



RAPPORTO DEL  
CONSIGLIO DEL PUBBLICO CORSI

# RAPPORTO DEL MONITORAGGIO DEL PROGRAMMA PATTI CHIARI (PC)

DICEMBRE 2016

**CORSI**  
SOCIETÀ COOPERATIVA  
PER LA RADIODIFFUSIONE SVIZZERA  
DI LINGUA ITALIANA

Ogni anno il Consiglio del pubblico costituisce al suo interno diversi gruppi di lavoro incaricati di valutare la qualità delle trasmissioni andate in onda alla RSI. Le osservazioni e le conclusioni scaturite da questi incontri vengono trasmesse alla direzione RSI e confluiscono nel Rapporto annuale d'attività CORSI, a disposizione di tutti i soci.

# RAPPORTO DEL MONITORAGGIO DEL PROGRAMMA PATTI CHIARI (PC)

## 1. INTRODUZIONE

Il Consiglio del pubblico (CP) ha già avuto occasione di monitorare la trasmissione Patti Chiari (PC) in due occasioni. La prima nel 2010, la seconda nel 2012 in occasione del monitoraggio nazionale dei programmi per i consumatori. Nei due rapporti era emerso chiaramente come la trasmissione riscuote un ottimo successo di pubblico. Una trasmissione che ha saputo e sa proporre un format molto gradito ai telespettatori, con contenuti che “toccano in maniera diretta il vivere quotidiano”<sup>1</sup>. In particolare, com'era stato evidenziato dal responsabile della trasmissione: “il programma si focalizza sul rapporto fra cittadino/istituzioni, consumatore/produttore, paziente/struttura sanitaria, ..., toccando un campo molto più ampio rispetto ad una tradizionale trasmissione sui consumi”<sup>2</sup>.

Il formato della trasmissione non è da ascrivere ad un “acquisto”, ma è un format che ha preso spunti da trasmissioni analoghe diffuse dalle consorelle (DRS e RTS), ma anche da reti estere (come la BBC) ed è stato costruito direttamente dalla redazione di PC. Alcuni servizi mandati in onda da PC hanno come fonte dei servizi già trasmessi dalle trasmissioni consorelle. Recentemente ne è esempio il breve servizio sul geoblocking delle carte di credito trasmesso da Kassensturz e ripreso da PC nella trasmissione del 25 novembre 2016.

Nel primo rapporto del CP, una nota positiva era stata espressa anche al conduttore e ai giornalisti di PC per “aver dimostrato di approfondire i temi di cui si occupano”. Nel secondo rapporto il CP aveva espresso il seguente parere: “il giudizio complessivo non può che essere positivo,

anche perché la redazione ha sempre dimostrato di evitare di far diventare PC una sorta di sfogo dei malumori del Paese, trattando tutti gli argomenti affrontati anche con oggettiva serenità, senza mai drammatizzare le questioni in discussione, come giusto che sia”<sup>3</sup>.

In base a quanto abbiamo avuto modo di osservare, anche con questo rapporto, se volessimo usare un parametro utilizzato dalle più famose agenzie di “rating”, potremmo definire PC una trasmissione RSI da tripla A (AAA). I dati sugli ascolti confermano inoltre una certa stabilità, con una media di QDM attorno al 32% (vedi Allegato 1). A prescindere da questa valutazione positiva, in questo rapporto abbiamo voluto evidenziare qualche punto di discussione, nella speranza che possa suscitare interesse per i responsabili di PC.

## 2. CONTENUTI

Com'era stato evidenziato nel colloquio fra il CP e il responsabile di PC, avvenuto nel mese di maggio del 2010, “la scelta dei temi è condizionata in modo importante dal contesto multidimensionale nel quale è inserito PC e quindi dalle segnalazioni o sollecitazioni dei cittadini, anche se molti temi proposti sono da ricondurre a delle scelte redazionali”. In effetti, la gamma degli argomenti trattati da PC è molto varia e spazia da grandi inchieste su temi di salute pubblica, a temi segnalati dal pubblico stesso, a temi tipici del consumatore.

Abbiamo contato una ventina di gruppi tematici, catalogati in base al filtro disponibile nel sito Internet della trasmissione: dall'ambiente alla mobilità, dall'alimentazione all'agricoltura, alle assicurazioni, ....

