

Gianni Chiodi reagisce... con i soldi nostri. La campagna “L’Abruzzo reagisce” costa alla collettività 122 mila euro

Molti hanno visto la campagna di comunicazione in corso, che sarebbe meglio definire elettorale, avviata dalla Regione Abruzzo e denominata “L’Abruzzo reagisce”. Ne ha parlato il sito Primadanoi e ce ne siamo anche occupati indirettamente quando abbiamo dubitato dell’indipendenza di coloro che percepiscono denari dagli Enti pubblici nel momento in cui dovrebbero criticare proprio le Istituzioni dalle quali ricevono soldi

La lettera anonima arrivata a “Il Fatto Teramano”

Come anticipato, ci è giunta in redazione una lettera anonima nella quale si fa riferimento ad una gara indetta dalla Giunta Regionale d’Abruzzo e avente ad oggetto: “affidamento di prestazioni di servizi per la comunicazione istituzionale e l’informazione ai cittadini abruzzesi”. Tale gara, secondo la fonte anonima, sarebbe stata aggiudicata a due imprese stranamente riconducibili a soggetti che hanno amicizie, trascorsi e frequentazioni con la maggioranza politica regionale (in particolare con quella teramana).

L’importo di aggiudicazione sarebbe, sempre secondo la fonte anonima, di € 100.000,00 IVA esclusa, e l’appalto violerebbe le norme sulla pubblicità e sulla trasparenza poiché dell’esito della gara non vi sarebbe traccia nel sito istituzionale della Regione.

Infine, prosegue la fonte, tale appalto di servizi sarebbe strumentale – nei tempi di attivazione – alla campagna elettorale della Giunta regionale poiché “I tempi con cui la gara (aggiudicata alla metà del 2013) è finalmente entrata a regime sono scientifici. E sono soldi pubblici”.

Ovviamente ci siamo premurati di controllare certosamente il sito della Regione Abruzzo alla ricerca delle obbligatorie informazioni in merito, e abbiamo constatato come, dalla ricezione della lettera al momento in cui scriviamo, effettivamente gli esiti della gara siano stati pubblicati al seguente link: <http://gare.regione.abruzzo.it/postinformazione/rPostInformazione.asp>.

Qualche stranezza potrebbe rinvenirsi nel fatto che, cercando su google, sul seguente sito <http://controaliseo.ilcannocchiale.it/post/2796551.html> risulta rimosso il post che fu pubblicato in data 6 novembre 2013 e successivamente cancellato: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:y9hFuYyeJpcJ:controaliseo.ilcannocchiale.it/post/2796551.html &cd=2&hl=it&ct=clnk&gl=it&client=firefox-a](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:y9hFuYyeJpcJ:controaliseo.ilcannocchiale.it/post/2796551.html&cd=2&hl=it&ct=clnk&gl=it&client=firefox-a).

Il contenuto era questo: “Appalto per informare i cittadini – post pubblicato in diario, il 6 novembre 2013 – L’associazione di imprese “NEO sas” di Marta Benassi (Teramo) e “Studio Comunico” di Stefano Panella (L’Aquila) si è aggiudicato l’appalto della Regione Abruzzo per la “comunicazione istituzionale e informazione ai cittadini”. Il valore dell’appalto, al netto di IVA, è di 124 mila euro”.

Ad ogni buon conto, i presunti aggiudicatari indicati nel predetto sito e nella lettera anonima corrispondono a quelli effettivi mentre l’importo definitivo dell’aggiudicazione è formalmente il seguente: € 100.000,00 IVA esclusa.

Se, da un lato, Marta Benassi sembrerebbe un'omonima di una ex collaboratrice del Dirigente del Segretariato Generale del Presidente Chiodi, da un altro lato Stefano Panella sembrerebbe un omonimo del compagno di un membro in carica della Commissione Pari Opportunità della Regione Abruzzo.

Noi, che non siamo estimatori del defunto Giulio Andreotti, non crediamo che a pensar male si faccia peccato ma spesso ci si azzechi, al contrario crediamo solo a quello che vediamo. E quello che vediamo è una campagna di comunicazione fatta con i soldi pubblici, esattamente a ridosso della campagna elettorale regionale, per esaltare le “magnifiche sorti e progressive” che la Giunta Chiodi ha disegnato per l’Abruzzo con il suo infaticabile zelo e il suo spirito di abnegazione.

Nel clima che stiamo vivendo, tuttavia, sembra doveroso porsi e porre alcune domande:

1) Perché Chiodi non ha ritenuto opportuno pagarsi la campagna di comunicazione con i soldi del suo danarosissimo partito piuttosto che con quelli degli esangui abruzzesi?

2) 122.000 euro lordi dei nostri soldi appaiono una cifra normale per rendere note le attività dei nostri rappresentanti regionali, quando già paghiamo loro lo stipendio e il rimborso per le trasferte e la benzina e le prebende?

3) Non era sufficiente usufruire gratis di tutti i media per fare comunicati stampa, conferenze, convegni, incontri e quant’altro potesse celebrare le doti del nostro infallibile governatore?

4) Sembra corretto, al Presidente che rivuole indietro la dignità perduta, procrastinare l’avvio della campagna comunicativa alla fine di gennaio 2014, cioè a ridosso della campagna elettorale, quando l’aggiudicazione della gara risale al 9 settembre 2013, cioè cinque mesi fa?

5) Sembra corretto, al Presidente che rivuole indietro la dignità perduta, usare i soldi dei cittadini per dare voce unicamente ai risultati propagandati dalla maggioranza, senza lasciare una sola riga a quanto avrebbero potuto dire in merito le opposizioni?

Più che “L’Abruzzo reagisce”, il titolo più azzeccato della campagna avrebbe dovuto essere: “L’Abruzzo subisce”.