

# SENATO DELLA REPUBBLICA

XIII LEGISLATURA

## 8<sup>a</sup> COMMISSIONE PERMANENTE

(Lavori pubblici, comunicazioni)

8° Resoconto stenografico

SEDUTA DI MARTEDÌ 28 GENNAIO 1997

Presidenza del presidente PETRUCCIOLI

### INDICE

#### INTERROGAZIONI

PRESIDENTE .....	Pag. 2, 5, 6 e <i>passim</i>
AGOSTINI (PPI) .....	9, 10, 11
CENTARO (Forza Italia).....	2, 3, 5 e <i>passim</i>
DE CORATO (AN).....	6, 7, 9
LAURIA, sottosegretario di Stato per le poste e le telecomunicazioni.....	3, 4, 5 e <i>passim</i>
MATTIOLI, sottosegretario di Stato per i la- vori pubblici .....	10

*I lavori hanno inizio alle ore 15,10.*

#### INTERROGAZIONI

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca lo svolgimento di interrogazioni.

La prima interrogazione è del senatore Centaro.

CENTARO. – *Al Presidente del Consiglio dei ministri e ai Ministri delle poste e delle telecomunicazioni e del tesoro e del bilancio e della programmazione economica.* – Premesso:

che il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni, a far data dal 1° dicembre 1993, in base al decreto-legge n. 487, convertito dalla legge n. 71 del 29 gennaio 1994, ha subito una modificazione sostanziale dovuta alla creazione dell'Ente poste italiane, ente pubblico economico, mantenendo la funzione amministrativa e di controllo sul predetto ente;

che lo spirito che ha animato il legislatore in siffatta operazione è stato quello di consentire l'ammodernamento del sistema delle comunicazioni e dei servizi di riscossione ed impiego di denaro, mediante l'adozione di metodologie privatistiche e l'uso sia della moderna tecnologia che di nuove procedure per l'amministrazione del personale;

che per la forza lavoro è stata preventivata, sulla base di studi e calcoli analitici, una riduzione da 240.000 a 204.000 unità;

che le due strategie, abbinata e tra loro concorrenti, in ipotesi avrebbero dovuto ridurre i tempi di lavorazione, con vantaggi sia per l'utenza che per l'erario;

che il tempo preventivato per l'attuazione di tali strategie è stato fissato in tre anni, in maniera da poter giungere al pareggio dei conti in rosso;

che tutto questo era negli intenti del Governo che con il citato decreto-legge n. 487 ha inteso dare un nuovo e moderno ordinamento sia al sistema delle comunicazioni nazionali sia alla branca finanziaria del risparmio dello Stato;

che a cinque mesi dalla scadenza dei tre anni di vita previsti per l'Ente poste italiane dalla legge n. 71, periodo necessario per la trasformazione dell'ente stesso in società per azioni, è doveroso esigere un chiarimento sul comportamento della dirigenza preposta a detto ente, privo di indirizzi univoci in tema di politica aziendale e teso all'affannosa ricerca di consensi privi di riscontro con la realtà;

che si è operato lo stravolgimento di sistemi di lavorazione con spostamento degli addetti senza riferimento alle rispettive qualifiche ed attitudini;

che il settore tecnico è stato azzerato con le relative conseguenze negative sulla manutenzione ordinaria e straordinaria dei beni mobili ed immobili e grave danno al patrimonio aziendale: officine fatiscenti o inservibili, uffici in stato di degrado;

che per effetto di tale situazione si ricorre, nel frattempo, continuamente a prestazioni di carattere privato, con grave danno per l'erario;

che le continue emorragie di personale, andato in pensione e non sostituito, hanno fatto sì che la forza lavoro, stimata necessaria in 204.000 unità, oggi a mala pena raggiunge le 180.000 unità, con la conseguente obbligatorietà per il personale di prestazioni straordinarie non retribuite;

che ciò ha comportato un rilevante contenzioso legale, esteso a tutte le categorie di lavoratori: e ciò vale sia per il semplice lavoratore assunto a tempo determinato che per quello già in ruolo, inquadrato o nelle aree inferiori o in qualifica diversa da quella per cui ha concorso ed è stato a suo tempo assunto;

