



— HOME SERVIZI RICERCA METEO DOSSIER MU

LA STAMPA.it CRONACA

Cerca



Sito



OPINIONI POLITICA ESTERI CRONACHE COSTUME ECONOMIA TECI
ARTE BENESSERE CUCINA MODA MOTORI SCIENZA SCU

DriveAuchan.it

CLICCA E SCOPRI IL NUOVO MODO DI FARE LA

2/2/2008 (8:22)

"Coca-Cola addio, non ti vendiamo più"



Le lattine dai tabaccai fanno infuriare i bar

EMANUELA MINUCCI

Tempo poche settimane e a Torino nemmeno Vasco Rossi riuscirà a bersi una Coca-Cola. O meglio, sarà una «mission impossible» sorvegliarla al bancone di un bar, perché al grido «d'ora in poi serviamo solo Pepsi» i titolari dei caffè torinesi hanno deciso di boicottare le bollicine made in Atlanta. Motivo?

L'associazione pubblici esercizi torinese, l'Epat, ha deciso di organizzare l'embargo in risposta al raggiunto accordo fra la Coca-Cola e la Fit (la Federazione italiana tabaccai, 48 mila associati) per la vendita al fianco delle «bionde» anche della celebre bevanda. Apriti cielo. Uno dei tanti effetti della liberalizzazione del mercato sotto la Mole sta creando un gran subbuglio. Condito però anche da effetti collaterali positivi: i rappresentanti della Pepsi, per esempio, si stanno fregando le mani.

Questione di ricarico

Il Coca-boicottaggio scatterà sul serio oppure si tratta delle solite grida «al lupo al lupo» dei commercianti per indurre qualche politico a ripensarci? «Ancora qualche giorno e vedrete, qui non stiamo aspettando altro - insorge il presidente dell'Epat Carlo Nebiolo - sono troppi mesi che subiamo ogni sorta di attentato ai nostri incassi: prima i panini che puoi acquistare anche dal panettiere, poi le macchinette del caffè con le cialde distribuite in tutti gli uffici e nella maggior parte delle case, adesso anche la Coca-Cola. Ma a noi che cosa resta da vendere? Un Lucano forse, per tirarci su...».

Scherza torvo il presidente dell'Epat torinese, ma intanto in associazione hanno già fatto due riunioni sul tema e stanno per dare alle stampe i volantini che annunciano di interrompere gli ordini della Coca-Cola sino a quando non sarà certa la notizia che l'accordo con i tabaccai si arenerà. E se provi a spiagare a uno dei



baristi sul piede di guerra che quando gli effetti della liberalizzazione portavano loro più clienti, non hanno mai battuto ciglio (vedi il caso della vendita dei giornali) è come dare la parola a un fiume in piena: «A parte il fatto che non è paragonabile il numero di caffè che a Torino possono vendere anche quotidiani e neppure il magro giro d'affari che riviste e giornali comportano - spiegano in un locale di piazza San Carlo - la Coca-Cola invece è una delle bevande più richieste. Non è ai livelli del caffè, ma il ricarico è maggiore ed è certamente una bibita che incide sul fatturato, specie se servita al tavolo».

A vederli così sembrano tutti d'accordo a organizzare il boicottaggio delle bollicine che secondo il Vasco Rossi «fanno bene». Del resto erano mesi che i titolari di questi esercizi pubblici cercavano un pretesto per scendere metaforicamente in piazza. E siccome la diffusione delle macchinette espresso con cialde incorporate in uffici e case private non si poteva contrastare (a Torino, poi, città madre della Lavazza, una buona fetta di mercato se n'è andata con questo nuovo business), la rabbia contro la liberalizzazione dei prodotti da bar è esplosa contro la bottiglietta marrone. «Mica dovranno rinunciarci del tutto i torinesi - aggiunge il presidente dell'Epat - perché venderemo la Pepsi: il gusto è più o meno uguale, in America è in testa sulla Coca-Cola, è questione di abitudine».

Non è una città facile Torino, per la Coca-Cola. A bandirla per primo fu, nel novembre 2005, il Consiglio comunale, poco prima delle Olimpiadi, approvando un ordine del giorno sottoscritto da Rifondazione e Ds. Titolo: «Fuori la Coca-Cola dal Comune di Torino». Altrettanto chiaro l'obiettivo: boicottare l'azienda «per le gravi politiche repressive messe in atto verso i dipendenti in molti paesi dell'America Latina». Come? Escludendo dai locali e dagli uffici del Comune i distributori delle bevande della multinazionale. La Coca-Cola compariva fra i top sponsor dei Giochi olimpici e contro questo accordo di marketing scese in piazza la ReboC - Rete Boicottaggio Coca-Cola - realizzando iniziative di boicottaggio per ogni tappa del viaggio verso la Mole della fiaccola olimpica: in totale le manifestazioni di protesta furono 61.



Fai di LaStampa la tua homepage

P.I.00486620016

Copyright 2008

Per la pubblicità