

SENATO DELLA REPUBBLICA

VII COMMISSIONE

(Lavori pubblici, trasporti, poste e telecomunicazioni, marina mercantile)

RIUNIONE DEL 20 MAGGIO 1949

(26ª in sede deliberante)

Presidenza del Presidente CAPPÀ

INDICE

Disegno di legge:

(Discussione e approvazione)

« Modificazioni al decreto legislativo 15 settembre 1946, n. 622, circa la pubblicità su carte valori postali » (N. 401):

PRESIDENTE	Pag.	224
BORROMEO, <i>relatore</i>		223
RAJA		224
VOCOLI		224

La riunione ha inizio alle ore 10.

Sono presenti i senatori: Borromeo, Buizza, Cappa, Casardi, Ceschi, Ferrari, Focaccia, Genco, Lavia, Mariotti, Raja, Sanmartino, Tommasini, Toselli, Troiano e Voccoli.

GENCO, *segretario*, legge il processo verbale della seduta precedente, che è approvato.

Discussione e approvazione del disegno di legge: « Modificazioni al decreto legislativo 15 settembre 1946, n. 622, circa la pubblicità su carte valori postali » (N. 401).

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca la discussione del disegno di legge: « Modificazioni al decreto legislativo 15 settembre 1946, n. 622, circa la pubblicità su carte valori postali ».

Ha facoltà di parlare il relatore, senatore Borromeo.

BORROMEO, *relatore*. Il disegno di legge in esame è della massima semplicità. Nel 1946, con decreto legislativo 15 settembre 1946, n. 622, fu tolto il divieto della pubblicità sugli stampati; senonchè, nell'esperienza fatta in questi due anni, si è dovuto constatare come l'articolo 2 di quel decreto che disciplinava questa pubblicità non fosse ben congegnato, talchè si è verificato il fatto che da parte di privati, e precisamente da parte di circoli filatelici, è stata fatta della pubblicità sui francobolli.

Il disegno di legge che viene al nostro esame vuole colmare questa lacuna e stabilire che anche per la pubblicità sui francobolli e sulle carte valori è allo Stato che spetta la concessione eventuale. L'articolo 2 del decreto legislativo 15 settembre 1946, n. 622, suonava così: « È riservato allo Stato, a fine di pubblicità commerciale, industriale e professionale, l'uso degli spazi disponibili sugli stampati, moduli, pubblicazioni del Ministero delle poste e telecomunicazioni, sulle pareti, vetrine e altre superfici degli stabilimenti dipendenti dal Ministero stesso e in genere su tutte le cose di pertinenza del medesimo, comprese le cassette postali di impostazione.

« Allo Stato è parimenti riservato il diritto di effettuare qualsiasi altra forma di pubblicità che potrà in seguito esercitare in connessione diretta o indiretta con i servizi dipendenti dal predetto Ministero ».

Con l'articolo unico in esame il primo comma del predetto articolo è sostituito dai due commi seguenti:

« È riservata allo Stato, salvo concessione, la pubblicità sugli spazi disponibili degli stampati, moduli, carte valori e relativi margini, pubblicazioni del Ministero delle poste e telecomunicazioni, nonché sulle pareti, vetrine ed altre superfici degli stabilimenti del Ministero stesso e in genere in tutte le cose di pertinenza del medesimo, comprese le cassette postali di impostazione.

« Il divieto di pubblicità previsto dal comma precedente permane per i privati anche dopo l'acquisto, per qualsiasi uso, degli oggetti postali ai quali il divieto stesso si riferisce ».

E ciò perchè era avvenuto che alcuni circoli filatelici acquistassero delle serie di francobolli, e sui margini dei fogli di questi francobolli facessero della pubblicità. Era stato promosso anche un giudizio e l'Avvocatura generale dello Stato è stata molto perplessa nel dichiarare la responsabilità di questi circoli, per quanto nell'art. 2 del decreto legislativo del 1946 si parlasse di tutte le cose di pertinenza dell'Amministrazione dello Stato, e pertanto si potesse anche ritenere che i francobolli e le carte valori rientrassero in questa categoria. Senonchè, per evitare ogni futura contestazione, si è ritenuto più opportuno togliere dalla legge quelle indicazioni di pubblicità a titolo commerciale, industriale e professionale, precisando che l'esclusività non cessa con l'acquisto che degli oggetti faccia il privato. Mi pare che la legge in questa maniera appaia più completa e preveda tutti i casi che possano verificarsi, e ne chiedo pertanto l'approvazione.

RAJA. Non vi è dubbio che in linea di massima si possa essere tutti d'accordo nell'approvare questo disegno di legge. Mi permetto di sottolineare però un punto che potrà essere di utilità per il Ministero. In altri termini, si parla di divieto salvo concessione: potrebbe quindi essere data la pubblicità ad una società privata. Ora io dico, se questo servizio è già

assunto dal Ministero delle poste, non vi è alcun motivo per cui si debba mettere questa clausola « salvo concessione ». Lo Stato deve già avere certamente una attrezzatura per effettuare questa pubblicità, e non si vede il motivo per cui debba cedere tutta o parte di questa pubblicità ad una società privata. Propongo pertanto come emendamento, che sia soppresso l'inciso « salvo concessione ».

PRESIDENTE. L'usanza di cedere il diritto di pubblicità a società organizzate, è seguita anche da molti giornali con loro grande vantaggio essendo queste società specializzate in materia di pubblicità ed avendo delle attrezzature adatte.

VOCOLI. A nome del gruppo comunista dichiaro di associarmi alla proposta del senatore Raja.

PRESIDENTE. Metto in votazione l'emendamento del senatore Raja tendente a sopprimere le parole « salvo concessione ».

Chi lo approva è pregato di alzarsi.

(Non è approvato).

Metto in votazione l'articolo unico di cui do lettura:

Articolo unico.

Il primo comma dell'articolo 2 del decreto legislativo del Capo provvisorio dello Stato, 15 settembre 1946 n. 622, è sostituito dai due commi seguenti:

« È riservata allo Stato, salvo concessione, la pubblicità sugli spazi disponibili degli stampati, moduli, carte valori e relativi margini, pubblicazioni del Ministero delle poste e delle telecomunicazioni, nonché sulle pareti, vetrine ed altre superfici degli stabilimenti del Ministero stesso e in genere in tutte le cose di pertinenza del medesimo, comprese le cassette postali di impostazione.

« Il divieto di pubblicità previsto dal comma precedente permane per i privati anche dopo l'acquisto, per qualsiasi uso degli oggetti postali ai quali il divieto stesso si riferisce ».

Chi lo approva è pregato di alzarsi.

(È approvato).

La riunione termina alle ore 10,20.