

## LE REAZIONI

## «La nostra città è stata svenduta per quattro soldi»

Dura presa di distanza di An e di Rifondazione sulla trattativa. Scontro tra Lega e Tommaso Cacciari dei No Global



Ancora polemiche sulla "sponsorizzazione" della Coca Cola a Venezia

Potevano almeno prendere esempio dalle cortigiane veneziane che si facevano pagare bene. Se hanno deciso di prostituire la città alla Coca-Cola potevano almeno farsi pagare bene» è la sassata tirata sull'accordo di partnership tra il Comune di Venezia e Coca Cola Hbc Italia dal capogruppo di An in Municipalità Pietro Bortoluzzi. Che, insieme al suo compagno di partito, il consigliere comunale Raffaele Speranzon, scrive una lettera alla Pepsi, notoriamente il principale concorrente di Coca-Cola, chiedendo di offrire almeno un milione di euro all'anno.

Motivazioni etiche nell'opposizione di Rifondazione all'accordo. «Sapevamo già che la giunta Cacciari fosse priva di scrupoli - afferma il consigliere Sebastiano Bonzio - ma qui si arriva a svendere per quattro soldi oltre al tessuto urbano, invaso dai distributori della bibita, la stessa anima di Venezia, città irradiatrice di diritti umani». Mentre il consigliere comunale del Carroccio Alberto Mazzone si serve di Facebook per invitare a boicottare i distributori che verranno posizionati in centro storico.

Alle critiche risponde la soprintendente Renata Codello. «Chi critica gli sponsor è un irresponsabile che non capisce quanto drammatica sia la situazione. Il finanziamento che il ministero dei Beni Culturali ha deciso di

concedere quest'anno al mio settore è al momento di 70 mila euro e nei prossimi due anni andrà peggio - sbotta - La città ha bisogno di restauri e l'unico modo per trovare risorse sono i finanziamenti privati». Mentre dall'ufficio marketing del Comune sottolineano i 12 milioni di euro raccolti dagli sponsor negli ultimi 5 anni.

La polemica scomoda anche i legami parentali. «Mi chiedo come Tommaso Cacciari, esponente dei No-Global

da sempre nemici della Coca-Cola e nipote del ben più noto Massimo - ironizza Roberto Ciambetti, vice-capogruppo della Lega in Consiglio regionale - avrà preso la notizia della sponsorizzazione della Coca-Cola voluta da suo zio per la città di Venezia». «Premesso che il signor Ciambetti dovrebbe pagare i diritti d'autore quando usa il marchio Cacciari per farsi pubblicità a buon mercato - ribatte per le rime Tommaso Cacciari - e che nei centri sociali da sempre non si distribuisce Coca-Cola per rispetto per tutta quella gente che è stata massacrata dalla multinazionale americana, almeno nei distributori le lattine costeranno un prezzo fissato e non i tre o quattro euro proposti da baristi banditi per il Carnevale, che ora polemizzano. Mi interessa soprattutto l'utilizzo del ricavato, che venga speso sul sociale».

