LA NUOVA SARDEGNA
Ed. Cagliari

Data 22/11/06
Pag. 1
Foglio 1/5

Vince Saatchi & Saatchi, la Tbwa si rivolge al Tar

Pubblicità regionale scatta il primo ricorso

CAGLIARI. La Saatchi & Saatchi, come era previsto, si è aggiudicata l'appalto per promuovere l'immagine della Sardegna. La notizia nuova è un'altra: la Tbwa, seconda classificata con uno scarto di soli 3,26 punti, ricorrerà al Tar della Sardegna. La Tbwa contesta il risultato per la "vicinanza" tra la Saatchi & Saatchi e la Publicis e allude a un «tradimento dell'impostazione della campagna annunciata dallo stesso presidente della Regione». C'è poi il deputato forzista Pili che dichiara: «Se l'avessi fatto io, a quest'ora sarei in galera».

● a pagina 2

LA NUOVA SARDEGNA
Ed. Cagliari

Data 22/11/06
Pag. 2
Foglio 2/5

Alla società romana l'appalto di 18,7 milioni all'anno.
Il governatore: «Ora la promozione sarà omogenea»

La Saatchi vince, la Tbwa ricorre al Tar

I secondi classificati: tradito lo spirito della campagna indicato da Soru

LA NUOVA SARDEGNA
Ed. Cagliari

Data 22/11/06
Pag. 2
Foglio 3/5

IL BANDO

Pubblicità istituzionale

CAGLIARI. La torta sulla pubblicità istituzionale della Regione? Finisce sul piatto della Saatchi & Saatchi, ma questa è una non-notizia, in fondo. In molti avevano ipotizzato che la società romana si sarebbe aggiudicata l'appalto per promuovere l'immagine della Sardegna. La notizia nuova è un'altra: la Tbwa, seconda classificata con uno scarto di soli 3,26 punti, ricorrerà al Tar della Sardegna. Il presidente della Ocm (Geomedia Marketing), che parla a nome del Raggruppamento Temporaneo di Imprese (Rti) con capofila la Tbwa, non solo contesta il risultato per la "vicinanza" tra la Saatchi & Saatchi e la Publicis (una delle società partecipanti al bando) ma allude a un «tradimento dell'impostazione della campagna annunciata dallo stesso presidente della Regione». C'è poi, il deputato forzista Mauro Pili che dichiara: «Se l'avessi fatto io, a quest'ora sarei in galera».

La gara. Vale 18,7 milioni di euro per il primo anno, con un'opzione per altri due. Primo posto alla Saatchi & Saatchi (punti 79,85), secondo alla Tbwa (76,59), terzo alla McCann (73,51), quarto alla Armando Testa (69,41), quinto alla Mediaedge (68), sesto alla Publicis (54,75). Tra i commissari, che potevano esprimere un voto da uno a dieci o a venti, trenta, quaranta e novanta, a seconda dei parametri richiesti dal bando ci sono state differenze di valutazione, ma sono state smenti-

LA NUOVA SARDEGNA
Ed. Cagliari

Data 22/11/06
Pag. 2
Foglio 4/5

L'ex presidente Pili: «Se l'avessi fatto io ora sarei in galera»

te, ad esempio, le dimissioni di uno di loro (Aldo Brigaglia). E' stato decisivo per il vincitore il voto ottenuto per l'offerta tecnica: la Saatchi ha preso 70 su 90, la Tbwa 67, mentre sull'offerta economica ha ottenuto 9,85 su 10 contro 9,59 della Tbwa.

Il ricorso. «Lo faremo sicuramente - annuncia Natale Accetta, presidente dell'Ocm, che conferma quanto anticipato dalla "Nuova" a proposito di Leonardo Di Caprio, ritenuto testimonial ideale della campagna di promozione - perché ci sentiamo traditi. Ci riferiamo al discorso fatto da Renato Soru il 27 luglio del 2004, quando delineò i contenuti della campagna di promozione dell'immagine della Sardegna e del piano di marketing ipotizzato da lui in prima persona. Noi ci siamo attenuti scrupolosamente a quei criteri, puntando molto sulla dilatazione della stagione turistica, al di là dei due mesi canonici. Abbiamo puntato alla valorizzazione delle zone costiere meno note e celebrate e, in particolar modo, sull'entroterra della Sardegna. E un personaggio come Di Caprio serviva proprio per pubblicizzare l'isola in un contesto non solo nazionale. Un altro elemento del ricorso - aggiunge Accetta - riguarderà lo stretto legame tra la Saatchi e la Publicis».

La replica. Su questo particolare aspetto, la Commissione aggiudicatrice ha già acquisito elementi che dimostrerebbero l'infondatezza del ri-

LA NUOVA SARDEGNA
Ed. Cagliari

Data 22/11/06
Pag. 2
Foglio 5/5

corso. Il Tar del Lazio e il Consiglio di Stato infatti hanno già stabilito, in una causa per un appalto dei Monopoli di Stato che richiamava il collegamento della Saatchi con la Publicis, che non esiste alcuna irregolarità.

Soru. «Una campagna univoca studiata e realizzata in maniera omogenea». Così Renato Soru, che aggiunge: «Negli anni scorsi, si è andati in ordine sparso: ogni assessorato disponeva di una certa cifra che elargiva in maniera slegata da un progetto organico e omogeneo. Venivano favoriti gli amici, o gli amici degli amici. Si interveniva secondo le pressioni che ogni assessore subiva. Noi vogliamo fare proprio il contrario, con una campagna studiata e realizzata in modo omogeneo». Soru cita alcuni casi di "spreco" delle risorse spese in pubblicità nel passato: «Un milione e duecentomila euro a un rally automobilistico, evento di pochi giorni, che si continua a fare ma senza che la Regione spenda un euro, avendone lo stesso ritorno».

Pili. «Se solo avessi pensato un'operazione del genere - ha dichiarato l'ex presidente della Regione - a quest'ora sarei già in carcere. Siamo davanti alla più inusitata potenziale campagna di compravendita dell'informazione mai messa in campo in Sardegna. Quindici giorni fa avevo preannunciato la vittoria di Saatchi & Saatchi non perchè fossi un preveggente ma perché c'erano tutti gli elementi di una gara precostituita e gestita per favorire società amiche. Oggi che quella previsione è stata confermata - ha concluso Pili -, mi sento di dire che in Sardegna siamo in una vera e propria emergenza democratica e legale». **(a.di.)**