1. Rapporto CP del 2010.

2. Incontro del CP con il responsabile di PC, Lorenzo Mammone, avvenuto in data 6 maggio 2010.

3. Rapporto CP del 2012, in concomitanza con il monitoraggio nazionale degli altri CP sui programmi per consumatori.

La trasmissione è caratterizzata da un tema principale al quale vengono solitamente affiancati altri uno o due servizi, la cui durata è molto limitata (a volte il tema è invece unico).

In generale si potrebbe etichettare PC, una trasmissione a carattere formativo - elemento importante per un servizio pubblico - oltre che informativo.

In maniera sintetica esprimiamo qualche possibile punto di discussione circa i contenuti della trasmissione:

- in generale i temi trattati vertono su situazioni “negative”. Da parte nostra crediamo che ogni tanto si potrebbe pensare di proporre delle “best practice”, cioè delle situazioni positive, ciò che potrebbe portare ad una migliore educazione per il cittadino, per la serie: “se faccio così, posso creare qualche cosa di positivo per la società”.
- a nostro avviso, ogni tanto, fra le persone presenti in studio o anche nei servizi, prevale un certo senso d’ingenuità. Per esempio nel servizio sulle carrozzerie, il cittadino ha evidenziato come si è comportato per far aggiustare la sua auto, ma non ha sollevato il tema del costo del lavoro fatturato dai garage. In molti garage il costo orario supera di gran lunga i CHF 160/ora, ciò che significa, se si calcolano 8 ore al giorno di lavoro, un ricavo mensile di circa CHF 26 mila, cifra molto “ampia” rispetto ad un salario mensile di un carrozziere o di un apprendista carrozziere! A titolo di paragone nei mandati pubblici persone molto più qualificate possono applicare una tariffa oraria massima di CHF 120/130 all’ora. Ne consegue che la partecipazione in studio a volte potrebbe creare un “valore aggiunto” limitato e orientato soltanto verso una certa critica. Da non sottovalutare che magari, oltre a delle persone che esprimono critiche su un particolare tema ve ne potrebbero essere alcune che invece si distanziano da queste critiche in quanto hanno avuto delle esperienze diverse e magari positive.
- per quanto riguarda alcune analisi che caratterizzano un determinato tema della trasmissione, consigliamo di usare un maggior criterio scientifico optando anche per sottolineare il risultato dell’inchiesta come risultato principale del servizio e tralasciando di colpevolizzare i singoli partecipanti. Per esempio nel servizio “pane al pane”, andato in onda il 30 settembre 2016, si è cercato di dimostrare che fra alcuni produttori di pane il contenuto di sale era eccessivo, oltre gli 1.5 grammi ogni 100 grammi di prodotto.

**SE VOLESSIMO USARE UN PARAMETRO UTILIZZATO DALLE PIÙ FAMOSE AGENZIE DI “RATING”, POTREMMO DEFINIRE PATTI CHIARI UNA TRASMISSIONE RSI DA TRIPLA A**

**CONSIGLIAMO DI USARE UN MAGGIOR CRITERIO SCIENTIFICO OPTANDO ANCHE PER SOTTOLINEARE IL RISULTATO DELL’INCHIESTA COME RISULTATO PRINCIPALE DEL SERVIZIO E TRALASCIANDO DI COLPEVOLIZZARE I SINGOLI PARTECIPANTI.**

Questo “metodo” di analisi a campionamento è corretto se poi si va ad analizzare il risultato d’insieme e non i singoli risultati che di per sé possono rappresentare un caso. A prescindere dal fatto che per generalizzare delle conclusioni, occorrerebbe avere un campione “rappresentativo”, ossia più ampio - sia di panetterie che anche di quantità e di tipi di pane prodotto - ci sembra poco interessante esplicitare il nome della panetteria o del panettiere di turno che ha

prodotto del pane con una quantità di sale maggiore rispetto a quanto consigliato dall’Ufficio federale della sicurezza alimentare. In questo modo si rischia di incriminare un panettiere mentre non ne vengono citati altri che, magari, hanno un comportamento ancora peggiore e che non vengono però nominati nel servizio in quanto non considerati nel “campione” d’indagine. Nella fattispecie, l’analisi si era concentrata su 12 pezzi di pane che, se confrontati con la totalità di pane prodotta giornalmente in Ticino, risulta essere una quantità troppo esigua, sia rispetto al totale del pane, sia rispetto alla quantità prodotta da ogni singola panetteria. Analogamente nel servizio andato in onda l’8 aprile 2016, che confrontava il metodo di analisi sulle intolleranze alimentari offerto da determinate farmacie, la notizia era l’inconsistenza dei risultati che scaturiva dall’utilizzo dei medesimi strumenti e non quella di sottolineare in quali farmacie si era svolto il test. Siamo del parere che citare il nome è opportuno quando qualcuno perpetra una truffa o un comportamento illecito voluto. Vi è inoltre da evidenziare che la commentatrice dei risultati durante il servizio “pane al pane”, ad un certo punto dice: “circa un terzo dei campioni analizzati è in linea con gli 1.5 grammi di sale raccomandati”. Nei fatti, quelli in regola erano 5 su 12,

