

Ryanair. E D'Alfonso sdogana il bando pubblico con vincitore annunciato. Le incredibili affermazioni "social" del presidentissimo svelano il bluff

ABRUZZO. Una volta ci si lambiccava il cervello per "cucire" bandi sulle misure del predestinato con il solito santo in paradiso. Si cercava di fare un buon lavoro che era tale se nessuno si accorgeva della predestinazione voluta dalla politica. Roba da Prima Repubblica.

Nel 2016, regnanti Luciano D'Alfonso e Matteo Renzi, le cose si fanno alla luce del sole come se il fatto di spiattellare, via social, desse di per sè il crisma della legittimità.

Sta di fatto che a leggere quanto scritto dallo stesso D'Alfonso, dall'ufficio stampa della Regione e ascoltando le varie interviste tv, un tantino sbracate, non ci sono dubbi: la Regione pubblicherà (ma dove e quando?) un bando per concedere a Ryanair 3,4 mln di euro con la scusa della sponsorizzazione del "brand Abruzzo" (di cui si sconosce l'esistenza).

Anzi il sospetto più che fondato è che il bando sia stato concertato con il governo («Renzi coinvolto personalmente nella vicenda») direttamente al tavolo con il futuro vincitore.

Cose appunto inimmaginabili e incredibili se non fosse tutto scritto nero su bianco.

Veniamo alla cronologia dei fatti.

3 AGOSTO RYANAIR AL TAVOLO CON IL GOVERNO

Il 3 agosto 2016 a Roma si è tenuto il tanto atteso incontro tra Governo, alcune Regioni tra cui Emilia Romagna, Sardegna e Abruzzo, e il vettore irlandese Ryanair.

Si trattava dell'incontro decisivo per scongiurare la dipartita minacciata dalla compagnia che ha attuato un vero e proprio ricatto nel quale la politica italiana (unica in Europa per ora) è caduta con entrambi i piedi.

Come si sa dopo aver ottenuto affidamenti diretti per oltre un decennio (circa 40mln di euro solo in Abruzzo) e finanziamenti pubblici di varia natura (anche di marketing) gli irlandesi hanno deciso di rincarare la dose contestando formalmente l'aumento della imposta applicata ad ogni viaggiatore (e non al vettore). In realtà le nuove regole imposte dall'Europa imponevano trasparenza e l'impossibilità di continuare a foraggiare una impresa privata senza gare pubbliche, come in passato, pratica che di fatto ha creato una posizione dominante, un monopolio quasi inattaccabile che ha prodotto di converso anche una economia locale turistica strettamente legata agli irlandesi e le cui portate sono variegate.

Così dopo aver minacciato e attuato la chiusura delle basi di Alghero e Pescara, Ryanair -dopo l'incontro romano - ha fatto marcia indietro.

Ecco che cosa scrive D'Alfonso dopo le strette di mano.

Come si legge D'Alfonso spiega i contenuti dell'accordo raggiunto tra Abruzzo, Governo e Ryanair: e dopo aver annunciato la vittoria e la permanenza del vettore in Abruzzo spiega che «una parte della copertura finanziaria arriverà dalla Regione e domani in giunta promuoveremo un bando per la collocazione turistica dell'Abruzzo...».

E' chiaro che una parte dei soldi arriveranno dalla Saga (che viene foraggiata costantemente dalla Regione) attraverso un nuovo contratto da stipulare i cui termini sono segreti mentre l'altra parte direttamente dalla Regione con il bando annunciato da D'Alfonso.

Se la lingua italiana non è una opinione, il presidente della Regione, pubblico ufficiale, dice che una parte dei soldi sarà concessa attraverso la "formalità" del bando.

A chi arriveranno?

Ma a Ryanair, di che altro stiamo parlando?

Ma allora il bando pubblico a che serve se già si è deciso di pagare gli irlandesi?

Una strategia per aggirare le norme e dare mera parvenza di regolarità ma se le cose si spiattellano così platealmente c'è più di qualcosa che non funziona.

Di certo siamo di fronte ad un esordio eclatante.

4 AGOSTO: LA GIUNTA APPROVA IL BANDO ANNUNCIATO

Passano meno di 24 ore e la giunta riesce ad approvare una delibera e la bozza del bando annunciato solo il giorno prima e di cui nessuno aveva parlato prima.