che se il proposito dei dirigenti è quello del ripianamento dei conti in rosso e delle economie ad ogni costo risulta incomprensibile, a fronte di una gestione in economia dell'ente con mancate assunzioni di personale, scarsità di materiali d'uso e sottaciute necessità d'interventi, l'esborso di denaro pubblico attraverso costosissime attività pubblicitarie tese all'acquisizione di pubblici consensi;

che la politica adottata dalla presidenza dell'ente appare solo di immagine, con uffici chiusi a giorni alterni per mancanza di personale, uffici aperti la domenica per pubblicità (con personale a tariffa straordinaria) e stranamente chiusi il sabato pomeriggio, sponsorizzazioni di mostre;

che risulta che la dirigenza dell'ente distribuisca sovvenzioni a giornali e quotidiani, ivi compreso «L'Avvenire», per un ritorno di consenso in cronaca, e che abbia anche noleggiato una pagina di un noto quotidiano britannico per la somma di lire 18 milioni e per un motivo incerto,

si chiede di conoscere:

se le circostanze esposte in premessa corrispondano a verità;

se l'ente, con l'attuale dirigenza, sia riuscito a pareggiare i conti e, nel caso affermativo, se in maniera reale oppure virtuale;

il costo globale della pubblicità sui quotidiani nazionali ed esteri, nonchè il nome delle testate interessate;

il costo delle sponsorizzazioni di mostre e di convegni in Italia e all'estero;

il costo della gestione aziendale;

se il calcolo a pareggio sia stato effettuato tenendo conto della forza lavoro fittizia di 204.000 unità programmate oppure sulla reale forza lavoro, consistente in circa 182.000 unità.

(3-00121)

LAURIA, *sottosegretario di Stato per le poste e le telecomunicazioni*. In relazione all'atto parlamentare in esame, nel premettere che si

risponde per incarico della Presidenza del Consiglio dei ministri, si fa presente che il decreto-legge 1º dicembre 1993, n. 487, convertito dalla legge 29 gennaio 1994, n. 71, concernente la trasformazione dell'amministrazione delle poste e delle telecomunicazioni in ente pubblico economico e riorganizzazione del Ministero delle poste e telecomunicazioni, prevede, tra l'altro, che la gestione finanziaria dell'Ente poste italiane sia sottoposta al controllo della Corte dei conti che riferisce al Parlamento, avvalendosi delle valutazioni fornite da un apposito organo interno, incaricato di eseguire verifiche sull'efficacia e l'efficienza delle attività svolte dall'ente stesso.

Relativamente agli specifici quesiti posti dall'interrogante, l'Ente poste ha riferito di aver adottato una serie di interventi mirati alla sincronizzazione ed alla semplificazione dei vari processi produttivi al fine di ottenere, anche attraverso un processo di razionalizzazione nella distribuzione degli addetti, un recupero di produttività e di efficienza.

In particolare l'Ente ha attuato, secondo quanto previsto dal contratto di programma stipulato il 17 gennaio 1995 con il Ministero delle poste, una vasta riorganizzazione dei servizi e di redistribuzione dell'organico favorendo la mobilità del personale dalle strutture amministrative a quelle di diretto contatto con il pubblico.

Occorre rammentare, ha continuato l'Ente, che l'ordinamento giuridico del personale, basato su quattro aree, prevede percorsi professionali collegati a filoni operativi omogenei all'interno dei quali può essere attuata la fungibilità delle mansioni sia in senso verticale che orizzontale.

Tale rinnovamento, necessario ai fini di un miglioramento dei rapporti con il pubblico (minori file allo sportello, diminuzione dei tempi di recapito) ha interessato anche i senatori tecnici preposti alla gestione e alla manutenzione degli immobili il cui organico è risultato in esubero rispetto alle esigenze aziendali; gli stessi costi relativi alla manutenzione risultano peraltro inferiori rispetto al 1993 come si rileva dai dati contabili riferiti al biennio 1994-1995.