vale a dire il 41% mentre altri 4 pani erano accettabili, secondo l’esperta alimentare. Ci è sembrato che l’informazione fornita dalla commentatrice non fosse in

linea con i risultati ottenuti e un po’ fuorviante per il consumatore. Siamo però coscienti che un’analisi campionaria “robusta” richiederebbe un lavoro enorme che non potrebbe essere sostenuta da una redazione come quella di PC (sia per il tempo necessario, ma anche per i costi). Per questo motivo raccomandiamo di tirare le conclusioni soltanto in virtù della significatività dell’esperimento messo in atto e soprattutto, in questi casi, senza per forza sviscerare il nome del panettiere o della farmacia di turno.

- A volte vengono effettuati dei paragoni per dei prodotti, è stato il caso della trasmissione del 4 marzo 2016 nella quale si confrontavano i prodotti cosmetici low cost con quelli dei brand più “esclusivi”. Per esempio per la crema idratante era emerso che l’effetto idratante durava molto di più con la crema low cost. Per il rossetto era emerso che quelli low cost, prodotti in Cina, contenevano meno metalli pesanti. Chiaramente si tratta di informazioni molto importanti da trasmettere ad un consumatore, ma forse si poteva estendere la valutazione dei prodotti anche ad altri fattori, per esempio alla qualità del lavoro che applicano alcune aziende nella produzione di questi prodotti, alle misure per il rispetto dell’ambiente che applicano le aziende nell’approvvigionamento delle materie prime, ... . In questo modo si rischia di non considerare eventuali “esternalità negative” generate dalle aziende. Indurre i consumatori ad aprire gli occhi davanti a questi esempi è sicuramente importante, ma forse il discorso da fare dovrebbe essere molto più ampio. In altre parole la catena della produzione è un altro elemento che dovrebbe essere preso in considerazione quando si vogliono confrontare dei prodotti simili. Il prezzo è sì un fattore, ma non l’unico.
- Nell’ultima puntata di PC “La beffa dell’extravergine”, ci è sembrato che regnasse un po’ di confusione per il consumatore chiamato a capire cosa sia la “beffa dell’extravergine”. In particolare ci è sembrato che non si sia riusciti a spiegare bene la questione delle analisi. Da una parte vi erano le analisi chimiche, dalle quali tutti gli olii uscivano abbastanza bene, e dall’altra i vari panel di esperti che sembra applichino parametri comuni e che quindi ritengono di fare un’analisi oggettiva e non “meramente soggettiva” – anche l’ospite in studio difendeva a spada tratta il valore oggettivo delle analisi sensoriali degli assaggiatori – cosa che non è così evidente da accettare senza sollevare qualche dubbio. Alla fine, i risultati dei test effettuati dal panel pare che siano stati contestati dai produttori che hanno indicato spesso come altri panel fossero giunti a risultati per loro favorevoli. A nostro avviso crediamo che il consumatore sia rimasto un po’ con la seguente domanda: “l’oggettivazione della soggettività dell’assaggio è da ritenere quella giusta?”
- Per dare un ulteriore valore aggiunto alla trasmissione e sottolineare il suo mandato sia informativo che formativo, a nostro modo di vedere, dopo ogni tema trattato occorrerebbe stilare una sorta di “vademecum finale”, per esempio in forma infografica, che indichi come dovrebbe

**PER DARE UN ULTERIORE VALORE AGGIUNTO ALLA TRASMISSIONE E SOTTOLINEARE IL SUO MANDATO Sia INFORMATIVO CHE FORMATIVO, A NOSTRO MODO DI VEDERE, DOPO OGNI TEMA TRATTATO OCCORREREBBE STILARE UNA SORTA DI “VADEMECUM FINALE”, PER ESEMPIO IN FORMA INFOGRAFICA, CHE INDICHI COME DOVREBBE COMPORTRASI IL CONSUMATORE**

