



Federazione Regionale USB Sardegna

---

## La Sardegna in rosso si fa pubblicità su Il Giornale. E Daniela Santanché incassa

**La giunta di Ugo Cappellacci (Pdl) stanZIA 136mila euro per sette inserti pubblicitari su "Il Giornale". Andranno alla concessionaria della deputata, compagna del direttore Alessandro Sallusti**

**di Luca De Carolis | 24 agosto 2013 da il Fatto Quotidiano del 23 agosto 2013**



Cagliari, 28/08/2013

Stesso mare, stessa stagione. E stesso finanziamento, alla società di Daniela Santanchè. Ugo Cappellacci, governatore della Sardegna dal 2009 per il Pdl, non lesina sulla comunicazione. Con delibera dell'8 agosto scorso, approvata nell'ultima riunione di giunta prima delle vacanze, ha stanziato 136mila euro (Iva esclusa) per "sette inserti interamente dedicati alla Sardegna" su Il Giornale. Soldi pubblici che andranno "a favore della Società Visibilia srl", come recita il documento. Ovvero, alla concessionaria di pubblicità "responsabile del progetto editoriale", che ha come amministratore unico e proprietaria la Santanchè, compagna del direttore del Giornale, Alessandro Sallusti. Sempre nei pensieri di Cappellacci. Già l'estate scorsa, il governatore aveva destinato 141mila e 200 euro (Iva inclusa, quella volta) alla Visibilia per 6 inserti. Ovviamente, sul quotidiano di Sallusti. Insomma, passano gli anni, ma il governatore non si dimentica della regina dei "falchi" del suo partito. O meglio, delle iniziative editoriali per promuovere la sua Regione. QUEST'ANNO gli inserti saranno sette, di 4 pagine ciascuno. Informa la delibera: "Il progetto editoriale è dedicato alle azioni che hanno connotato l'attività istituzionale della

Regione nei diversi settori strategici. Nell'ambito degli inserti saranno sviluppati i temi del turismo, dell'ambiente, dei trasporti, dell'economia, della sanità, dell'innovazione tecnologica, dell'agricoltura e della zona franca". Interessante l'ultima voce, relativa al progetto di rendere la Sardegna "un paradiso fiscale, una sorta di Montecarlo estesa", come afferma il sito [www.zonafrancasardegna.com](http://www.zonafrancasardegna.com). Un'idea pressoché irrealizzabile, norme alla mano. Ma Cappellacci la sta cavalcando, in vista della Regionali del prossimo anno. Quindi, quattro pagine a tema con i soldini regionali. Ma quando usciranno i sette inserti? La delibera non riporta date. Il portavoce del governatore, Alessandro Serra, afferma: "Saranno in edicola tra settembre e ottobre". Incerta la data, sicure le polemiche. Mario Bruno (Pd), vicepresidente del Consiglio regionale, ha dato notizia della decisione su Facebook. E punge: "Quale ricaduta dovrebbe portare la pubblicazione sul Giornale di questi inserti di propaganda, quali effetti concreti sul turismo o sul lavoro? E perché proprio sul giornale della famiglia Berlusconi?". Il portavoce di Cappellacci replica: "La nostra campagna 'Sardegna è tutta un'altra storia' è stata pubblicata su l'Espresso, La Repubblica, Il Sole 24Ore, persino su Tiscali (di proprietà dell'ex sfidante di Cappellacci, il Pd Renato Soru, ndr). Si polemizza solo perché questa volta lavoriamo con il Giornale: questo è un atteggiamento bifronte". Obiezione: ma pubblicare un inserto sul turismo dopo l'estate non è un controsenso? "Noi vogliamo ampliare la stagione turistica della Sardegna". Certo è che sulle spese per la "pubblicità istituzionale" Cappellacci proprio non si tira indietro. L'ESTATE SCORSA stanziò senza bando 796mila euro, versati a trenta tra emittenti e società, tra cui appunto la Visibilia della Santanchè. Michela Murgia, scrittrice e neo candidata alla Regione, protestò: "La giunta decide spese che sono un elenco di indecenze: eppure ha appena tagliato del 20 per cento le risorse per le manifestazioni culturali e tolto 94mila euro ai fondi per la tutela dei beni librai". L'anno prima, nel 2011, fu bufera per la crescita esponenziale delle spese pubblicitarie. Il consigliere regionale Paolo Maninchedda (Gruppo Misto) denunciò: "Per il 2011 erano già stati stanziati 3 milioni e 865mila euro: nel corso dell'anno i fondi per la pubblicità istituzionale sono schizzati a 6 milioni e 470mila euro". Bel lusso, per una Regione con un tasso di disoccupazione al 18,5 per cento (quello nazionale è del 12,1), e che nel solo 2012 ha perso 43mila occupati, stando ai dati dell'Agenzia regionale per il lavoro. Cifre da emergenza, per la Sardegna che finirà sugli inserti: ma in autunno.

da il Fatto Quotidiano del 23 agosto 2013