La riduzione di organico, ha precisato l'Ente, stimato nel 1995 in 204.000 unità, sta avvenendo, come preventivato, senza oneri a carico dello Stato e senza fare ricorso ad ammortizzatori sociali.

La quantità di contenzioso conseguente alla citata riduzione appare fisiologica in funzione delle dimensioni dell'Ente ed è spesso generata da erronee interpretazioni della normativa privatistica che attualmente caratterizza l'azienda e che implica scelte gestionali rigidamente fondate sul rapporto tra costi e ricavi.

Tale politica aziendale giustifica l'apertura a giorni alterni degli uffici con scarso traffico postale e l'apertura anche festiva di quelle agenzie situate nei centri nevralgici delle città, iniziativa che ha trovato vasto consenso della clientela.

Quanto alla pubblicità sui quotidiani nazionali ed esteri, come già anticipato nella precedente risposta, l'Ente ha precisato di avere a suo tempo programmato una serie di inserzioni pubblicitarie su alcuni quotidiani stabilendo di utilizzare, a tale scopo, un *budget* limitato, compatibile con le disponibilità finanziarie dell'ente medesimo.

In particolare i costi sostenuti per la pubblicità sui quotidiani («Il Corriere della Sera», «La Repubblica», «Il Sole 24 ore», «L'Unità», «Il Messaggero», «La Stampa», «La Gazzetta del Mezzogiorno») ammontano, per il 1995, a lire 622.424.975 più IVA oltre a lire 7.200.000 per pubblicazioni informative («Autostrade d'Italia», «Guida Michelin»); per il 1996 tali costi ammontano a lire 1.472.221.424 più IVA riferiti a tutti i periodici a diffusione nazionale e a riviste specializzazione.

I prodotti interessati dalla promozione pubblicitaria sono stati esclusivamente quelli che l'Ente poste offre sul mercato in regime di concorrenza (corriere espresso, pacchi, posta celere).

Si rammenta al riguardo che, ai sensi della legge 29 gennaio 1994, n. 71 di conversione del decreto-legge 1º dicembre 1993, n. 487, questo Ministero non ha competenza ad intervenire nella gestione aziendale dell'Ente poste il quale, pertanto, nell'ambito della propria autonomia gestionale, tramite il competente ufficio stampa ed informazione ha adottato, come criterio di scelta delle testate da utilizzare, quello della loro tiratura, il che ha portato all'individuazione di quotidiani a larga diffusione nazionale e di alcuni altri a carattere regionale particolarmente diffusi.

L'acquisto di uno spazio pubblicitario sul quotidiano londinese «The Times» è stato, invece, suggerito dall'uscita in Italia di un numero speciale di tale giornale in occasione della Conferenza europea di finanza tenutasi a conclusione del semestre italiano di presidenza europea.

I costi sostenuti per la partecipazione a fiere e a mostre, ha riferito ancora l'Ente, ammontano, nel biennio 1995-1996, a lire 741.776.170 più IVA.

Si precisa infine che dal preconsuntivo 1996, redatto a cura della competente area «Amministrazione e finanza», dell'Ente poste italiane, emerge una spesa presunta per l'esercizio 1996 pari a 12.850.599 milioni di lire, di cui 10.088.061 milioni relativi alla gestione del personale riferita ad una presenza di circa 190.000 unità.

Devo, peraltro, precisare che sono in corso iniziative, ancora allo stato iniziale, per attuare il nuovo contratto di programma che, alla luce della legge finanziaria, sia in grado di conciliare la qualità dei servizi con i finanziamenti disponibili. Su questo versante stiamo operando e, anche se si è in fase di istruttoria, stiamo vigilando per tutelare al meglio la qualità dei servizi che offre questa azienda, per taluni parametri (diffusione sul territorio nazionale, entità degli organici, impatto con il pubblico) oltre che per le caratteristiche di servizio universale, preminente in questo settore, ritenendo giusto che vengano messe a fuoco determinate problematiche.

PRESIDENTE. Ringrazio il sottosegretario Lauria.