- comportarsi il consumatore: “se devi fare qualche cosa tieni in considerazione i seguenti punti ...”. Per esempio nel caso dei rossetti si potevano evidenziare quali sono le materie nocive alle quali bisogna prestare attenzione.
- Un altro punto che vorremmo sottolineare è che a volte sarebbe opportuno, e forse interessante anche per il consumatore “ticinese”, portare i temi su scala nazionale. Certi comportamenti/situazioni sussistono solo in Ticino oppure anche in altre località della Svizzera? In altre parole si potrebbe pensare ad ancorare il tema trattato da PC con casi simili, trattati da “Kassensturz” o “À bon entendre” per cercare di capire se vi siano delle situazioni/comportamenti differenti in altri parti del Paese. Proporre inoltre una visione di ciò che succede a livello di Paese è un ulteriore valore aggiunto di servizio pubblico.

### 3. FORMA

La trasmissione dura circa 65-70 minuti e va in onda settimanalmente il venerdì verso le 21:00 su LA1, con pausa durante il periodo estivo (giugno-settembre). La trasmissione è replicata su LA1 al sabato alle ore 13:40 e al lunedì alle ore 08:40. Su LA2 va in replica al mercoledì alle ore 12:00. Una trasmissione che ha un “loop” molto ampio, piazzata in giorni differenti, ma anche in orari differenti e questo potrebbe contribuire ad aumentarne la divulgazione a differenti pubblici target. Durante la trasmissione si trattano da uno fino a tre temi con almeno uno o due servizi per tema e con ospiti in studio per discutere gli argomenti. Solitamente vi è un tema centrale e dei temi di contorno collocati alla fine della trasmissione. Come evidenziato precedentemente a volte il tema è però unico.

In maniera sintetica esprimiamo qualche possibile punto di discussione circa il formato della trasmissione:

- I servizi presentano un taglio accattivante e sono confezionati e presentati per essere di facile comprensibilità per un pubblico generalista. A nostro modo di vedere, la tendenza è però un po’ quella di voler accontentare il consumatore e a volte si ha l’impressione che i servizi manchino un po’ di oggettività. Si ha inoltre l’impressione che a volte si voglia fare di “ogni erba un fascio” anche se poi la discussione in studio controbilancia questa tendenza. Una maggiore oggettività anche nei servizi non guasterebbe.
- L’interazione di PC con il pubblico è molto ampia. Essa è possibile sia durante la trasmissione, commentando direttamente sul sito Internet della puntata o via Twit-

ter oppure scrivendo su Facebook o per email. Sempre durante la trasmissione è possibile interagire anche via telefono o WhatsApp. A tal proposito sarebbe interessante ricevere alcuni dati circa l'utilizzo di tutti questi mezzi interattivi da parte dei telespettatori: quali sono i più gettonati? Che cosa ne viene fatto del contenuto di queste comunicazioni? Viene stilato una sorta di risultato finale con, per esempio, persone che la pensano in un certo modo e altre che la pensano invece in maniera differente? Che sentimento prevale? Qual è il sentimento ex ante ed ex post?

- Il programma è molto interattivo anche non direttamente durante la trasmissione, per esempio, per chi ha aderito alla Newsletter e segue il programma via social riceve degli spunti o degli inviti a commentare il tema anche con più settimane di anticipo. Nel sito è inoltre ben visibile nel menu “inchieste in corso” dove si può accedere, tramite registrazione, per portare commenti, pensieri e opinioni sullo specifico tema che sarà poi trattato in una qualche puntata di PC. Che uso ne fa la redazione di PC di tutte queste informazioni? Si è potuto notare se vi siano dei temi che suscitano maggior interesse rispetto ad altri? Si conoscono alcuni dati “socio anagrafici” delle persone che interagiscono con PC?
- A nostro modo di vedere a volte la trasmissione risulta un po' lunga, mantenere un ritmo di attenzione per 60-70 minuti, soprattutto al venerdì sera dopo le 21:00 è un bello sforzo per le telespettatrici o i telespettatori. È vero che i dati di ascolto contraddicono questa nostra sensazione! Cosa ne pensa la redazione su questo punto? Non vi sembra che a volte si potrebbe ridurre il tempo ottenendo gli stessi risultati? Per esempio, nella trasmissione del 14 ottobre 2016 “quando il vino è da due soldi” ci è sembrato un po' eccessivo inserire nel servizio anche la “produzione in proprio” del vino. Secondo noi era sufficiente raccogliere le informazioni dei vari esperti che hanno dato seguito agli assaggi. Anche in questo caso, come abbiamo già avuto modo di evidenziare in precedenza, sarebbe stato opportuno inserire anche altri fattori di valutazione del prodotto, per esempio il rispetto dell'ambiente, le condizioni di lavoro, ... .
- A volte ci sembra che manchi un po' di contestualizzazione del tema trattato. In altre parole quali elementi si vogliono mettere in evidenza? Per esempio nel servizio sulle cellule staminali, il tema è stato discusso in maniera “un po' troppo generale” senza spiegare

