

NAPOLI - 1 / LO SCUDETTO E L'ECONOMIA

# Un miracolo tira l'altro

**Qualcuno ritiene che la vittoria nel campionato di calcio non avrà riflessi sulla vita della città. Ma l'alloro sportivo sembra piuttosto un sintomo fra i tanti di ripresa, lo stimolo alla costruzione di una Napoli inedita**

*Negli anni 60 Napoli, capitale della depressione meridionale, pagò 106 milioni (dell'epoca) il calciatore Jeppson. Era un primato che faceva scandalo. Se ne vantava la gestione apparentemente mecenatistica di Lauro; ne erano orgogliose le folle che, ignare e fanatiche, soggiacevano alla schiavitù di una inevitabile corruzione. Napoli e con Napoli il mezzogiorno sembravano condannati all'abbandono, costretti a un'inesorabile degradazione civile, sociale, economica. L'avanzata della camorra e le disavventure del ceto politico locale sembravano fare in modo che solo attraverso la passione del calcio la città potesse trovare il senso di comunità di cui le vicende della storia l'hanno privata. Sembrava. Per come è stata raggiunta, per come è stata accolta, la conquista dello scudetto diventa rivelatrice di un fermento e di mutamenti importanti nelle ambizioni e nel modo di vivere la realtà economica e sociale. Nuove spinte imprenditoriali, capacità nuove di iniziativa: quelle che hanno accompagnato la conquista dello scudetto, quelle che, forse, ne sono favorite.*

«**E** oggi parleremo dello scudetto...». Facoltà di economia e commercio, martedì 12 maggio. Nell'aula del vecchio palazzo di via Partenope, sul lungomare di fronte a Castel dell'Ovo, Luca Meldolesi, professore di politica economica, comincia una lezione inusuale. E dai 20 studenti s'alza un coro di consensi: hanno fatto quasi tutti notte, per le strade della città, festeggiando lo scudetto e adesso non gli par vero di poter ragionare su quel che lo scudetto potrà dare a una città e una regione che in economia hanno pochi successi da vantare.

Ma che cosa darà? «Una sferzata d'ottimismo», spiega Meldolesi, «fondata sul successo concreto d'un criterio imprenditoriale con cui il Napoli è stato guidato verso la vittoria». Bell'esempio, infatti, la squadra del Napoli. Presieduta da 18 anni da Corrado Ferlaino, imprenditore immobiliare che detesta essere chiamato palazzinaro (vedere il riquadrato a pag. 64). Governata da un tecnico esperto come Italo Alldi, amministrata da un vero manager del calcio, Pierpaolo Marino, e guidata sul campo da Ottavio Bianchi, un bergamasco silenzioso che ama poco il vanto e molto i risultati, i punti. Animata da una star come Diego Maradona, ma composta anche da altri gioca-

**L'entusiasmo per la conquista dello scudetto stimola i progetti di rilancio economico e sociale di Napoli**



tori, metà dei quali napoletani di Napoli, che faticano davvero, con coscienza e impegno. «Il Napoli», dice ancora Meldolesi, «è proprio un esempio di quello che i miei studenti chiamano la miscela: un misto di spinte individualiste e comportamenti collettivi che stanno alla base della migliore civiltà napoletana, e, perché no?, della sua imprenditorialità più moderna».

Acconsente Gerardo Marotta, avvocato fondatore dell'Istituto italiano per gli studi filosofici, erede spirituale di Benedetto Croce e degli illuministi napoletani della rivoluzione giacobina del 1799: «La vittoria è stata uno straordinario mezzo di affermazione d'identità per i napoletani. Ma attenzione: quest'identità sportiva non rimuoverà la consapevolezza dei tanti drammatici problemi della città. Semmai, la renderà ancora più acuta, critica». In che senso? «I

napoletani chiederanno conto e ragione, soprattutto a se stessi: siamo stati soggetti di storia, attraverso lo sport, e perché dunque non possiamo essere soggetti di storia civile?».

Lo ama molto, l'avvocato Marotta, l'aggettivo «civile». Gli hanno telefonato alcuni tifosi e gli hanno detto: «Napoli è la città dell'Istituto filosofico, famoso in Europa. Noi siamo degni,



Augusto Graziani

di questa civiltà».