Ecco che cosa scrive l'ufficio stampa della Regione Abruzzo:

4 AGOSTO 2016 ORE 18:17

TURISMO: DA GIUNTA OK A STRATEGIA VALORIZZAZIONE AEROPORTO SI ESPLETERÀ UNA PROCEDURA AD EVIDENZA PUBBLICA

(REGFLASH) Pescara, 4 ago. Un progetto strategico integrato di valorizzazione turistica dell'Aeroporto d'Abruzzo. E' stato approvato, questo pomeriggio, a Pescara, dalla Giunta regionale, su proposta del presidente Luciano D'Alfonso. In particolare, la Giunta procederà all'espletamento di una Procedura ad evidenza pubblica per la selezione di compagnie aeree nazionali o estere e/o propri concessionari di spazi pubblicitari per la realizzazione di un progetto comune di "Advertising" per valorizzare turisticamente l'Aeroporto d'Abruzzo ed affermare, veicolare e commercializzare il "brand Abruzzo" nei mercati di riferimento, per un importo complessivo a base di gara annuo pari a 2 milioni 500mila euro, eccezion fatta per l'esercizio finanziario 2016 per il quale la dotazione economica è individuata in 850 mila euro, da aggiudicare secondo il criterio dell'offerta economica più vantaggiosa. La procedura di gara sarà svolta dalla Centrale di committenza individuata nel Servizio Gestione Beni mobili, Servizi e Acquisti del Dipartimento Risorse e Organizzazione. Ufficio Appalti Beni e Servizi d'intesa con il supporto tecnico del Dipartimento Turismo, Cultura e Paesaggio. Si tratta di un provvedimento che dà attuazione alla delibera n. 162 del 14 marzo 2016 che prevede la strategia da mettere in campo per la valorizzazione dell'Aeroporto e che si articola in tre livelli di azione a sostegno dello sviluppo turistico regionale. In particolare, l'affidamento del servizio di sviluppo e di realizzazione di azioni di promozione e di comunicazione è finalizzato all'incremento dei flussi turistici attraverso azioni programmate delle compagnie aeree.

Analizziamo quanto scritto:

- **EVIDENZA PUBBLICA:** si tratta proprio di un bando a cui possono partecipare tutti e che cerca il miglior offerente a fronte dell'espletamento di un servizio (pubblicità).

- **BRAND ABRUZZO.** Che è? Ad intuito dovrebbe essere il "marchio Abruzzo" cioè un marchio identificativo di qualcosa di molto preciso e dettagliato, possibilmente attinente al turismo, che sarebbe lo strumento per "vendere" le nostre località turistiche agli stranieri. Il "brand Abruzzo" però non esiste e su questo discorso si dovrebbe aprire l'ennesima voragine poco dignitosa che coinvolgerebbe l'incapacità e l'ottusità di decine di classi politiche che hanno speso centinaia di milioni di euro in passato con la scusa di pubblicizzare l'Abruzzo con il risultato che oggi più di ieri l'Abruzzo è sconosciuto al mondo.

- «**COMPAGNIE AEREE E/O PROPRI CONCESSIONARI**»: la dicitura è chiara ed identifica una compagnia aerea che controlla anche una società concessionaria di pubblicità. E' probabile che l'unico

vettore con una società simile sia proprio Ryanair e anche facendo ricerche non ne saltano fuori altre. Ma basta attendere per capire in quanti concorreranno. Anche questo dettaglio ulteriore fa sorgere il dubbio che si tratti di un bando pubblico aperto formalmente a tutti ma realmente ristretto ad uno: il vincitore?

IL BANNER DA UN MILIONE DI EURO L'ANNO

Purtroppo nulla di nuovo perchè anche questa manovra di presunto marketing è un film già visto in passato quando la Saga, godendo dell'ombra e del silenzio dei più, stipulò contratti segreti col vettore (formalmente sconosciuti alla Regione ma non alla politica), poi svelati da PrimaDaNoi.it. Uno dei contratti prevedeva proprio che ulteriori soldi sarebbero fluiti al vettore attraverso una "sponsorizzazione" pagata cara annualmente.

Dal 2009, data di stipula dell'ultimo contratto, nessuno si è mai preoccupato del "brand Abruzzo" ma si può dire che i risultati dell'investimento non siano stati eccezionali se è vero che tra tutti i passeggeri trasportati da Ryanair da e per Pescara la stragrande maggioranza è outcoming (cioè abruzzesi che viaggiano e non stranieri che arrivano).