cosa si voleva invece far passare come messaggio. La generalizzazione del problema potrebbe distorcere l'informazione trasmessa al telespettatore (si rischia di fare di tutta un'erba un fascio), mentre una sua contestualizzazione porterebbe il telespettatore ad una maggiore comprensione e riflessione del problema.

#### 4. CONDUZIONE

La conduzione della trasmissione ha un buon ritmo, il conduttore dimostra di avere spiccate doti per condurre questo programma e trasmette una “vera passione”. È pur vero che come ha dichiarato il conduttore nell'incontro del 6 maggio del 2010 con il CP “vi è la necessità di farsi sentire e la necessità di guardare i problemi con gli occhi del cittadino”, ma a volte si ha l'impressione che durante la trasmissione ci si eriga un po' troppo a pubblico accusatore o a giudice supremo emettendo giudizi poco sindacabili.

In maniera sintetica esprimiamo qualche possibile punto di discussione circa la conduzione della trasmissione:

- A nostro modo di vedere, a volte, durante la trasmissione si riscontra un certo calo di “ritmo”, con un'enfasi da “suspence” forse perché la durata della trasmissione è un po' lunga? Il tema del ritmo era già stato evidenziato nel primo rapporto del CP nel 2010. È una sensazione che si riscontra anche presso la redazione di CP? Da notare, che in base dai dati che abbiamo potuto analizzare, la durata è pressoché rimasta invariata nel corso degli anni (vedi Figura 5, Allegato 1).
- Talvolta l'uso di parole un po' sensazionalistiche, come veleno, allarme, ... potrebbero indurre il telespettatore o la telespettatrice al sentimento di sentirsi in trappola, travalicando così la dimensione dell'informazione e il problema è che tutto viene posto sullo stesso piano di “allarme” rendendo così difficile distinguere i gradi di gravità delle denunce o dei fatti. Anche qui, a nostro parere, occorrerebbe un po' più di contestualizzazione e di oggettività. Soprattutto sarebbe opportuno, eventualmente in studio, confrontare due opinioni di esperti contrastanti anziché contrapporre all'esperto di turno un, a volte, ingenuo consumatore che non ha i mezzi necessari per replicare su determinati temi soprattutto in ambito scientifico.
- Facendo un paragone con le trasmissioni consorelle, “Kassensturz” e “À bon entendeur”, ci è parso che i toni utilizzati in queste ultime siano più moderati rispetto a PC.

**TALVOLTA L'USO DI PAROLE UN PO' SENSAZIONALISTICHE, COME VELENO, ALLARME, ... POTREBBERO INDURRE IL TELESPELTATORE O LA TELESPELTATRICE AL SENTIMENTO DI SENTIRSI IN TRAPPOLA, TRAVALICANDO COSÌ LA DIMENSIONE DELL'INFORMAZIONE. A NOSTRO PARERE, OCCORREREBBE UN PO' PIÙ DI CONTESTUALIZZAZIONE E DI OGGETTIVITÀ**

### 5. COLLABORAZIONE DELLA REDAZIONE CON ALTRI PROGRAMMI / CONVERGENZA: DA CHIARIRE CON LA REDAZIONE

Questo punto non è stato approfondito nel nostro rapporto, ma si vorrebbe soltanto capire quali sono le collaborazioni, se sussistono, con altri programmi quali Falò o Tempi Moderni dato che a volte ci potrebbero essere degli argomenti simili. In tal caso, come vengono gestiti/ripartiti i vari temi qualora si verificassero delle sovrapposizioni?

### 6. INTERATTIVITÀ

L'interattività del programma con altri mezzi di comunicazione è sicuramente uno dei punti forti della trasmissione. Interattività che avviene sia ex ante che anche ex post (vedi punto 3 di questo rapporto).

