



Venezia, 27-02-2009

nr. ordine 1615  
Prot. nr. 19

Al Sindaco Massimo Cacciari

**e per conoscenza**  
Al Presidente del Consiglio comunale  
Ai Capigruppo Consiliari  
Al Capo di Gabinetto del Sindaco  
Al Vicesegretario Generale

## INTERROGAZIONE

**Oggetto:** vantaggi/svantaggi dell'accordo con la multinazionale Coca-Cola

**Tipo di risposta richiesto:** scritta

Premessa:

la notizia di un presunto accordo tra l'amministrazione Comunale e la multinazionale Coca Cola, che dovrebbe comportare delle entrate per il comune di circa 2 milioni di euro, in cambio dell' installazione nella città storica di Venezia di un certo numero( 60 ?) di distributori automatici di detta bibita;

Considerato:

che detto accordo, per come presentato, non sembra comportare grossi vantaggi di natura economica per le casse del Comune se si comparano i costi del canone concessionario che viene applicato in centro storico per l'occupazione di suolo pubblico (Zona Castello € 904,83/anno per 10mq – Zona S.Marco € 5465,15/anno per 10mq - ZONA CLASSE 6 (MINIMA) € 539,23/anno per 10mq) con il numero di distributori/mq occupato/ tempo; infatti se si suddivide l'entrata annunciata di 2 milioni di euro con il numero di distributori, ipotizziamo siano 60, installati/durata/mq2 si riscontra che la Coca Cola spenderà per ogni distributore installato meno di 2 euro al giorno.

Si rileva, pertanto, che in questo caso, viene meno il concetto di sponsor, ma più facilmente si può prefigurare un accordo di tipo prettamente commerciale per la distruzione di tale prodotto all'esterno dei bar ecc.

La seconda questione, più volte messa in risalto, è il caos che regna in questo Comune sul fronte delle società e/o persone che devono garantire il reperimento di sponsor e risorse a vantaggio complessivo degli interventi su Venezia sul fronte culturale, restaurativo e manutentivo.

Ritengo fallimentare e scandaloso il sistema creato per la gestione della raccolta sponsor, della gestione degli eventi e l'uso del marchio Venezia, a volte la stessa amministrazione è competitrice di sè stessa e la soprapposizione delle competenze ha depauperato il valore stesso di quanto la città avrebbe realmente beneficiato, a vantaggio dei soliti noti o di commesse esterne lautamente retribuite.

Per tutto ciò premesso si interroga il sindaco

Per sapere:

- quanti sono i distributori che la Multinazionale Coca Cola installerà e a fronte di quale corrispettivo;
- quanto avrebbe pagato la Coca Cola se si fosse applicato alla multinazionale le stesse condizione previste per i bar veneziani che pagano il canone di occupazione del suolo pubblico;
- chi in questo Comune è delegato alla gestione del settore del marketing pubblicitario e per quali finalità, considerato che l'associazionismo diffuso nella nostra città e che ha un ruolo importante non solo per l'aspetto sociale che ricopre per la nostra collettività, non è più in grado di trovare sponsor a causa della crisi.

**Saverio Centenaro**