Dal 2009 la Saga firmò e rinnovò nel 2014 il contratto segreto che permetteva il pagamento di 1 mln di euro all'anno per un piccolo banner letteralmente infognato in una pagina più che secondaria del pure popolarissimo sito di Ryanair. I grandi esperti di marketing della Saga hanno approvato il "bannerino" alla base di una colonna lunghissima di altre succulente località turistiche difficili da non scegliere e mai hanno chiesto i giustificativi, cioè la prova del ritorno effettivo di immagine (clic, visualizzazioni).

La Saga che è società che vive di soldi pubblici ha valutato il ritorno economico dell'investimento? In che modo?

Anche questa sponsorizzazione di fatto può essere considerata solo un escamotage per dare ulteriori fondi pubblici al vettore che insieme a quelli tarati sul singolo passeggero garantisce voli "low cost" e bilanci miliardari.

Ritornando al presente, siccome l'annuncio del bando pubblico è stato dato dopo l'incontro con Ryanair e la delibera approvata il giorno dopo è sbagliato dire che il bando stesso sia parte dell'accordo per far rimanere in Italia Ryanair?

E' sbagliato dire che il bando "blindato" è stato concordato con il futuro vincitore nel massimo tavolo istituzionale governativo?

RYANAIR ED IL GRANDE ANNUNCIO DEGLI INVESTIMENTI

Passano ancora meno di 24 ore ed il 5 agosto Ryanair fa il grande annuncio:

RYANAIR PROPONE SETTE NUOVE DESTINAZIONI PER L'AEROPORTO D'ABRUZZO

Sono sette le nuove destinazioni proposte da Ryanair alla Saga e alla Regione Abruzzo per il futuro: DUBLINO, capitale molto amata dai giovani di quell'Irlanda in forte sviluppo (PIL 7.8% nel 2015); EAST MIDLANDS, aeroporto inglese che serve le città di Leicester, Derby e Nottingham, situato a 60 km da Birmingham (seconda città della Gran Bretagna); VALENCIA, terza città della Spagna nonché luogo di elevato interesse architettonico; MARSIGLIA, seconda città per popolazione e primo porto della Francia, capitale europea della cultura nel 2013; VILNIUS, capitale della Lituania, il cui centro storico è stato dichiarato Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco; VARSAVIA, capitale della Polonia, città ricca di storia e cuore pulsante di una nazione che sta conoscendo una buona crescita economica (PIL 3.3% nel 2014 e 3.6% l'anno scorso); CRACOVIA, antica città d'arte nella quale è custodito il famoso dipinto di Leonardo da Vinci "La dama con l'ermellino". Naturalmente verranno mantenute anche le rotte attive attualmente.

L'entusiasmo è tanto ed il presidente D'Alfonso, vero motore di tutto questo fronte che dall'Abruzzo è arrivato a Roma per poi ripetere il gioco in Europa, deve fare una dichiarazione anche questa stampata dall'ufficio stampa:

«Nel quadro del rinnovato rapporto di fiducia con l’Abruzzo – spiega il Presidente della Giunta regionale Luciano D’Alfonso – Ryanair ci ha proposto questa rosa di nuove destinazioni, all’interno della quale faremo le nostre scelte. L’intesa con il vettore irlandese viaggia sulle ali dell’entusiasmo per quanto deciso mercoledì scorso con il Governo, e già ieri abbiamo voluto dare l’ennesimo segnale di alacre risolutezza approvando un delibera relativa a un bando pubblico per la selezione di compagnie aeree (o propri concessionari di spazi pubblicitari) per la realizzazione di un progetto teso a valorizzare turisticamente l’aeroporto d’Abruzzo e veicolare il brand Abruzzo nei mercati di riferimento».

Dunque ancora un richiamo al bando pubblico del giorno prima come parte dell’accordo con Ryanair come se gli irlandesi avessero bisogno di una campagna pubblicitaria fatta da altri per poter vendere più biglietti per l’Abruzzo.

Ma in fin dei conti che importa se bisogna ricorrere a questi mezzi se in ballo c’è «l’economia di una intera regione».

D’Alfonso & Co hanno già dimostrato con i fatti che le soluzioni si perseguono a tutti i costi e con qualunque mezzo.

Dunque si continui pure a pagare Ryanair con soldi pubblici ma, poi, se i 3,4mln di euro non porteranno frotte di stranieri -con buona pece del “brand Abruzzo”- come la mettiamo?

La differenza tra un buon amministratore ed uno pessimo è la stessa che corre tra una buona soluzione ed una pessima.