### 7. INTERNET

Il servizio Internet della trasmissione è buono. Forse un consiglio che vorremmo trasmettere riguarda l'inserimento di un concetto di ricerca dei temi un po' più ampio rispetto a quello attuale. Per esempio oltre alle categorie si potrebbe pensare a dei sotto capitoli. Non sappiamo però con che frequenza è utilizzato questo tipo di servizio, cioè se il santo vale la candela. Si potrebbe inoltre pensare di dare la possibilità di visualizzare anche dei servizi che trattano un determinato tema, ma trasmessi da altri programmi, in modo particolare Falò, Tempi Moderni, ecc. In altre parole raccogliere maggiormente in rete tutti i servizi RSI che riguardano un certo tema. Non sappiamo se però questo è possibile e né tanto meno se possa interessare qualcuno.

Un altro punto potrebbe essere quello di poter dare una visione riassuntiva delle opinioni espresse dai cittadini.

### 8. ALCUNE CONSIDERAZIONI

PC è una trasmissione ben concepita (i dati sull'audience non mentono) e accattivante per un pubblico generalista. Ha inoltre il pregio di portare alla ribalta i temi più disparati della vita di tutti i giorni, dalle piccole curiosità ai grandi temi che riguardano la salute o il borsellino del consumatore. Non sempre gli ospiti in studio rappresentano visioni più ampie del tema. Per esempio, nella trasmissione del 21 ottobre 2016 ("Senza Internet") che senso ha fare una trasmissione sulla dipendenza da Internet e invitare una famosa blogger? Alla fine con i tre ospiti Internet dipendenti che si sono offerti volontari per il test lo squilibrio era di quattro contro uno...

Per quanto riguarda i temi forti che coinvolgono la salute dei consumatori, è preferibile evitare di fare del sensazionalismo usando vocaboli forti come per esempio "veleno" (in riferimento per esempio alla farina bianca). Questo tipo di approccio dovrebbe venire applicato nella scelta degli esperti convocati in trasmissione. Soprattutto nei temi scientifici per i quali il pubblico generalista fa fatica a ottenere le informazioni per farsi una propria opinione, un esperto dovrebbe assumersi la responsabilità di chiarire tutti i punti evitando frasi sensazionalistiche o minacce alla salute che a volte ottengono l'effetto contrario nel pubblico.

**TABELLA 1: ALCUNI DATI DI SINTESI DALL'11.1.2008 AL 3.6.2016**

Numero di puntate	295
Durata totale di trasmissione in ore	343
Media durata per puntata	1 h 09'
Media Rt-M %	39.46
Media QDM %	32.13
Dev Std. QDM %	5.05
Valore max. QDM %, puntata del 26.3.2010	49.3
Valore min. QDM %, puntata del 5.6.2015	17.2
Numero di trasmissioni con QDM% superiore alla media	147
Numero di trasmissioni con QDM% inferiore alla media	148

