

Guerrilla Ikea. Confcommercio: "Un precedente valido per tutti"

Author : Redazione

Date : 3 marzo 2014



Mentre si corre per finire i lavori per la rotatoria di via Gargalone e la connessa viabilità in tempo per l'apertura di Ikea, non si placano le critiche dopo la campagna pubblicitaria degli scorsi giorni. Anche se tecnicamente, di campagna pubblicitaria in senso stretto non si è trattato, quanto piuttosto di "guerrilla marketing", visto che sulle stoffe e gli arredi [con cui Ikea ha tappezzato la città](#), non compare né un nome né un logo che li possa identificare.

[Poco più di 100 euro](#), ricordiamo, è costata alla multinazionale questa idea. Una cifra che non è andata giù alle associazioni dei commercianti. **Confesercenti e Confcommercio** in particolare, che non risparmiano parole durissime.

Federica Grassini, Presidente ConfcommercioPisa e Federico Pieragnoli, Direttore ConfcommercioPisa parlano esplicitamente di "un precedente valido per tutti". "Da ora in poi - scrivono - sul modello delle installazioni colorate di Ikea, considereremo le decorazioni in città, una possibilità di cui le nostre imprese potranno beneficiare in futuro. Come Associazione chiederemo infatti all'amministrazione comunale, esattamente lo stesso trattamento, anche tariffario, di simili forme di promozione permesse in questi giorni al colosso svedese".

"Che piaccia o no - aggiungono - questo fatto costituisce a tutti gli effetti un precedente, di cui amministrazione comunale e Sovrintendenza, dovranno per forza tenere conto per eventuali richieste future. A meno che non si voglia esplicitamente ammettere l'esistenza di due differenti sistemi di regole: un sistema riservato a pochi soggetti, in cui tutto o quasi è permesso e un altro, in cui divieti e impedimenti trionfano, riservato invece alla stragrande maggioranza delle imprese".

Molto critica anche la Confesercenti, che non contesta tanto la cifra richiesta quanto l'autorizzazione stessa: "È una mossa che non condividiamo", dice il vicepresidente Giulio Garzella. "Per quel che riguarda il Comune, come fanno notare molti nostri operatori, non avrebbero dato l'autorizzazione a tutti. Non capiamo quale sia la ragione di esporre nelle piazze dei prodotti in commercio. Credo che ci sia stata una sottovalutazione da parte degli organi che hanno dato l'autorizzazione, visto che ci troviamo di fronte ad un'iniziativa poco ortodossa e non attinente al centro storico. Ma l'errore fondamentale - conclude - lo hanno fatto quelle attività che si sono assoggettate a questa campagna, esponendo nei loro locali le tovagliette di Ikea".