

#SALVIAMOLECHIESE

Napoli, l'ombra della Camorra sulla chiesa "in vetrina"

ATTUALITÀ

08_09_2019



**Andrea
Zambrano**



Lavori così lunghi da sembrare finti, pubblicità vere e pagate a caro prezzo. E adesso anche lo spettro della Camorra. Sulla chiesa di Santa Maria in Portosalvo a Napoli si sta abbattendo una tempesta come quelle che d'inverno arrivano dal mare e si infrangono

contro il molo su cui si affaccia lo scrigno seicentesco ormai chiuso da 30 anni. La società che gestisce la raccolta pubblicitaria sui ponteggi della chiesa, la SPM, è finita nei guai: è sospettata di far parte di una rete di attività illecite per finanziare uno dei clan dei Casalesi. Al momento si tratta soltanto di indagini della Dda partenopea, ma l'imbarazzo negli uffici in Largo Donnaregina dove ha sede la curia, è grande, soprattutto dopo il blitz effettuato dalla Dia a metà luglio quando è scattata l'operazione che ha portato all'arresto di 11 persone e al sequestro di una tipografia e diverse agenzie pubblicitarie, tra cui appunto la Spm. Andiamo con ordine.

UNA CHIESA IN VETRINA

Come i lettori della *Nuova BQ* sanno, la chiesa di Santa Maria in Portosalvo è oggetto di restauri che sembrano eterni e che vengono finanziati attraverso un sistema di raccolta pubblicitaria (leggi [qui](#) l'articolo e la campagna [#salviamolechiese](#)). In pratica, essendo la chiesa posta come "spartitraffico" tra due direttrici nevralgiche della zona del porto di Napoli e avendo così una grande visibilità in termini di "visualizzazioni", è fatta oggetto dal 2010 di una massiccia operazione commerciale. Sulle pareti della chiesa infatti, ci si vanta di essere visti da tutti.

I volantini della Spm che promuovono l'operazione di sponsoring di utilità sociale finalizzata al restauro del tempio mostrano la chiesa come fosse "in vetrina", in una zona molto trafficata di Napoli che può contare sulla visibilità di 9.000 croceristi e turisti che lì attraccano con i traghetti e 200mila veicoli di passaggio nel giorno medio. A fronte di una esposizione così importante, la Spm proponeva un prezzo di listino di 120mila euro al mese. Il meccanismo è semplice, lecito, anche se molto discutibile dal punto di vista del rispetto del sacro, ma proprio perché la causa avrebbe dovuto essere quella di raccogliere soldi per il restauro, è parsa a tutti la soluzione giusta. Così è stato.



SOLDI TANTI, RESTAURI POCCHI

Solo che adesso sono venuti a galla tutti i problemi. La Spm, che gestisce la pubblicità, ha stipulato un regolare contratto con la chiesa, di proprietà di una Confraternita locale e sotto la giurisdizione della Diocesi di Napoli retta dal cardinale Crescenzo Sepe. Già in passato le polemiche erano fioccate perché i lavori di restauro non sembravano vedere una fine. [Il comitato dei fedeli di Portosalvo che vuole la riapertura al culto dell'edificio](#), denuncia da tempo l'immobilismo dei lavori nonostante la raccolta pubblicitaria vada a gonfie vele. "3,6 milioni di ricavi pubblicitari e 3 anni di cantiere per un restauro fantasma in una chiesa abbandonata. Il Cardinale Sepe dia una risposta ai cittadini", tuonava non più tardi del febbraio 2018 il presidente del comitato Antonio Pariente. Impresa, concessionario e direttori dei lavori per conto della curia allora si affrettarono a

tranquillizzare sui ricavi pubblicitari e sui tempi di consegna: **“Entro pochi mesi avremo tutto”**. Invece di mesi ne sono passati molti, e con essi gli anni, tanto che ad oggi non si conosce ancora con ufficialità la data di riapertura dell'edificio.



C **a tanti tenere** aperto il cantiere con i soldi della cartellonistica pubblicitaria che continuano ad entrare senza fare nulla. Ma è solo un sospetto e poco più. Eppure è legittimo, soprattutto se si pensa che adesso su quel business è calata la lente d'ingrandimento dei magistrati della Direzione Distrettuale Antimafia di Napoli. «Sicuramente Portosalvo = Portasoldi», ironizza il cavaliere Giacomo Onorato, cattolico fervente, che da anni, combattendo praticamente da solo, raccoglie materiale sulle chiese napoletane sottratte al culto.

PORTOSALVO CONNECTION

Il pm invece sospettano **che dietro la Spm** - che sul sito gestisce molti altri punti di affissione a Napoli e Salerno - ci siano in realtà prestanome per coprire la figura di un uomo della cosca, già condannato perché considerato uno dei cassieri dei Casalesi e ora, di nuovo libero, attivo nel settore della pubblicità. La Spm sarebbe una delle società di cui si sarebbe servito per favorire la Camorra. Ma questo l'autorità dovrà dimostrarlo.

Fin qui la vicenda giudiziaria, che però si interseca giocoforza con le dinamiche ecclesiali. La Spm infatti, già dal 2014 ha in essere con la Confraternita di Santa Maria in Portosalvo un contratto per la fornitura di cartellonistica pubblicitaria stradale (maxi) da apporre sui lati della chiesa in restauro.