Figura 1: QDM% dall'11.1.2008 al 3.6.2016 per PC, valori medi secondo l'anno

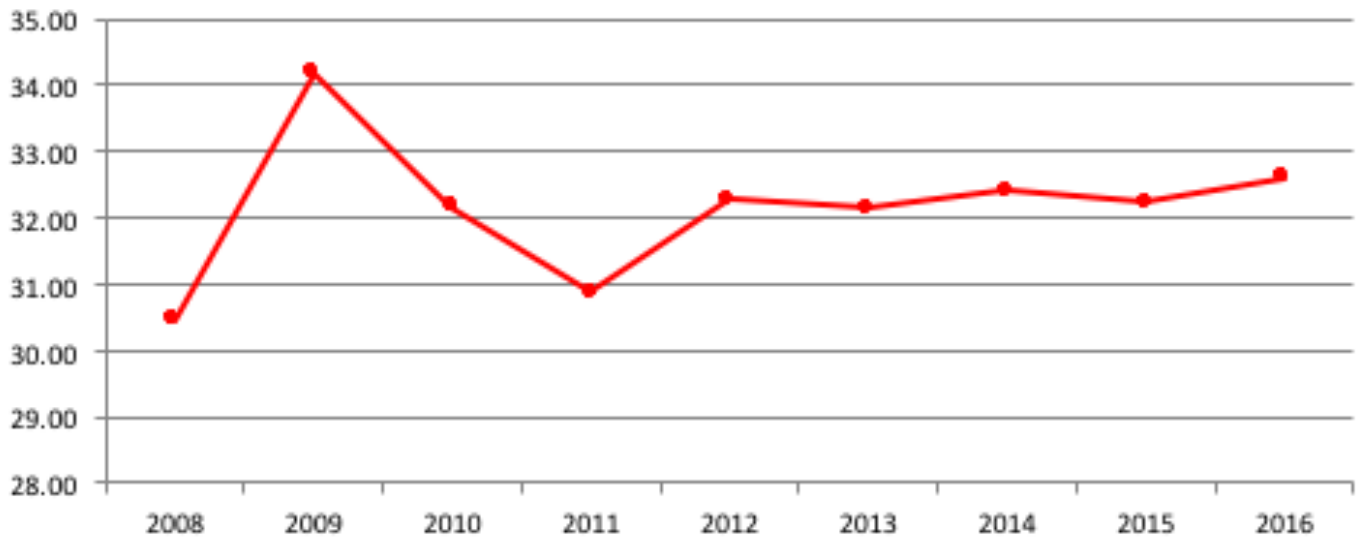


Figura 2: QDM% dall'11.1.2008 al 3.6.2016 per PC, valori medi secondo il mese

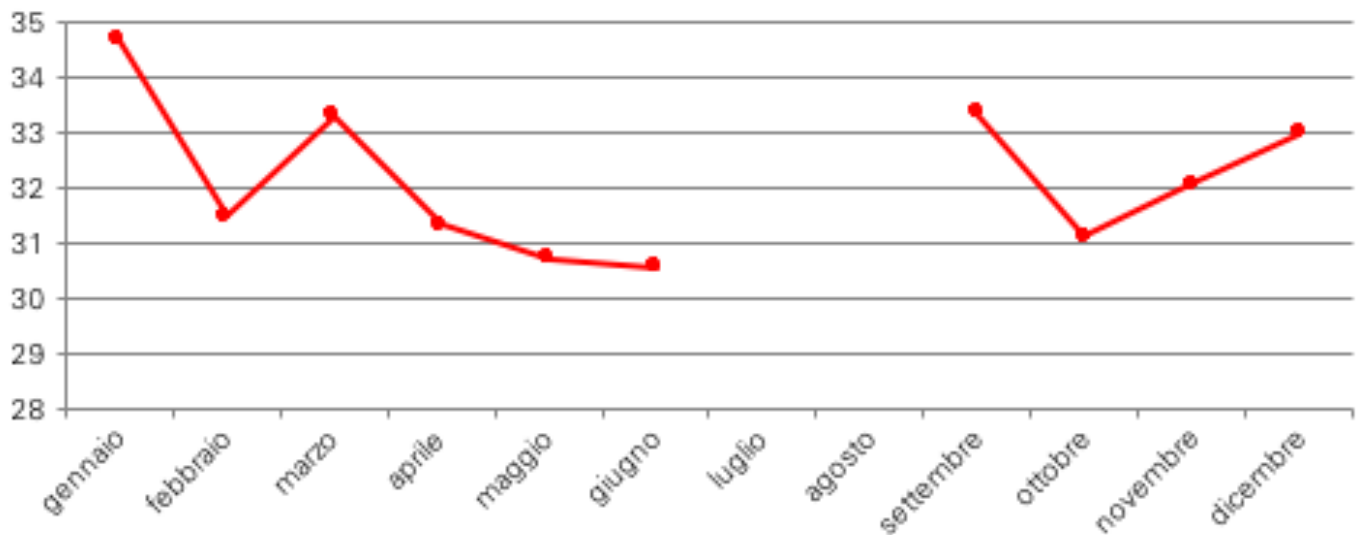


Figura 3: QDM% dal 11.1.2008 al 3.6.2016 per PC, valori secondo ogni singola puntata

