

LA POLEMICA

L'ASSESSORE GIANNINI

IL PERCHÈ DELLA SCELTA

Nel 2009 affidata la campagna attraverso una procedura a cui sono state invitate 30 compagnie aeree



«I 12 milioni a Ryanair? Sono per la pubblicità»

La Regione: nessun contributo, ma una campagna di marketing

● «La Regione Puglia non ha mai erogato alcun finanziamento pubblico a Ryanair per la sua attività di vettore nel settore del trasporto aereo». Lo chiarisce in una nota l'assessore ai Trasporti della Regione Puglia Giovanni Giannini chiarendo che «proprio in relazione alla natura di aiuti di stato delle risorse impiegate dalle Regioni, l'Unione europea nel 2007 (il 4 aprile) ha autorizzato la Regione Puglia ad erogare finanziamenti attinti dai fondi Cipe per lo sviluppo mobilità aerea. Alle gare che la Regione Puglia ha attivato per tutti gli scali aeroportuali pugliesi, la Ryanair non ha partecipato. Quindi - ha ribadito - Ryanair non percepisce alcun aiuto pubblico per il trasporto aereo».

«Fino ad oggi - ha spiegato Giannini - la Regione Puglia ha erogato complessivamente, a seguito di gare, circa 50 milioni di euro per gli Start up (avvio di nuovi collegamenti) a diverse compagnie aeree. Tra queste compagnie aeree, ripeto, non c'è Ryanair, non annoverata tra i partecipanti. Nel 2009 - ha spiegato Giannini - con la crisi dell'Alitalia e la revoca della licenza a Myair da parte di Enac, la Re-

gione Puglia ha rischiato di registrare un crollo del traffico aereo e dei flussi dei passeggeri, con conseguente emarginazione rispetto al resto dell'Italia e dell'Europa. Questa situazione di difficoltà oggettiva avrebbe peraltro comportato gravi conseguenze per il bilancio di Adp e quindi per quello regionale che avrebbe dovuto ripianarne le perdite (oggi invece, con l'avvenuto incremento del flusso dei

passeggeri e dell'incoming, determinato proprio dalle attività di comunicazione e marketing, i bilanci Adp sono in attivo)».

A seguito di ciò, la Regione ha deciso

di avviare un progetto di comunicazione e promozione del territorio nel settore del trasporto aereo, finalizzato al potenziamento e al rilancio delle attività degli Aeroporti e all'incremento dei flussi dei passeggeri e dell'incoming, fattispecie evidentemente diversa dall'attività di trasporto svolta dal vettore».

Attraverso attraverso Adp, quindi, per far fronte alla situazione di necessità e urgenza, così come descritta precedentemente, si è deciso di individuare «il soggetto a cui affidare l'espletamento del servizio di comunicazione e marketing tramite una procedura negoziata. La procedura prevede un'indagine di mercato che, in questo caso, ha visto coinvolte quasi 30 compagnie aeree». Giannini ha evidenziato come questa sia una pratica

diffusa anche su altri scali nazionali come Bologna, Trapani, Bergamo, Pisa, Palermo, Treviso, Torino, Pescara, Cagliari, Alghero etc. etc. (in alcune di queste realtà, a differenza di Aeroporti di Puglia, si è proceduto con l'affidamento diretto e non attraverso la procedura utilizzata dalla Regione Puglia, prevista espressamente e riconosciuta dalla legge come strumento di garanzia della concorrenza).

«Al termine di questa procedura - ha aggiunto Giannini - la proposta della società AMS, società di comunicazione e marketing della Ryanair, è risultata la più favorevole, così come certificato dal Nucleo di valutazione degli investimenti della Regione Puglia, valutazione positiva confermata anche da appositi studi ed analisi realizzati dall'Università degli Studi di Bari nonché dagli uffici regionali competenti».

«Il contratto con AMS - ha sottolineato Giannini - è quinquennale rinnovabile per altri cinque anni (scade il 30 ottobre 2014). Il progetto di AMS è soggetto a certificazioni annuali - ha ribadito Giannini - infatti Adp effettua monitoraggi periodici verificando il rispetto del progetto e fornendo alla Regione, con cadenza periodica, i dati relativi allo stato di avanzamento finanziario nonché informazioni dettagliate sulle realizzazioni e sui risultati conseguiti». Sugli obiettivi raggiunti attraverso questo progetto di co-

OBIETTIVI RAGGIUNTI

Per Giannini tale promozione ha consentito di aumentare il traffico dei passeggeri

municazione e marketing, Giannini ha sottolineato l'aumento complessivo del traffico dei passeggeri transitati nei due scali di Bari e Brindisi, passati da 1 milione e 100mila a 5,8 milioni di passeggeri

con un aumento specifico del tasso di incoming dal 20,8 al 52 per cento.

Infine per quanto riguarda invece il tema delle tariffe aeroportuali, Giannini ha evidenziato la differenza tra tariffe Aviation e tariffe Handling. «Le tariffe Aviation - ha detto Giannini - sono quelle relative al diritto di atterrare e decollare, sono stabilite dall'Enac e non sono negoziabili. Aeroporti di Puglia le applica a tutti i vettori. Sono negoziabili invece le tariffe Handling, e cioè le tariffe per i servizi a terra. Ogni gestore di aeroporto può applicare le tariffe che ritiene più opportuno, in base alle regole del mercato e in base ai servizi che fornisce. Nello specifico, Adp tiene conto di una serie di valutazioni, tra le quali anche quella relativa all'interesse a conservare

il rapporto tra il vettore e lo scalo. Per quanto riguarda Ryanair, questa compagnia non vuole servizi a terra particolari e aggiuntivi tra i quali, ad esempio, la pulizia dell'aereo o il finger».



MILIONI DI PASSEGGERI L'Aeroporto di Bari Palese