

LA PROSPETTIVA

La Pepsi rinuncia, salta il concorrente più temibile

La Coca Cola conferma, nonostante tutto, il suo interesse nell'operazione mista di sponsorizzazione e installazione di distributori automatici in diverse decine di punti strategici della città. La gara che sarà bandita a partire da lunedì prossimo potrebbe infatti vederla protagonista assoluta. Il suo principale competitor a livello globale, la Pepsi, non è interessata. Lo fa capire, in modo abbastanza esplicito, il legale rappresentante di Pepsico Beverages Italia, Massimo Ambrosini, in una lettera in cui declina l'offerta a presentare una proposta concorrenziale a quella della società di Atlanta. L'invito era stato spedito da due esponenti di Alleanza Nazionale, Raffaele Speranzon e Pietro Bortoluzzi, i quali "per il bene della città" avevano contattato la filiale italiana di Pepsico.

«Vi ringraziamo vivamente per il vostro invito - replica Ambrosini - ma purtroppo dobbiamo declinare la vostra offerta per due motivi. Il primo è che investimenti di questa portata vanno pianificati con largo anticipo e non essendo mai stati contattati in precedenza, oggi ad anno iniziato non abbiamo risorse "libere". Come secondo punto, con tutta sincerità non riteniamo che in una città d'arte unica come Venezia, la diffusione di elementi "disonomici" come i distributori automatici possa portare un grande ritorno d'immagine».

Con una premessa di questo tipo, è facile che l'unico soggetto che parteci-



Il sindaco Massimo Cacciari e il capo di Gabinetto Maurizio Calligaro

La società Oltrex perderà il compenso per l'intermediazione Mattiazzo: «Questa conclusione rischia di danneggiare nuove iniziative simili. Noi però continueremo a lavorare per la città»

però alla gara possa essere proprio la Coca Cola, magari con lo stesso importo più volte criticato.

Così, l'unica a rimetterci davvero sarebbe la società veneziana Oltrex, che avrebbe avuto diritto ad un compenso di 400mila euro a titolo di inter-

mediazione e che ora si ritrova con l'amaro in bocca. Per l'amministratore delegato Giuseppe Mattiazzo, la notizia della gara è stata una specie di colpo basso. «Oltrex - spiega Mattiazzo in una lettera - aveva lavorato 6 mesi per trovare un accordo un accor-

do con Coca Cola Hbc Italia e la sua controllata Eurmatik, che avrebbe portato in cinque anni nelle casse del Comune 5 milioni di euro, tra quota fissa e royalties sul fatturato, generando anche 40 posti di lavoro. Per questo non possiamo che esprimere il nostro rammarico per la conclusione».

Per Mattiazzo, però, la decisione di sospendere la trattativa ed andare in gara rischia di compromettere anche l'immagine di serietà contrattuale del Comune.

«Sappiamo di aver dato il massimo per la nostra città - conclude - mettendo in gioco risorse, competenze e professionalità. Non parliamo del danno d'immagine che deriva da questa decisione: escludere uno sponsor di tale entità crea un precedente negativo nella ricerca futura di qualunque altro partner. Noi comunque, continueremo a fare il nostro lavoro cercando per il Comune partner di livello internazionale».

Neutrale, come da consuetudine, la posizione di Unindustria, alla quale Oltrex è associata.

«Se troviamo dieci milioni di euro per un'iniziativa compatibile con la città va benissimo - commenta il vicepresidente Massimo Codato - ma in questo periodo bisogna fare i conti con ciò che di reale si ha a disposizione. Altrimenti si rischia di fare autogol». Nel momento in cui esiste la possibilità di portare a casa uno sponsor sicuro, bisogna stare fare attenzione.

M.F.

