

Pioggia di soldi e immagine della città rilanciata a livello mondiale. Uno studio della Deloitte promuove le gare di vela. Più difficile promuovere lo studio stesso, ricco di contraddizioni, omissioni e dati di dubbia attendibilità.

All'improvviso Napoli si è svegliata ricca. A sentenziarlo è uno studio della **Deloitte** (tra le principali società di revisione, famosa per essere stata tra i certificatori dei bilanci Parmalat), presentato questa mattina nel corso di una conferenza stampa all'Unione Industriali, che ha valutato l'impatto sull'economia cittadina delle gare esibizione di vela del circuito **America's Cup World Series**, con entrate per **36 milioni di euro** nelle casse cittadine, a fronte di una spesa stimata in 12,2 milioni di euro.

Purtroppo per le casse comunali difficilmente queste proiezioni avranno una reale consistenza. Lo studio, infatti, è approssimativo, pieno di lacune, omissioni e valutazioni, in taluni casi, discutibili. Vediamo perché.

PREVISIONI NON RISPETTATE - Innanzitutto l'**impatto economico diretto** degli eventi è stimato in **16,2 milioni di euro**. Una cifra di gran lunga inferiore rispetto a quella preannunciata dal vicesindaco Sodano, che in un intervento in Consiglio comunale, citando uno studio della stessa società olandese Deloitte, aveva previsto un impatto diretto per 38 milioni di euro.

I COSTI - Il dato, comunque, sarebbe ugualmente soddisfacente, se confrontato con le spese pari alla somma di **12,2 milioni di euro**, così ripartiti: 5 per i diritti dell'evento, 4 per le opere pubbliche, 1,2 per il piano eventi, 1,2 per l'allestimento del villaggio, 0,8 per il misterioso piano di comunicazione che si sarebbe realizzato con assegnazione del bando a una settimana dall'inizio dell'evento.

INSPIEGABILI OMISSIONI - Se per le entrate sono state considerate quelle dirette e quelle indirette, nell'analisi incomprensibilmente non sono state prese in considerazione le **uscite collaterali**

, come le maggiori spese sostenute dal Comune per la polizia municipale e i trasporti. Spese certe, non affidate a calcoli statistici o a contorte proiezioni. In particolare le partecipate dei *trasporti*, Anm e Metronapoli, hanno chiesto al Comune **1 milione e 120 mila euro** per le aperture prolungate di stazioni e i servizi straordinari garantiti nel periodo delle gare. Per non parlare dei mancati introiti derivanti dalla sottrazione delle
strisce blu
gestite da Napoli Park nell'area del lungomare e dei maggiori costi derivanti dal maggiore impiego della
Polizia Municipale
.
Già questa omissione è sufficiente per generare dubbi sull'attendibilità della stima dell'impatto economico, definito dagli autori stessi "teorico".

LE ENTRATE DIRETTE - Prendendo per veri i dati sulle entrate dirette, si evince che la Coppa America se la sono pagata i napoletani. I 16,2 milioni di euro di introiti diretti, infatti, sono stati divisi sull'apporto fornito da quattro categorie: **i team in gara (300mila euro), lo staff Acea (600mila euro), i 352 giornalisti (200mila) e gli spettatori (15,1 milioni)** . Questi ultimi, stimati intorno alle 500 mila unità, per tre quarti sono stati napoletani.



ARRIVI - Sul fronte arrivi ci si è attenuti a rilevazioni parziali, su un numero marginale di alberghi, che mettono a confronto i dati con quelli registrati l'anno precedente, allorquando la città di Napoli era in piena emergenza rifiuti e non si era nella settimana pasquale. In particolare nella relazione finale di Deloitte si fa riferimento alle rilevazioni di *Str Global* per l'*Osservatorio di Confindustria Aica*
(su appena cinque alberghi), che constatano un incremento del 2,6% rispetto all'aprile 2011. Un risultato, tuttavia, meno soddisfacente del mese precedente, quando negli stessi cinque alberghi si è registrato un aumento rispetto al marzo 2011 dell'11,2, ben più consistente. Un effetto, dunque, difficilmente riconducibile alle gare di vela.

TELESPETTATORI - Il dato palesemente alterato è relativo al numero di telespettatori che hanno seguito in televisione le gare. L'evento ha beneficiato di **98,1 ore di**

trasmissioni su 29 canali televisivi di tutto il mondo
, per un audience complessiva di
75 milioni di telespettatori
. Di questi, ben 49 milioni in Italia (pari, per capirci, almeno a due gare della Nazionale di calcio italiana nella fase finale di una competizione ufficiale come gli Europei). Nel nostro Paese l'esclusiva di trasmissione è stata acquistata da Mediaset, che ha mandato in onda la giornata conclusiva su
Italia 1
, con un audience di 1,2 milioni di telespettatori (dati auditel). Le altre giornate hanno avuto una copertura di due ore ciascuna su
Italia 2
, canale del digitale terrestre che ha una media di share sull'intera giornata compreso tra 0,20 e 0,30 per cento. Per accrescere il numero di telespettatori nel computo totale, l'unica strada possibile è stata quella di inserire i passaggi nei telegiornali e nei programmi di informazione sportiva. Il che significa che al massimo si possono contare due o tre minuti per servizio. Se questo è stato il calcolo compiuto per le trasmissioni italiane, è facile comprendere come i restanti 26 milioni di telespettatori nel mondo che avrebbero seguito l'evento, al massimo avranno visto poche strambate.

NUOVI POSTI DI LAVORO, NON PERVENUTI - Da approfondire, infine, chi sono i beneficiari di questa pioggia di soldi piovuti su Napoli e in che termini la città e i suoi abitanti ne beneficeranno. Della ricaduta occupazionale, stimata originariamente in 1.370 nuove unità lavorative, si sono perse le tracce nella relazione finale. Come della certezza dei dati, che hanno lasciato spazio all'inventiva e all'approccio positivo tipicamente partenopeo.
Paolo Carotenuto