CENTARO. Signor Presidente, signor rappresentante del Governo, mi dichiaro solo parzialmente soddisfatto della risposta, perchè a fronte di dati specifici riportati nella mia interrogazione, su alcune delle richieste avanzate non vi è stata se non una generica indicazione di programma per quanto attiene alla gestione dell'Ente poste e soprattutto alla

possibilità di pervenire, e in quali tempi, al pareggio del bilancio; non si è specificato se questo è stato già raggiunto o se è in rosso, e in questo ultimo caso qual è l'entità del disavanzo.

Altrettanto generica è stata la risposta relativa alla situazione del personale. Il raggiungimento del pareggio di bilancio era stato collegato ad una riduzione di personale ma non si è specificato se si faceva riferimento a 204 mila unità o alle attuali 190 mila circa.

Non mi è stata fornita poi alcuna risposta sulla gestione del settore tecnico; sembra infatti che, in seguito alla riduzione del personale il direttore tecnico abbia ricevuto un documento in cui si dice di far ricorso ad aziende esterne, quindi con ulteriore esborso di denaro, non solo per l'attività di manutenzione straordinaria, ma anche di quella ordinaria dei beni mobili ed immobili.

Sotto questo profilo, come ho detto all'inizio, mi ritengo insoddisfatto della risposta, perchè avrei voluto avere indicazioni più precise, a fronte di una attività di controllo che il Ministero deve esercitare su un versante particolarmente importante perchè ha una refluenza diretta sulla spesa dell'Ente poste, spesa che poi grava sul contribuente.

PRESIDENTE. Segue una interrogazione del senatore De Corato:

DE CORATO. – *Al Ministro delle poste e delle telecomunicazioni.*— Premesso:

che l'Ente poste italiane è una società per azioni con prevalente capitale pubblico;

che la RAI è l'ente di Stato per l'informazione;

che i due sopracitati enti, Poste italiane e RAI-Radiotelevisione italiana, hanno condotto una campagna di pubblicità sui maggiori quotidiani nazionali, tra i quali «Il Corriere della Sera», «La Repubblica», «Il Giornale» nonchè «l'Unità», organo di informazione del Partito democratico della sinistra;

che la pubblicità in questione riguardava per la RAI l'Enciclopedia multimediale RAI e per l'Ente poste italiane i servizi di banco posta e di posta celere;

che le campagne pubblicitarie in questione hanno avuto lo spazio di una intera pagina sui maggiori quotidiani italiani come pure su «l'Unità»;

che il «Secolo d'Italia», organo di informazione di Alleanza Nazionale, aveva, come «l'Unità», richiesto alle aziende RAI e all'ente Poste italiane di avere la medesima concessione pubblicitaria e di poter attribuire analogo spazio pubblicitario alle stesse;

che l'Ente poste italiane, interpellato in relazione alla vicenda, dopo aver espresso un diniego alla richiesta del giornale di Alleanza Nazionale, avrebbe fatto sapere che la scelta di far pubblicità su «l'Unità» non aveva tenuto in alcun conto l'essenza stessa del giornale, tra l'altro conosciuto da tutti come «giornale di partito», bensì dipendeva esclusivamente dalla tiratura dello stesso;

che avrebbe poi precisato che il consiglio di amministrazione dell'azienda avrebbe dato «indicazioni vincolanti» riguardo alla scelta

operata e avrebbe aggiunto che il *budget* del quale l'Ente poste disponeva per l'anno 1996 era già esaurito;

che, infine, alla richiesta se della questione fosse a conoscenza il Ministro delle poste e delle telecomunicazioni avrebbe precisato che il Ministero in questione non aveva alcuna competenza in merito alla scelta operata dalle Poste italiane per individuare i concessionari pubblicitari;

che per le campagne pubblicitarie la tiratura dei giornali, in generale, viene tenuta in conto solo per quanto riguarda i quotidiani d'informazione nazionali e non gli organi di stampa di questo o quel partito;

che i quotidiani di partito non possono essere considerati alla stessa stregua di altri quotidiani in quanto ricevono apposite sovvenzioni pubbliche previste dallo Stato,