Si spreca, infatti, l'orgoglio. Si spreca i festeggiamenti, una settimana intera di bandiere azzurre e canti sino ai fuochi d'artificio alle pendici del Vesuvio, domenica 17. Si spreca anche le feste, nei salotti della Napoli che conta, come quella data dal presidente Ferlaino all'hotel Excelsior o quell'altra organizzata nella villa di Salvatore Toriello, direttore delle relazioni esterne della Finmeccanica, un appassionato tifoso. E Mario Valentino, industriale dell'abbigliamento di moda? La fabbrica è stata imbandierata d'azzurro, con gran tripudio degli operai e degli abitanti del quartiere Sanità. «Una città unita dallo scudetto, un tifo interclassista», sorride Massimo Lo Cicero, economista napoletano, consigliere delegato della Finanziaria dei Valentino e della famiglia Paliotto.

Eccoli tutti pronti a cantare le lodi del Napoli, dai ragazzi di Forcella agli imprenditori alla Giorgio Visocchi, sabato nella bella villa di Capri, domenica immancabilmente allo stadio San Paolo. Tifo e cultura, anche. Lia Rumma, gallerista d'arte alla moda, sorella di Maria Pia Incutti (presidente degli industriali meccanici napoletani), sta preparando una mostra di pittori contemporanei dedicata proprio allo scu-



detto.

Mariano Pane è un armatore e un industriale d'avanguardia (la sua ultima idea, un carro armato costruito con una speciale materia plastica, sarà realizzata in accordo con l'Olivetti). E fa professione di grande ottimismo: «Il terremoto dell'80, pur con tutti i guai che ha provocato, ci ha dato l'occasione per ricostruire pezzi di città. Adesso lo scudetto è come un secondo sisma, delle coscienze, per avere più ottimismo: viviamo di immagini e questa di Napoli campione si tradurrà benissimo in affari».

Ci sono gli affari minuti, i 200 chilometri di stoffa delle bandiere bianco-azzurre, le videocassette dello scudetto preparate dalla Sapri di Calata Trinità Maggiore, i dischi con la voce di Maradona, i telefoni personalizzati con marchio e scudetto prodotti dalla Sime Brondi di Torino, le monete d'oro e d'argento, i diari scolastici e i pastelli: vendite per 2 miliardi nell'87 (la stima assai prudente era stata fatta alla vigilia



Mario Valentino

della vittoria, ma adesso si pensa addirittura a un aumento di cinque volte) e per parecchi altri miliardi nell'88 e 89, secondo i calcoli di Ciro Burattino, piccolo imprenditore che, poco prima dello scudetto, aveva ottenuto in esclusiva l'affidamento triennale della commercializzazione dell'immagine del Napoli.

Altri affari sono legati alla sponsorizzazione della squadra, 1,5 miliardi, secondo l'accordo appena sottoscritto dalla Buitoni (500 milioni in più rispetto allo scorso campionato). E in attesa dei mondiali del '90, già si confida sul fatto che fin dal prossimo campionato il Napoli richiamerà più turismo che in passato. Non è tutto: grazie allo scudetto, il Napoli esordirà tra poco nella coppa dei campioni, con un consistente aumento delle sue entrate (6 miliardi, il frutto di ogni partita). Le stesse previsioni per la Calcionapoli spa sono assai rosee: 70mila abbonati, tanto per partire, con un incasso di 25 miliardi. Il calcio come industria, anche a Napoli, insomma. È un segno di modernità.

Ma queste sono soltanto le ricadute minori, le frange di un'attività molto più ricca, assai più complessa. E quel che a Napoli molti chiamano oramai

«l'economia dello scudetto» è un processo economico di cui lo scudetto è solo un sintomo legato a tanti altri sintomi della ripresa, uno stimolo alla costruzione di una nuova Napoli, economicamente attiva e in gran parte ancora inedita.

Di questa Napoli, per esempio, c'è chi dà una definizione accattivante: «Il regno del possibile». Suonava così il tema di un convegno organizzato nel dicembre scorso dalla Confindustria per cominciare a discutere di ristrutturazione del centro storico terremotato,

degradato, stravolto dall'incuria dei pubblici amministratori, mai risanato: un progetto ambizioso, costoso. E di altri, diversi, più piccoli ma già concreti progetti di restauro di monumenti (la chiesa di Santa Chiara, per dirne uno soltanto) e di vivaci iniziative culturali per il rilancio dell'immagine di Napoli parla Mirella Barracco, animatrice con il marito Maurizio, barone, proprietario terriero, un master in business administration alla New York university, e con Paolo Amalfitano, professore universitario di letteratura inglese, di una fondazione che si chiama Napoli 99 e che al restauro dei monumenti e all'utilizzo economico dei beni culturali ha dedicato impegno e ricerche.