E alla guida delle Confraternite napoletane l'arcivescovo ha messo don Salvatore Fratellanza, che al telefono con la *Nuova BQ* conferma: «Col ricavato di queste pubblicità stiamo pagando i lavori di restauro di questa chiesa che era stata abbandonata a se stessa. Quando apriremo? Credo fra pochi mesi». Ancora.



I Arrivati a parlare dell'agenzia concessionaria degli spazi di affissione, il sacerdote mette subito le mani avanti: «Sì, mi pare che si chiami Spm, abbiamo saputo che ci sono stati dei problemi, che c'è un'indagine. Così abbiamo mandato subito una lettera di disdetta del contratto, ma il Commissario giudiziale nominato dal tribunale ci ha chiesto di proseguire nell'attività». Chiediamo perché? «Non so, forse per salvaguardare i posti di lavoro».

Questa è la risposta ufficiale che don Fratellanza assicura di aver concordato con il vescovo. Ma non appena ci si inoltra in domande non previste ecco che le cose si fanno

più nebulose.

Ad esempio, chiediamo: a quanto ammontano i ricavi sia alla chiesa pro-restauro, sia all'agenzia sotto forma di percentuale o trattenuta sulla vendita degli spazi? «Questo non glielo so dire», allarga le braccia. Insistiamo, chiedendo se almeno può fornirci una cifra, un ordine di grandezza. Impossibile. «Guardi, non vorrei dire una cosa sbagliata, queste cose le sa l'amministrazione, non saprei come aiutarla».

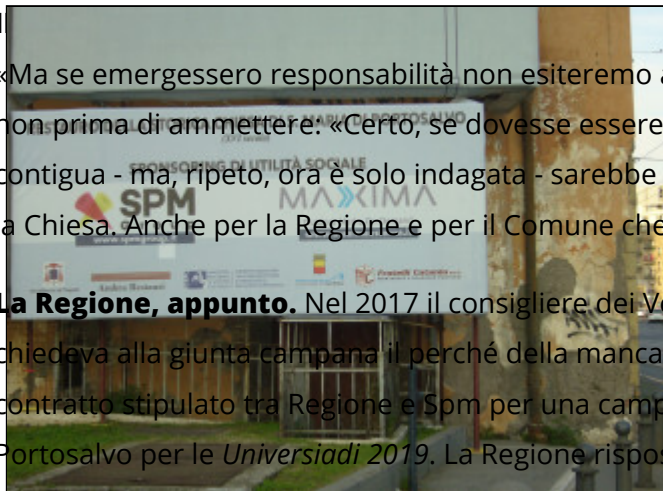
A questo punto domandiamo perché sia stata scelta proprio la Spm, se c'è stato un bando o una selezione. «Non so, quando sono arrivato due anni fa ho trovato il contratto già in essere, che è stato siglato dalla vecchia amministrazione. D'altra parte a Napoli ci sono tante agenzie di pubblicità e poi non dimentichiamo che si tratta ancora di un'indagine, quindi può anche essere che le accuse cadano». Certamente.

E' curioso però che con un'inchiesta così seria su un fornitore così importante, il delegato dell'arcivescovo di Napoli non sia in grado di spiegare quanti soldi sono andati in tutti questi anni all'azienda ora finita sotto la lente della procura antimafia. E soprattutto non sappia spiegare perché - e sulla base di quali credenziali - è stata scelta la Spm. Le Confraternite non sono tenute a rispettare i rigidi protocolli degli enti locali in termini di appalti, ma una esplorazione informativa per conoscere la Spm è mai stata fatta prima di firmare il contratto?

Domande destinate a cadere nel vuoto.

«Ma se emergessero responsabilità non esiteremo a rescindere il contratto», aggiunge, non prima di ammettere. «Certo, se dovesse essere accertato che questa azienda è contigua - ma, ripeto, ora è solo indagata - sarebbe imbarazzante per tanti, non solo per la Chiesa. Anche per la Regione e per il Comune che hanno avuto a che fare con la Spm».

La Regione, appunto. Nel 2017 il consigliere dei Verdi Francesco Emilio Borrelli chiedeva alla giunta campana il perché della mancata pubblicazione degli atti relativi al contratto stipulato tra Regione e Spm per una campagna di affissioni sui ponteggi di Portosalvo per le *Universiadi 2019*. La Regione rispose ammettendo le "informazioni carenti". Ma comunque il rapporto tra la Spm e l'ente regionale era solido. Nel solo anno 2017 emerge che le campagne pagate all'agenzia ammontavano a 99mila euro.



Soldi, tanti, per il restauro che ancora non vede la fine. Ma soprattutto la mancata disponibilità a spiegare come siano ripartiti i proventi della pubblicità tra l'agenzia ora sotto indagine e la Confraternita.

La Portosalvo Connection solleva domande, misteri dubbi e inopportunità, soprattutto per la Chiesa di Napoli. Intanto Pariante chiede attraverso la *Nuova BQ* al cardinale Sepe di «far cessare immediatamente questo business e di restituire il tempio subito al culto».