l'interrogante chiede di sapere se si sia a conoscenza:

di quali criteri siano stati effettivamente seguiti dai consigli di amministrazione delle aziende nella scelta di affidare una pagina pubblicitaria al quotidiano «l'Unità» da parte dell'Ente poste italiane e della RAI-Radiotelevisione italiana;

di quali siano le «indicazioni vincolanti» alle quali avrebbe fatto riferimento l'Ente poste italiane e che avrebbero determinato l'inserimento del quotidiano «l'Unità» e l'esclusione de «Il Secolo d'Italia» dai giornali presi in considerazione;

dei motivi per i quali il *budget* previsto dall'Ente poste italiane per il 1996 si sarebbe già esaurito e comunque come mai tale *budget* prevedeva l'inclusione solo de «l'Unità» e non anche di altri giornali di partito;

se risponda a verità che il Ministro in indirizzo non ha alcuna competenza in merito;

quali provvedimenti si intenda prendere al fine di chiarire l'intera vicenda della concessione di spazi pubblicitari da parte della RAI-Radiotelevisione italiana e dell'Ente poste italiane sui quotidiani nazionali, ivi compresa «l'Unità».

(3-00139)

LAURIA, *sottosegretario di Stato per le poste e le telecomunicazioni*. Signor Presidente, per alcune questioni, mi richiamo alla risposta precedente.

In relazione all'atto parlamentare cui si risponde si ritiene opportuno premettere che non rientra fra i poteri del Governo quello di sindacare l'operato della RAI per la parte riguardante la linea editoriale.

Tale materia rientra, infatti, nelle competenze del consiglio di amministrazione della società e ciò esclude qualsiasi possibilità di intervento governativo in quanto tale organo opera, ai sensi della legge 14 aprile 1975, n. 103, nel quadro delle direttive e dei criteri formulati dalla apposita Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi.

Tuttavia, allo scopo di poter disporre di elementi di valutazione in merito a quanto rappresentato dall'interrogante nell'atto parlamentare in esame, non si è mancato di interessare la concessionaria la quale ha comunicato che la decisione di consentire alla testata «L'Unità» la pubblicazione di alcune interviste realizzate dalla concessionaria nell'ambito dell'Enciclopedia multimediale delle scienze filosofiche, secondo un piano editoriale concordato in precedenza, è stata presa dal competente dipartimento scuola-educazione dietro autorizzazione da parte del direttore generale.

Pertanto, nel gennaio 1993 la concessionaria RAI e la predetta testata formalizzarono un accordo che prevedeva, per il giornale, la possibilità di pubblicare trenta interviste tratte dall'Enciclopedia multimediale delle scienze filosofiche e, per la RAI, l'utilizzazione di una pagina pubblicitaria e la diffusione, attraverso un'apposita iniziativa a carico dell'Unità, di un pieghevole illustrativo dell'enciclopedia stessa.

Successivamente la direzione dell'editoriale in questione chiedeva alla RAI di poter proseguire tale iniziativa, possibilità che la citata concessionaria consentiva attraverso la sottoscrizione di un secondo accordo, formalizzato nel maggio 1994.

Da quanto sopra, ha riferito la concessionaria, si evince che nel caso in esame non si è trattato di un contratto pubblicitario ma di un più articolato rapporto contrattuale che ha avuto per oggetto uno scambio di iniziative culturali nell'ambito del quale la testata in parola ha offerto, come corrispettivo, la pubblicazione di pubblicità RAI nel proprio editoriale.

Per quanto concerne, inoltre, la campagna pubblicitaria dell'Ente poste italiane, si significa che il predetto Ente – interessato al riguardo – ha precisato di aver a suo tempo programmato una serie di inserzioni pubblicitarie su dei quotidiani, stabilendo di utilizzare, a tale scopo, un *budget* limitato, compatibile con le attuali disponibilità finanziarie che non hanno consentito l'inserimento di ulteriori iniziative che avrebbero avuto l'effetto di superare lo stanziamento fissato per l'anno 1996.