«È stato possibile lo scudetto, è possibile una nuova qualità della vita, una nuova civiltà urbana napoletana», dicono a Napoli 99. C'è una singolare coincidenza di intenti, tra questa nobiltà culturalmente impegnata e il sindacato, proprio sui temi della qualità della vita e della Napoli civile. Alla camera del lavoro, due dei segretari, Andrea America, socialista, e Luigi Allocati, comunista, raccontano che la Cgil già tre anni fa aveva lanciato una «vertenza vivibilità» centrata sui servizi, gli spazi verdi, gli impianti sportivi, il recupero dal degrado di ampie zone urbane. Era una vertenza ambiziosa, diretta a usare i finanziamenti pubblici non solo per sostenere provvisoriamente l'economia locale e per dare lavoro temporaneo ai

200mila disoccupati della città, ma soprattutto per cambiare volto a Napoli. America s'appassiona: «Dopo lo scudetto del calcio dobbiamo conquistare gli scudetti del traffico, della nettezza urbana, del funzionamento degli uffici comunali. Ci vuole un gran gioco di squadra».

Ma c'è, al di là di quella in maglia azzurra di capitano Maradona, una nuova squadra di Napoli? A dar retta a Marilù Faraone Mennella, presidente dei giovani industriali napoletani, si direbbe di sì. Marilù ha 25 anni, segue gli affari di famiglia (imprese edili) e fa professione d'ottimismo: «A Napoli stiamo voltando pagina, prevale l'associazionismo come cultura. Tocca a noi giovani imprenditori interpretare il cambiamento, combinando gli interessi imprenditoriali con l'utilizzo delle risorse tradizionali, l'ambiente, i monumenti, per fare cultura, turismo, sviluppo economico».

La squadra della nuova Napoli, dunque. Ne possono far parte gli imprenditori più innovativi, come i De Feo (telematica), come Mario Valentino o Franco Ambrosio (import-export di grano), come i Paliotto (metalmecanica e servizi) o i D'Amato (contenitori alimentari). Accanto a loro possono giocare i giovani dirigenti come Antonio Roberto Lucidi, 35 anni, una lunga esperienza romana all'Aeritalia prima di tornare, l'anno scorso, nella sua Napoli come general manager della Finanziaria («Ne

conosco tanti di manager napoletani emigrati al nord che tornerebbero volentieri, purché le imprese diano loro spazio; ma qui a Napoli prevalgono ancora le gestioni imprenditoriali molto personalizzate o, al massimo, familiari», racconta Lucidi).

Chi mettere ancora in squadra? Per esempio i personaggi alla Vincenzo Nicolò, ex manager Olivetti e Fiat, adesso direttore generale di Innovare, società del Banco di Napoli (90%) e di otto imprenditori napoletani, impegnata nella diffusione dell'innovazione tecnologica: «Stiamo individuando un momento di svolta, nella crescita imprenditoriale napoletana. Alla tradizionale attività edilizia si affiancano le iniziative di una leva di industriali consapevoli del fatto che la sfida dello sviluppo si vince con l'innovazione di prodotti, con la capacità di essere moderni e competitivi». Nicolò sorride apertamente e aggiunge: «Come il Napoli di Maradona, perché no?».

Se proprio si vuol trovare ancora un altro esempio di imprenditore di avanguardia si può andare a cercarlo negli ambienti della Calcionapoli. Ed ecco spuntar fuori Gianni Punzo, vicepresidente della società: è stato lui, infatti, a guidare il trasferimento dei commercianti più attivi dai vicoli tutt'attorno alla vecchia piazza del Mercato all'area del Cis, il nuovo centro commerciale all'ingrosso alle porte di Nola.

Ma attenzione agli eccessi di entusias-

simo. Nel gioco dell'economia dello scudetto, bisogna esser cauti. Avverte Nicolò: «I processi di rinnovamento, le vittorie pur significative sinora ottenute dall'imprenditoria locale sui mercati vanno salvaguardate e protette da politiche stabili, da servizi funzionanti, da ristrutturazioni del tessuto urbano napoletano, affinché a imprese efficienti corrisponda una città efficiente».

