottiche. Ci vogliono delle Ferrari, e delle autostrade ovunque, con l'asfalto più curato dell'autodromo di Monza. E non ci sono. Nell'ottanta per cento del nostro paese non ci si può scaricare decentemente un album musicale, in un tempo ragionevole. Figuriamoci un film. E quelli che lo possono fare, che hanno le fibre ottiche, ovvero le autostrade, e le Ferrari, ovvero i computer adeguati, pagano molto tutto questo, e di solito non hanno tempo. E allora? I ragazzini già ci provano a scaricarsi in modo illegale i loro film preferiti. Ci mettono notti intere, e si vedono male, non possono essere trasferiti su uno schermo televisivo, non hanno buona definizione. Se si porterà il cinema sugli iPod e sui computer sarà bello. Ma come si potranno vedere? Si può considerare di massa tutto questo? La risposta è ancora un'al-

tra. Si vedrà tutto male, e si sente tutto non troppo bene. Da quando esistono gli iPod tutti noi sentiamo musica in cuffia, per la maggior parte del tempo, con uno standard audio Mp3 (non sto a sottolineare che ormai è AAC, ci capiamo lo stesso...). Lo standard Mp3 non ha minimamente la qualità di un cd. Lo paghiamo meno, e lo sentiamo leggermente peggio. Sarà così anche con il cinema digitale? Probabilmente. Il motivo per ora è che la tecnologia supporta la velocità, la diffusione, la possibilità di accedere a biblioteche e informazioni, ma non supporta la qualità. Ed è un guaio. Soprattutto se parliamo di arte e di intrattenimento. Facciamo molte fotografie digitali, ma non sono quelle che uscivano dai rullini delle vecchie macchine. E se le vogliamo in quel modo abbiamo bisogno di spendere 20 mila euro per una macchina reflex. Anche per il cinema girato in digitale, per raggiungere i livelli della pellicola, tocca spendere il triplo dei costi normali. Poi certo, a basso costo si riesce a produrre film con i nuovi supporti digitali, ma la strada è ancora molto lunga. Certo che uomini come Steve Jobs tutte queste cose le sanno assai bene. E sanno che metà della popolazione acculturata dell'Occidente non userà mai un iPod, non scaricherà mai un film, e non è in grado di sincronizzare l'agenda del telefonino con quella del computer. Ma la scommessa è comunque vincente. Già oggi, eccetto i film, è possibile fare questo. A cosa serve è difficile dirlo, e trovare il tempo poi di sfogliare foto, ascoltare musica e vedere sequenze di *Effetto notte* di Truffaut o della *Dolce vita*, non è cosa da poco. Ma è una questione

di spazio. Gli spazi grandi permettono di accumulare cose. Quando si è accumulato troppo oggetti, fotografie e dischi finiscono in cantina. Ovvero vengono archiviati da qualche parte. E nessuno li trova più. Migliaia di brani musicali, foto e film si perderanno in un magma imprevedibile, in un oblio senza fine. Gireremo per strada con un tesoro dentro un congegno meraviglioso ed elegantissimo come l'iPod, e non sapremo bene che farcene. Saremo felici, forse. Di avere tutto e di dimenticarsi di averlo. Faremo parte di una rivoluzione che non mangia i proprio figli, ma li alleva e li trasforma in cittadini digitali. Dentro un tempo libero digitale, con ricordi ed emozioni digitali. La notte faremo sogni digitali e se Jobs si impegnerà quanto basta, anche quelli magari finiranno in un iPod, in un bel programmino chiamato magari «iDream». Così li potremo condividere con gli amici, metterli sul nostro sito personale e spedire il filmato via mail al nostro psicoanalista, che lo scriverà sul suo iPad e se lo vedrà con calma senza neppure farci accomodare sul lettino...

roberto@robertocotroneo.it

<p>Direttore Responsabile Antonio Padellaro Vicedirettrici Pietro Spataro (Vicario) Rinaldo Gianola Luca Landò Redattori Capo Paolo Branca (centrale) Nuccio Ciccone Ronald Porgolini Art director Fabio Ferrari Progetto grafico Paolo Residori & Associati</p>		<p>EU CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE Presidente Marialina Marcucci Amministratore delegato Giorgio Poidomani Consiglieri Raimondo Becchis, Francesco D'Etторе Giancarlo Giglio, Giuseppe Mazzini</p>	
<p>Redazione ● 00153 Roma via Benaglia, 25 tel. 06 585571 fax 06 58557219</p>		<p>Sede legale via San Marino, 12 00198 Roma</p>	
<p>● 20124 Milano via Antonio da Peccanate, 2 tel. 02 8969811 fax 02 89698140</p>		<p>● STS S.p.A. Strada 35 (Zona Industriale) 95030 Piano D'Arce (CT)</p>	
<p>● 40133 Bologna via del Giglio, 5 tel. 051 315911 fax 051 3140039</p>		<p>Distribuzione ● A&G Marco S.p.A. 20126 Milano, via Fortezza, 27</p>	
<p>● 50136 Firenze via Mannelli, 103 tel. 055 200451 fax 055 2466499</p>		<p>● Publikompass S.p.A. via Carducci, 29 20123 Milano tel. 02 24424712 fax 02 24424490 - 02 24424550</p>	
<p>● Unione Sarda S.p.A. Viale Elmas, 112 09100 Cagliari tel. 070 555555 fax 070 555555</p>		<p>● Publikompass S.p.A. via Carducci, 29 20123 Milano tel. 02 24424712 fax 02 24424490 - 02 24424550</p>	
<p>La tiratura del 12 settembre è stata di 134.035 copie</p>			