Si rammenta, inoltre, che ai sensi della legge 29 gennaio 1994, n. 71 di conversione del decreto-legge 1º dicembre 1993, n. 487, questo Ministero non ha competenza ad intervenire nella gestione aziendale dell'Ente poste il quale, pertanto, nell'ambito della propria autonomia gestionale, tramite il competente ufficio stampa ed informazione ha adottato, come criterio di scelta delle testate da utilizzare, quello della loro tiratura, il che ha portato all'individuazione di quotidiani a larga diffusione nazionale e di alcuni altri a carattere regionale particolarmente diffusi.

In tale ottica, pertanto, il quotidiano «l'Unità» – che registra una vendita di 350.000 copie il sabato e di 250.000 copie la domenica – è apparso rispondente alla necessità di larga visualizzazione dei messaggi che l'Ente poste vuole portare a conoscenza del pubblico.

Tale scelta, ha concluso il ripetuto ente, non è dipesa dalla connotazione politica dell'editoriale in questione ma da considerazioni puramente commerciali derivanti dalla tiratura della testata che, in base ai dati Audipress, è risultata notevolmente superiore al «Secolo



d'Italia» e, quindi, tale da garantire un soddisfacente ritorno economico.

In particolare, i costi sostenuti per la pubblicità sui quotidiani («Il Corriere della Sera, «la Repubblica», «Il Sole 24 ore», «L'Unità», «Il Messaggero», «La Stampa», «La Gazzetta del Mezzogiorno») ammontano, per il 1995, a lire 622.424.975 più IVA oltre a lire 7.200.000 per pubblicazioni informative («Autostrade d'Italia», «Guida Michelin»); per il 1996 tali costi ammontano a lire 1.472.221.424 più IVA riferiti a tutti i periodici a diffusione nazionale e a riviste specializzate.

I prodotti interessati dalla promozione pubblicitaria sono stati esclusivamente quelli che l'Ente poste offre sul mercato in regime di concorrenza (corriere espresso, pacchi, posta celere).

Il Ministero si ripromette comunque di acquisire ulteriori elementi di valutazione, ritenendo necessario un più completo chiarimento della vicenda.

DE CORATO. Annunzio sin d'ora la presentazione di un'altra interrogazione a tale riguardo, avendo il Governo evidenziato la necessità di approfondire ulteriormente i temi oggi al nostro esame.

Mi ritengo, comunque, totalmente insoddisfatto della risposta del Governo, da cui si evince una situazione ancora più grave di quella preannunciata: non siamo, infatti, in presenza di una pubblicità sporadica ma, addirittura, di un rapporto contrattuale tra una enciclopedia multimediale e «L'Unità» che riceve, alla stregua degli altri quotidiani di partito, un finanziamento pubblico, in base alle norme contenute nella legge sull'editoria.

Siamo di fronte a palesi violazioni alle leggi sull'editoria ed il Governo non può, a mio parere, assistere passivamente ad un fatto di tale gravità.

Non è, d'altro lato, accettabile che il Governo ritenga di non poter intervenire sull'Ente poste, in quanto ente autonomo. Siamo di fronte a violazioni delle leggi sull'editoria, malgrado i 620 milioni destinati alla campagna pubblicitaria dell'Ente poste italiane siano considerati dal Governo un *budget* limitato.

Riteniamo, pertanto, del tutto insoddisfacente anche questa risposta ed auspichiamo che il Governo riveda la sua posizione ed intervenga di conseguenza sull'Ente poste e sulla RAI, malgrado i suoi poteri (saranno, comunque, oggetto di trattazione i poteri di vigilanza sulla RAI) siano effettivamente più limitati nei confronti di quest'ultima, in quanto società per azioni.

PRESIDENTE. La terza interrogazione è del senatore Agostini.

