

## EXPO, CASA ABRUZZO DA 390 MILA EURO: TUTTI I NOMI E QUANTO HANNO INCASSATO

16 Luglio 2015



L'AQUILA – Costa circa 390 mila euro agli abruzzesi l'insediamento "Casa Abruzzo", inaugurato lo scorso 2 maggio, realizzato a Brera, alle porte di Milano, nello Spazio Fiorichiari temporary shop, per promuovere le attività e le peculiarità della regione per la durata dell'Expo 2015.

Per l'affitto del palazzetto da due piani in una zona lontana dal cuore dell'esposizione universale è stato investito il 35% del budget complessivo che ammonta a circa 1,5 milioni di euro (2 milioni compresa Iva), stanziato dalla Regione Abruzzo nell'ambito dei fondi Fas.

La scelta di una "Casa Abruzzo" in una location lontano dai padiglioni dell'Expo, ritenuti costosi e dispersivi, è stata adottata dopo un'analisi approfondita, anche con abruzzesi che hanno fatto carriera a Milano, fatta dalla Regione insieme alle quattro camere di commercio e all'Associazione nazionale dei Comuni italiani (Anci) abruzzese che sono nel comitato promotore, coordinato come soggetto attuatore da Abruzzo sviluppo, società di promozione industriale controllata dalla Regione alla quale è stata assegnata la gestione delle somme.

Anche se complessivamente c'è da dire che l'operazione-Expo in Abruzzo è partita in ritardo, in un clima di polemiche e con incertezze fino alla fine soprattutto sui fondi.

Questo anche perché non c'è stato sempre accordo sulla strada da imboccare, e in tal senso, secondo quanto si è appreso, la non piena condivisione sarebbe stata espressa anche dallo stesso governatore, Luciano D'Alfonso, che infatti, a sorpresa, appare defilato rispetto alle attività messe in campo.

Comunque sia, la scelta di Casa Abruzzo lontano dal cuore dell'Expo è stata invece voluta anche dal consigliere delegato in materia, Camillo D'Alessandro, sottosegretario alla Presidenza della Giunta, braccio destro di D'Alfonso.

Con Brera l'obiettivo è di 'approfittare' della grande capacità attrattiva della rassegna mondiale differenziando la proposta abruzzese in un immobile di prestigio da 170 metri quadrati su due piani, considerano inoltre che, come sottolineano gli organizzatori, la zona dove insiste il palazzetto si trova in un contesto strategico frequentato da migliaia di persone al giorno appartenenti a un target di alto livello.

Alle critiche di uno scarso interesse e affluenza risponde, tra gli altri, il presidente di Abruzzo sviluppo, Giuseppe Cetrullo, il quale spiega che "tutte le iniziative promosse finora sono state molto apprezzate e partecipate".

Un giudizio complessivo per dire se i soldi pubblici siano stati spesi bene si potrà formulare solo al termine dell'evento, al momento di tracciare i bilanci.

Per ora resta l'importante investimento per 6 mesi, anche se in questo caso è molto inferiore rispetto alle Regioni che sono nel padiglione e soprattutto in riferimento a quanto l'Abruzzo ha investito per altri eventi come l'Adunata degli alpini, circa 700 mila euro per tre giorni, e i Giochi del Mediterraneo sulla spiaggia, 1,5 milioni per una settimana.

Comunque, una somma che salta all'occhio nel leggere la lista delle spese sostenute, inviata a questo giornale da Abruzzo sviluppo dopo l'istanza di accesso agli atti presentata per verificare anche i procedimenti amministrativi ai sensi della legge sulla trasparenza.

## I COSTI

Considerevoli sono i costi per il funzionamento e la valorizzazione di "Casa Abruzzo".

In questo senso, una voce importante è legata alla comunicazione, intesa come ufficio stampa, con i contratti di un anno a 43.920 euro lordi stipulato con l'abruzzese Cristiana Canosa, vera anima dell'organizzazione, e 50 mila euro tondi, sempre lordi, con Nello Bologna, un abruzzese trapiantato a Milano che ha la competenza dei rapporti con i media nazionali.