Efficiente come? Come la grande industria, come la Fiat, per esempio. La gioia dei napoletani per lo scudetto ha lasciato da parte le polemiche antinordiste e soltanto in via Monte di Dio è stato steso uno striscione che procla-



Mirella Barracco

ma: «Meglio uno scudetto da leone che 22 da Agnelli». Risolta così rapidamente la competizione con la Juventus, sono in molti a saltar rapidamente dal calcio all'economia e a guardare alle grandi imprese settentrionali come a dei fondamentali alleati nell'operazione sviluppo di Napoli.

A Pomigliano d'Arco, nello stabilimento Alfa-Lancia le tensioni sulla ristrutturazione delle attività secondo il modello Fiat non sono state sopite tra gli operai. Ma all'interno della Cgil parecchi sostengono: la classe operaia napoletana era parzialmente malata di scarsa produttività, di assistenzialismo. La mano Fiat può aiutare alla diffusione di una cultura dell'efficienza e della produttività. Napoli ne ha bisogno. E





sui giornali locali i commentatori hanno sottolineato con enfasi soddisfatta come nelle fabbriche napoletane, all'indomani dello scudetto, tutti gli operai siano tranquillamente andati a lavorare. È nuova Napoli anche questa, insomma.

Tutto bene allora? No. Perché nel quadro dell'entusiasmo per i successi, ecco che restano alla ribalta vecchi malanni ed emergono nuove preoccupazioni. Per esempio, quelle legate al ridimensionamento delle attività industriali delle partecipazioni statali, con la chiusura della Cirio (Sme). O quelle fondate sulla prevalenza della spesa pubblica per appalti come motore per l'economia locale. Sono timori nutriti da Augusto Graziani, professore di politica economica all'università di Napoli: «Ci sono imprenditori innovativi, che

sfidano il mercato, hanno una visione moderna dei processi economici, sono imprenditori completi. E ci sono però, sempre presenti e potenti, i costruttori, la maggioranza dell'imprenditoria locale, dipendente dal gioco degli appalti. Ma la spesa pubblica, per quanto adesso sia massiccia, prima o poi sarà ridimensionata. Che economia ci rimarrà, allora? Dovremo fare i conti con una città sempre più carica di cemento, sempre più congestionata, sempre meno attraente e meno ricca di imprenditorialità moderna».

Altri segnali d'allarme arrivano dai responsabili dell'ordine pubblico. A metà marzo, alla commissione parlamentare antimafia, Vincenzo Parisi, capo della polizia e Roberto Jucci, comandante dei carabinieri, hanno raccontato che in Campania la camorra,

## DI CHE PASTA È FERLAINO

Gran bella soddisfazione, star nel cuore dell'ingegner Carlo De Benedetti. I collaboratori di Corrado Ferlaino, nel palazzotto di piazza dei Martiri, centro del passeggio elegante napoletano, sono gongolanti: «Già, già, il nostro presidente e l'ingegnere vanno proprio d'amore e d'accordo...». La riprova? La firma messa pochi giorni fa dagli amministratori della Buitoni (gruppo De Benedetti, appunto) sotto il contratto di rinnovo della sponsorizzazione del Napoli per il prossimo campionato. La cifra? 1,5 miliardi.

E lui, l'eroe napoletano di queste settimane? Ha risposto di no a Ciriaco De Mita che lo voleva in lista per la Dc e si gode il successo arrivato dopo 18 anni di presidenza della squadra, una lunghissima stagione di fatiche, polemiche, amarezze (sono rimasti famosi i suoi conflitti pubblici con l'ex sindaco di Napoli Maurizio Valenzi, comunista, a proposito dell'affitto dello stadio e degli ingaggi astronomici di alcuni giocatori). Dicono adesso di lui: «Ricco imprenditore lo era già da tempo. I suoi affari, grazie allo scudetto, andranno sempre meglio». Che affari?

