

Cosa va e cosa non va al Massimo

pagina a cura
di **Paolo Grassi**

● I punti di forza

Ricavi da biglietti in buona crescita

Positivo il dato relativo alla vendita dei biglietti: nel 2015, infatti, l'incasso relativo a questa voce è stato di 3,60 milioni di euro. Un dato che equivale a una chiara crescita rispetto a quanto registrato nell'anno precedente, quando — cioè — la vendita dei biglietti non aveva superato quota 2,74 milioni. In crescita pure i ricavi derivanti dalla vendita degli spettacoli — che passano da circa 157 mila (2014) euro a 660 mila (2015) — e dalla vendita dei libretti di sala (in questo caso dagli 8 mila euro registrati nel 2014 si è andati fino ai 55 mila e passa del 2015). A conferma «della riuscita e della validità del *Progetto Napoli Città Lirica* — è ancora scitto nella nota al bilancio — la Regione Campania per l'anno 2016/2017 ha finanziato con ulteriori 11 milioni la prosecuzione del progetto avviato nell'anno 2012».

Beni assicurati e crediti «garantiti»

«Il valore storico ed economico dell'importante Patrimonio Artistico è soggetto al rischio di danneggiamenti o furti». Per questo motivo «la stessa Fondazione si è attivata sia con un'adeguata polizza di copertura assicurativa sia con un potenziamento dei sistemi di sicurezza e di sorveglianza». Inoltre, restando ai punti rientranti nel novero delle cosiddette positività, «la Fondazione — come specifica la nota integrativa al bilancio consuntivo del 2015, approvato nello scorso mese di aprile — non è caratterizzata da rilevanti concentrazioni del rischio di credito». I crediti, infatti, conclude il documento allegato ai conti 2015, «sono concentrati su Fondatori Pubblici e Privati di riconosciuta solidità finanziaria». Come dire: nessuna preoccupazione sotto questo aspetto.

950 540

mila (834) euro, la crescita del dato relativo al patrimonio netto nel 2015 rispetto all'anno 2014

mila (774) euro, la crescita del costo del personale nel 2015 rispetto all'anno 2014

Adeguatezza patrimoniale

Nel bilancio 2015 si fa cenno ai cosiddetti «rischi interni ai quali la Fondazione è esposta». Il primo è l'«adeguatezza patrimoniale». Come «più volte detto — recita la nota integrativa — il massimo sforzo compiuto negli ultimi anni è stato rivolto al riequilibrio della gestione, tuttavia permangono aree di criticità dovute alla scarsa patrimonializzazione della Fondazione che potrebbe coinvolgere nel medio periodo la gestione». Ci sono poi «rischi connessi ai contenziosi giudiziari in essere, sebbene si ritengano infondate le ragioni addotte, la Fondazione ha provveduto ad incaricare della gestione dei contenziosi primari studi legali e sta per siglare un protocollo con l'Avvocatura di Stato e ad accantonare in bilancio un fondo rischi ritenuto congruo.

● Le criticità

Giù abbonamenti e contributi dei soci

Il valore della produzione del San Carlo, tra il 2014 e il 2015, è andato giù pesantemente (circa 10 milioni in meno), passando da 49,68 milioni a 39,62. In questo ambito presenta il segno meno la voce Ricavi delle vendite e prestazioni, scesa dai 16,03 milioni di due anni or sono ai 14,06 milioni registrati nell'ultimo bilancio depositato. È segnalata in diminuzione la quota da abbonamenti: si passa da 1,71 milioni del 2014 a 1,57 del 2015. In discesa anche i contributi dei soci fondatori — circa 2 milioni in meno da un esercizio all'altro — nonostante la crescita dell'impegno del Mibact (quasi due milioni in più nel 2015 rispetto all'ano precedente). In diminuzione pure il dato relativo ai contributi dei soci cosiddetti sostenitori: si passa dai 690 mila euro del 2014 ai 269,7 dell'anno scorso.

«Importanti risultati grazie al marketing»

La stagione artistica del 2015, è spiegato nei documenti allegati al bilancio, ha «portato al raggiungimento di importanti risultati di marketing. L'incremento degli incassi da vendita dei biglietti ha superato gli obiettivi prefissati ad inizio anno e ciò è stato possibile grazie allo sviluppo di strategie mirate ed innovative. È stato definito un vero e proprio sistema di marketing integrato che vede nel web, da un lato, e nell'apertura a pubblici trasversali, dall'altro, i suoi perni fondamentali». Sono atate, infatti, «costruite azioni coordinate di marketing che hanno aumentato l'attenzione di un pubblico sempre più vasto e allo stesso tempo profilato, rafforzando l'identità del Teatro di San Carlo e consolidandone l'immagine di forte attrattore nella città di Napoli agli occhi del mondo».

«Elevato» il rischio di blocco dell'attività

«La direzione della Fondazione è costantemente impegnata a monitorare il rischio di liquidità che potrebbe comportare il blocco dell'attività e della continuità aziendale. Pertanto, alla luce dell'attuale situazione e del contesto economico, viene riconosciuto un grado di rischio elevato». Così è scritto nella nota integrativa al bilancio d'esercizio del 2015. La Fondazione, si precisa, «non disponendo di un'adeguata disponibilità liquida ma disponendo principalmente di affidamenti presso primari istituti di credito, risente in particolar modo dell'aumento della crisi economica nazionale e dei ritardi di incasso dei propri crediti, generando un allungamento dei termini di pagamento ai propri fornitori ed artisti, causando a volte dei rischi di contenzioso».



Peso: 67%



Peso: 67%