Come strumento per propagandare l'Abruzzo a Milano, accanto a campagne sui media nazionali come Rai e Sky, è stato inserito anche l'acquisto di spazi pubblicitari sui media abruzzesi.

All'inizio, pochi giorni prima dell'inaugurazione, sono state "premiare" le sole televisioni locali, invitate con il servizio transportation a Milano per l'evento del 2 maggio. Un'operazione che avrebbe visto l'esclusione del mondo del web.

Dopo questa discriminazione e un'accurata riflessione, Abruzzo sviluppo è tornata sui propri passi, con il coinvolgimento dell'informazione online, compreso questo giornale.

A proposito di media locali, c'è stato un dibattito acceso sull'efficacia o meno delle azioni messe in campo, ma è prevalso il principio che, in occasione di grandi eventi, sia doveroso concedere la possibilità di avere commesse anche agli editori abruzzesi, soprattutto ai piccoli, sempre più in difficoltà.

A livello amministrativo tutte le scelte sono state fatte direttamente, con i soli paletti del rispetto del Codice degli appalti (sono commesse sotto soglia e non necessitano di gara) e con un criterio qualitativo di comparazione curriculare.

Come siano stati scelti, però, i curriculum da comparare, questo non si sa.

## LA MACCHINA ORGANIZZATIVA

Le decisioni sono state prese attraverso un Comitato promotore composto dalle autorità di gestione dei programmi operativi finanziati da fondi comunitari, Unioncamere Abruzzo, le Camere di commercio dell'Aquila, Pescara, Chieti e Teramo, il Centro estero delle Camere di commercio d'Abruzzo, l'Associazione nazionale comuni d'Italia regionale, il presidente della Fondazione Carispaq, Marco Fanfani, le Università dell'Aquila, Chieti-Pescara e Teramo.

Quanto alle fonti normative, la delibera di Giunta regionale numero 750 del 14 novembre 2014 ha individuato come soggetto attuatore proprio Abruzzo sviluppo, che è società "in house", ossia in grado di ricevere commesse a chiamata diretta.

Un'altra delibera, la numero 23 del 16 gennaio 2015, conferma ufficialmente il budget di 2 milioni e ne stanziava 430 mila per le future iniziative "Dall'Expo ai territori" che sulla scorta dell'evento milanese si terranno poi in regione.

L'origine dei quattrini è comunitaria. Si tratta dei fondi del Programma attuativo regionale - Fondo sviluppo e coesione (Par-Fsc, gli ex Fondi per le aree sottoutilizzate, Fas) e dalla partecipazione con risorse proprie, non meglio quantificate, delle quattro Camere di commercio abruzzesi.

Sempre secondo le informazioni diffuse a questo giornale, al 26 maggio la Regione ha erogato un'anticipazione di 655.737,70 euro Iva esclusa mentre la disponibilità di cassa è pari a 204.458,15 euro.

La società ha svelato di aver dovuto, tra l'altro, "ricorrere a un affidamento bancario al fine di poter adempiere nei tempi ristretti a disposizione per ottemperare agli obblighi scaturenti dalla Convenzione nell'attuazione del programma".

Il tema interessante sono le modalità con cui sono stati affidati i servizi logistici, di comunicazione e di gestione dello spazio Casa Abruzzo.

Abruzzo Sviluppo assicura che le modalità di affidamento "rispettano la normativa prescritta nel Codice degli appalti, con le norme speciali più restrittive stabilite dal Regolamento Par Fsc, per i fornitori di beni e servizi".

È stata inoltre applicata la comparazione curriculare, una procedura gestionale interna relativa all'acquisto di beni e servizi prevista dal Manuale di governance della stessa società organizzatrice.

Tra gli accordi, al 26 maggio risultava in corso la stipula della convenzione con le 4 Camere di commercio, già siglata quella

con le Università di Teramo e dell'Aquila e in corso di stipula l'accordo con l'Ateneo di Chieti-Pescara.

C'è da sottolineare un dato: il documento con l'istanza di accesso agli atti *AbruzzoWeb* lo ha inoltrato al presidente Cetrullo e al quadro Elena Tiberio, moglie del consigliere delegato D'Alessandro, che ha risposto di non avere voce in capitolo.