Il cuore dell'impero economico di Corrado Ferlaino, figlio d'un costruttore edile già ricco e potente negli anni 50, una grande passione per le auto da corsa (vinse anni fa perfino un rally della targa Florio), è una finanziaria, la Iper, 30 miliardi di fatturato. E ad amministrare la Iper, c'è la sua terza moglie, Patrizia Boldoni, una giovane professoressa di filosofia che ha abbandonato le ricerche su Hegel e le aule universitarie per occuparsi di attività immobiliare. Dalla Iper dipendono una ventina di società

immobiliari (un fatturato complessivo di altri 50 miliardi circa) impegnate in alcuni dei più lucrosi affari dell'edilizia napoletana degli ultimi anni, dal riutilizzo dell'area degli impianti industriali della Snia Viscosa per un centro commerciale sino al nuovo centro direzionale. Dicono di lui: «Mediatore immobiliare, Ferlaino. E non palazzinaro: un mattone che sia un mattone, le imprese di Ferlaino non l'hanno mai tirato su. Si fanno affari sulla individuazione delle aree, la lottizzazione, l'urbanizzazione, la collocazione sul mercato».

E che tipo di imprenditore è? Basta forse, per spiegarlo, un'autodefinizione, estratta da una recente intervista al mensile napoletano *Itinerario*: «Io sono soprattutto un individualista, amo me stesso e tutta la mia vita. Sono figlio dell'edilizia privata. La mia fortuna è di essere venuto dopo quel gruppo di immobilieri la cui mentalità ha danneggiato fortemente Napoli».



Eugenio Buontempo

dopo i cedimenti dell'apparato cutoliano, fa registrare una precarietà di equilibri fra le diverse cosche, ma si impegna egualmente nei più disparati campi dell'illecito. Le organizzazioni criminali stanno penetrando in maniera sempre più evidente «nel circuito del sistema economico». E non mancano timori di rapporti tra camorra, criminalità, economia e terrorismo. La costituzione e il rafforzamento di relazioni già oggi paventate e di cui si scorgono tracce.

C'è un altro problema di fondo che preoccupa tutti i napoletani e può compromettere ogni bel gioco di ripresa economica: l'assenza di un governo locale efficiente (Napoli, ancora una volta affidata a un commissario straordinario, il prefetto Sergio Vitiello, non ha da anni un sindaco, una giunta e un consiglio comunale funzionante; e il prossimo 14 giugno si va alle elezioni comunali anticipate).

L'economia dello scudetto, così, rischia di tradursi soltanto in gioia dello scudetto e in illusione di un vero sviluppo. Allarmato, Gerardo Marotta sfoglia libri di storia e di filosofia nel suo studio a palazzo Serra di Cassano e ricorda che proprio Hegel, nella *Filosofia del diritto*, aveva scritto che «la plebe napoletana vive legata all'accidentale», fuori dalla storia, senza progetto, cioè: «Temo da anni», spiega Marotta, «che questa definizione possa essere estesa all'odierna borghesia napoletana».

na. Questa borghesia, lo so, non ama esser definita lazzarona, incapace di storia. Ma non ha finora dimostrato di saper curare l'interesse pubblico, lo sviluppo di Napoli». Ovvero, per dirla in positivo: Se i buoni borghesi vorranno

ravvedersi...». L'avvocato Marotta ci spera. La scommessa dell'economia dello scudetto, insomma, è appena cominciata. Anche se con pochi giocatori.