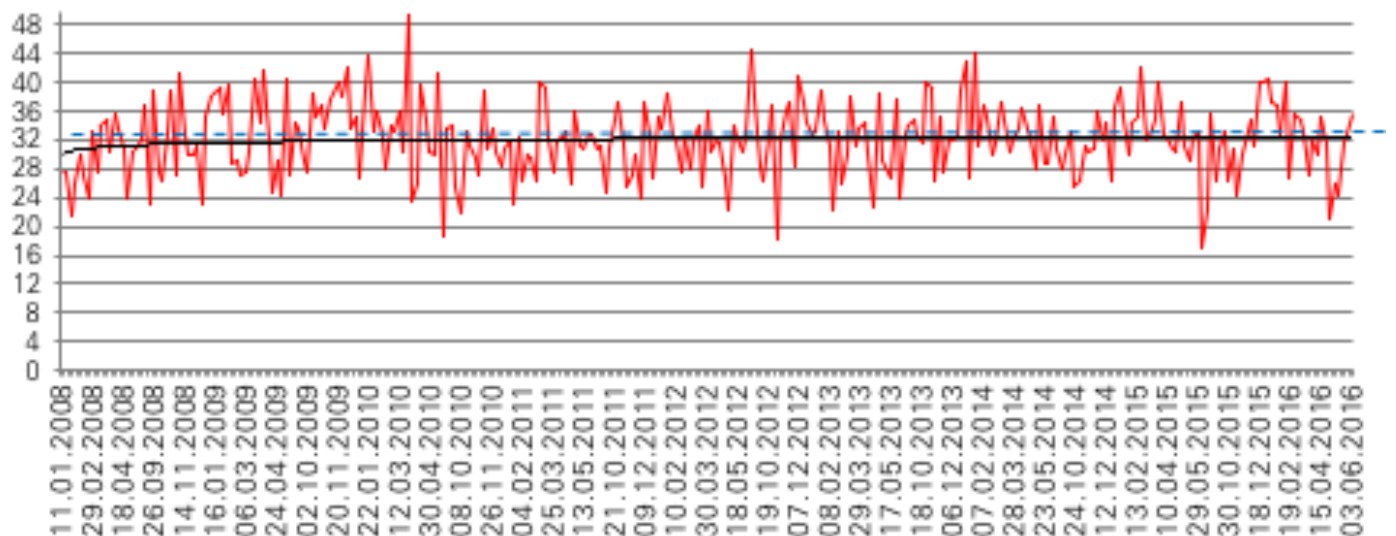


Figura 4: QDM% dall'11.1.2008 al 3.6.2016 per PC, valori secondo la media triennale e il mese

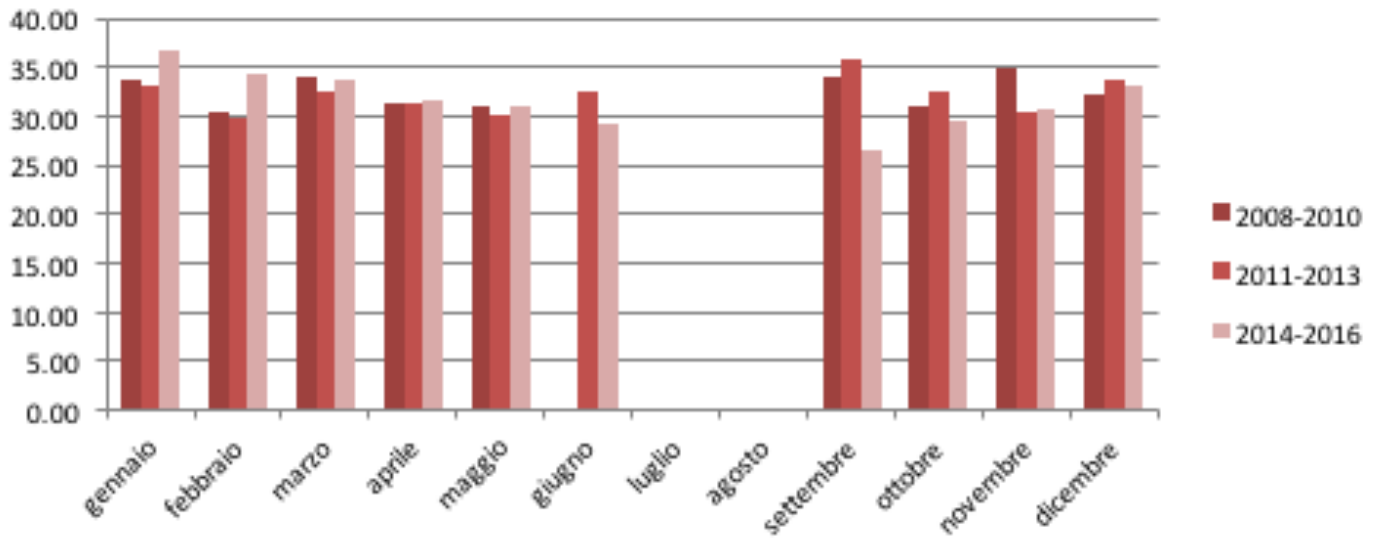


Figura 5: Durata della trasmissione, dall'11.1.2008 al 3.6.2016 per PC, media puntata secondo l'anno