Tanto che, proprio per rimuovere la problematica della parentela, è stato nominato come responsabile unico del procedimento lo stesso presidente Cetrullo che, quindi, firma tutti i provvedimenti.

“Con delibera del 10/12/2014, il Consiglio di amministrazione di Abruzzo Sviluppo procedeva a nominare, ai sensi della L.241/90, quale responsabile unico del procedimento, il dott. Giuseppe Cetrullo, già presidente e amministratore delegato di Abruzzo Sviluppo – ha scritto la Tiberio lo scorso 12 maggio rispondendo alla email di questo giornale – Dopo adeguata disamina di merito, sarà pertanto compito del suindicato Rup provvedere a fornire adeguata risposta”.

E il 9 giugno Cetrullo ha spedito un messaggi con i dati dell'impegno abruzzese in Expo e in Casa Abruzzo.

#### LE VOCI

La voce di spesa maggiore del bottino per Casa Abruzzo sono i 384 mila euro per l'identificazione e l'affitto dello spazio di 170 metri quadrati su due piani, affidate a Gtm Srl.

È una società non meglio specificata che dovrebbe essere solo omonima rispetto a quella che si occupa di trasporti pescaresi (peraltro ormai fusa nella Tua), con lo stesso nome esiste anche una società immobiliare di Bergamo.

Tolta questa spesa, che da sola vale oltre il 50% del budget, peraltro già liquidata quasi del tutto, 315 mila euro erogati, i fornitori top sono tutti quelli coinvolti nell'ambito della comunicazione e della pubblicità.

In particolare, ai primi posti ci sono i già citati Nello Bologna (ufficio stampa, relazioni esterne, consulenza specialistica) 50.000 euro, e Cristiana Canosa (raccordo operativo attività di comunicazione e promozione) 43.920 euro, seguiti da Sky Italia (passaggi pubblicitari per 15 giorni) 34.221 euro, Graf Color Srl (realizzazione allestimento spazio espositivo a rotazione e disallestimento) 32.001 euro, Manzoni & C. Spa (spazi pubblicitari su giornali e spazi online) 31.139,28 euro, Rai Pubblicità (promozione sulle reti Rai) 30.500 euro e l'agenzia Ansa (promozione su agenzia e quotidiani) 21.960 euro.

Accanto a questi fornitori di rilevanza nazionale c'è stato un grosso investimento da 28.483 euro complessivi su riprese televisive e dirette che ha premiato a pioggia numerose emittenti locali.

La parte del leone, un quinto del totale, va a Mediasix Srl con 5.368 euro, seguono Teleponte Fin Television Srl, 3.843 euro, Kiara Srl e Abruzzo Tv Srl, 3.660 euro ciascuno, Gruppo Air Srl 3.294 euro, Rete 8 Srl e Aquila Communication di Christian De Rosa, 2.440 euro ciascuno, Editrice Cenere di Rosa 1.708 euro, Tele9 della Finset Media Srl 1.220 euro, infine Tvq – Televisione Qualità Srl 850 euro, questi ultimi curiosamente gli unici già erogati di tutto questo bottino.

Le altre spese di una certa rilevanza stanziato a Marina Luigia De Luca (supporto operativo attività di comunicazione e promozione – segreteria organizzativa) 12.000 euro, Sangritana Viaggi e Vacanze (trasporto) 11.468 euro, Social Needs Srl Unipersonale (materiale promozionale, cartaceo, personalizzazione luoghi, pannelli vari, riprese video e servizi fotografici) 10.000 euro.

Per completare il quadro mancano i soldi assegnati a Igpdecaux (presenza su linea metropolitana Milano – 2 settimane) 12.200 euro, Di Tommaso e Tiziana Di Renzo (personale dedicato Casa Abruzzo) 10.000 euro ciascuno, Fedegroup Srl (catering) 2.120 euro, Officina delle invenzioni di Elisabetta Di Bucchianico (gadget) 1.830 euro, Oltre di Chiara Valli (eventi musicali e culturali) 652,70 euro, As Sound (eventi locali correlati ai progetti interregionali) 488 euro e infine 100 euro di materiale promozionale.