

## Ikea. 100 euro per tappezzare la città

Author : Redazione

Date : 28 febbraio 2014



Alla fine se l'è davvero cavata con 100 euro e spiccioli. [Un'idea efficacissima](#) che ha ottenuto lo scopo desiderato: far parlare in lungo e in largo dell'idea "Ikea", di quello che rappresenta ancor prima di quello che vende, spendendo praticamente una sciocchezza. E così, l'ufficio attività produttive del Comune di Pisa ha ritenuto di non dover considerare "gli arredi" che da ieri hanno tappezzato il centro storico, come una pubblicità.

La decisione è stata presa dall'ufficio diretto da Dario Franchini, congiuntamente a Sepi. Stando a quanto riporta l'ufficio stampa del Comune, la scelta è stata dettata da un'interpretazione decisamente letterale del regolamento: "È soggetto al pagamento del canone la diffusione di messaggi in cui sono ricompresi marchi, loghi, scritte che riconducano direttamente ad una ditta o azienda".

"In questo caso l'ufficio attività produttive ha compreso la collocazione delle installazioni tra quelle decorative", dice ancora il Comune. "Non avendo i festoni alcun marchio non possono essere considerati pubblicitari".

E a chi si domandava quale fosse la posizione della Sovrintendenza sulla vicenda, il Comune fa sapere che c'è stata una riunione prima del lancio della campagna, "che è stata fatta alla presenza dell'architetto Ciafaloni della Sovrintendenza, del dirigente dell'ufficio attività produttive e del responsabile Ikea Italia".