Antonio Calabrò  
Goffredo Locatelli

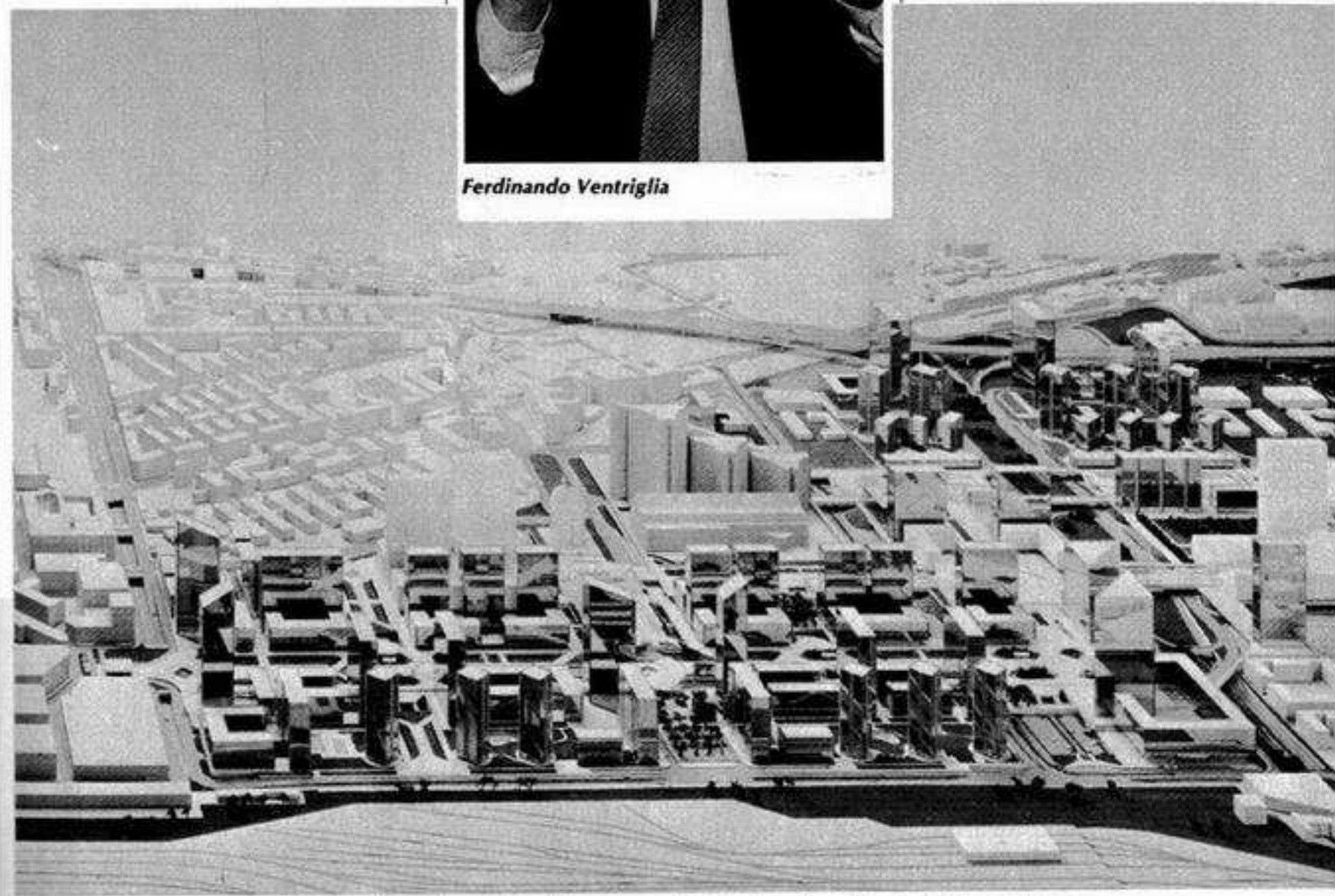
## NAPOLI - 2/I NUOVI IMPRENDITORI

# Crescere dai bassi

Che ci faceva Cesare Romiti la mattina di domenica 10 maggio sul molo di Mergellina? Risposta: «Sono qui per il Napoli che vince lo scudetto». Infatti, dopo una colazione al sole di Capri, l'amministratore delegato della Fiat è andato allo stadio San Paolo per assistere alla gran festa biancoazzurra. Ma la battuta di Romiti non celava solo il fair play stile Juventus verso la squadra di Diego Maradona. Fin troppo facile era cogliervi un significato simbolico al di là dello sport: il grande nord dell'industria e della finanza punta gli occhi su Napoli in un momento che per la città del Vesuvio è magico non soltanto per il calcio.



Ferdinando Ventriglia



Progetto planovolumetrico del nuovo centro direzionale realizzato da Kenzo Tange



Napoli il più grande cantiere d'Europa, dove si costruisce un centro direzionale alla Manhattan. Napoli investita da una pioggia senza precedenti di soldi pubblici e privati. Napoli che secondo alcuni economisti potrebbe scoprirsi nel duemila la città più moderna d'Italia. Napoli che sicuramente è già oggi una capitale del business. Non se n'è accorta solo la Fiat. C'è Silvio Berlusconi che dichiara: «Oggi Napoli ci interessa per la pubblicità e per le produzioni giornalistiche. Sarà una nostra base». C'è Carlo De Benedetti che acquista il 33% del pastificio Pezzullo e costruisce nel centro direzionale un proprio quartier generale. C'è la Falck che tratta per l'acciaieria di Bagnoli e concorre al salvataggio dell'editrice Guida. C'è il *Sole-24 Ore* che programma di aprire qui una redazione per tutto il sud.

«Sì, il momento è magico davvero», si