AGOSTINI. – *Al Ministro dei lavori pubblici e dell'ambiente.*  
Premesso:

che giornalmente centinaia di migliaia di veicoli (passeggeri e commerciali), italiani e stranieri, percorrono la rete autostradale pubblica (IRI-Fintecna) e quella gestita da concessionari privati;

che i tracciati di gran parte del sistema viario, a causa degli aspetti orografici del territorio, hanno reso necessaria la realizzazione di numerosissime e spesso lunghe gallerie;

che i conduttori dei veicoli in transito vengono a trovarsi di fronte gallerie non adeguatamente segnalate ed insufficientemente illuminate, con conseguente brusco passaggio dalla luce diurna al buio pressochè completo che impedisce di fatto ai conduttori stessi di poter avvertire la presenza di ostacoli nella corsia dovuta facendogli subire una sorta di pericoloso *black-out*;

che tale situazione, per le oggettive difficoltà di immediato adattamento visivo alla diversa illuminazione del percorso, è comprovata causa di ripetuti e gravi incidenti, soprattutto all'interno di gallerie in cui siano in corso lavori di manutenzione;

che più pericoloso risulta il transito nei tratti appenninici delle autostrade ed in particolare lungo la Roma-L'Aquila-Teramo nelle cui gallerie vige il doppio senso di marcia;

che nella quasi totalità delle moderne autostrade europee le società di gestione hanno da tempo provveduto alla posa in opera di sistemi di illuminazione graduati per evitare ai conducenti l'impatto brusco tra due distanti livelli di visibilità all'imbocco delle gallerie,

si chiede di sapere quali direttive, nel primario interesse della sicurezza della circolazione, il Ministro in indirizzo intenda impartire agli enti gestori del sistema autostradale pubblico e privato e della rete viaria generale (ANAS, regioni, comuni, province, comunità montane), perchè si provveda sollecitamente – come il caso richiede – a segnalare ed illuminare adeguatamente le gallerie di loro competenza territoriale, eliminando così un costante pericolo per gli utenti e il verificarsi di incidenti dei quali spesso risulta estremamente difficile accertare le responsabilità.

(3-00356)

MATTIOLI, *sottosegretario di Stato per i lavori pubblici*. Per quanto concerne la illuminazione di tratti autostradali in galleria, l'ANAS rappresenta che gli enti gestori del sistema autostradale si attengono alle direttive di massima impartite dall'Organismo internazionale denominato Association mondiale de la route che prevedono l'installazione dei sistemi di illuminazione solo per tratti in galleria di lunghezza superiore ai 200 metri.

Il predetto Ente ha comunicato che ogni galleria autostradale ricadente sulle autostrade A/24 ed A/25 (Roma-L'Aquila-Teramo e Roma-Pescara) è illuminata con rinforzo agli imbocchi onde ridurre l'impatto visivo.

Sulle predette autostrade esistono 21 gallerie per un totale di metri lineari 56,5 tutte a doppio fornice (unidirezionale). L'unica galleria a doppio senso di marcia è la galleria Carestia alla progressiva chilometrica 151.264 (lato Teramo) di metri lineari 824 anch'essa illuminata.

È stato altresì precisato che, a seguito di statistiche effettuate, è emerso che la sinistrosità in galleria è di gran lunga inferiore a quella delle tratte esterne autostradali.

AGOSTINI. Purtroppo, ho la sventura di percorrere alcune gallerie completamente buie oggi, come nove mesi fa; ciascuno di noi, del resto, può rendersi conto dell'estrema pericolosità di gallerie prive di illuminazione, alla cui entrata si assiste frequentemente a brusche frenate di automobilisti, spesso causa di tamponamenti a catena; ma come sempre in Italia, forse si aspetterà l'incidente grave per provvedere, solo allora, con interventi a pioggia.

Se sono, pertanto, soddisfatto per l'attenzione mostrata dal Governo, come utente, oltre che come parlamentare, auspico una verifica più accurata di alcune gallerie in particolare presenti nelle autostrade italiane.

PRESIDENTE. Lo svolgimento delle interrogazioni è così esaurito.

*I lavori terminano alle ore 15,50.*

---

SERVIZIO DELLE COMMISSIONI PARLAMENTARI

*Il Consigliere parlamentare preposto all'Ufficio centrale e dei resoconti stenografici*

DOTT.SSA GLORIA ABAGNALE

