



# RESTAURO DEL PONTE DI RIALTO

## Piano di Comunicazione



Rup: ing. arch. Manuel Cattani  
Piano di Comunicazione: dott. Fabrizio d'Oria (Venezia Marketing & Eventi SpA)

## ALLEGATO

### Piano di Comunicazione sponsor restauro Ponte di Rialto -Venezia

Partnership istituzionale con il Comune di Venezia e presenza all'interno dei principali eventi e contesti di comunicazione collegati a Venezia:

#### 1) BRANDIZZAZIONE VAPORETTI

All'azienda viene concessa la possibilità di personalizzare la struttura (fiancate e tetto) di un vaporetto (mezzo di trasporto acqueo di proprietà e gestione dell'azienda municipalizzata ACTV) per i seguenti periodi:

- n. 2 vaporetti, ciascuno per una durata complessiva di 730 gg, in periodi da concordare con le società ACTV all'interno dei tre anni di durata del contratto sulla base del calendario di disponibilità dei mezzi.

I vaporetti interessati sono mezzi di linea solitamente impiegati sulle linea 1 e 2, quindi in servizio lungo il Canal Grande. Rimangono a carico dell'azienda la fornitura delle grafiche sulla base delle indicazioni tecniche fornite da ACTV, e i costi tecnici di realizzazione (stampa, applicazione e rimozione delle pellicole).



#### 2) AFFISSIONE SU ASSITO DI CANTIERE PONTE DI RIALTO

All'azienda viene concessa la possibilità di esporre, per i 18 mesi di durata dell'installazione del cantiere sulla struttura stessa del ponte, spazi di comunicazione aziendale inseriti nella struttura dell'assito di cantiere, così come previsto nell'allegato "Studio di fattibilità", per max il 33% della superficie complessiva del cantiere affacciata verso l'esterno del ponte (verso i due lati del Canal Grande) e comunque per una dimensione complessiva mai superiore ai 120 mq. La restante superficie d'assito sarà interessata da una grafica rappresentante la facciata del monumento in modo da non alterare i rapporti prospettici e le visuali delle quinte architettoniche così come consolidatisi nel tempo.

La personalizzazione potrà interessare anche altre strutture di servizio pertinenti al cantiere, collocate nei dintorni del ponte fino ad un totale di 180 mq massimi complessivi per messaggi di eventi di non esclusiva natura pubblicitaria, bensì di prevalente carattere culturale mentre la restante parte potrà essere utilizzata per comunicazione istituzionale relativa all'intervento di restauro



Caratteristiche tecniche: materiale pvc microforato o analogo materiale antivento.

Rimangono a carico dell'azienda la fornitura delle grafiche e i costi tecnici di realizzazione (stampa, montaggio e rimozione spazi di comunicazione inclusi eventuali cambi di creatività).

### 3) PROIEZIONI

All'azienda viene concesso di utilizzare la struttura del Ponte di Rialto o eventuale altra location concordata con il Comune di Venezia e la Soprintendenza BAP, nonché di eventuali parti dell'assito di cantiere, per effettuare proiezioni artistiche, anche personalizzate con logo ed altri elementi di comunicazione dell'azienda. Tali proiezioni potranno essere effettuate in 4 turni di massimo 7 giorni ciascuno all'interno dei 18 mesi di durata dell'installazione del cantiere sulla struttura stessa del ponte, con modalità e tempistiche da concordare preventivamente con il Comune di Venezia, anche in coincidenza con eventi pubblici della città o con eventi privati che l'azienda potrà organizzare a Venezia nel periodo considerato.

Rimangono a carico dell'azienda tutti i costi tecnici di realizzazione delle proiezioni, nonché l'ottenimento di tutte le autorizzazioni per lo svolgimento delle stesse e l'installazione dei necessari impianti.



### 4) PERSONALIZZAZIONE IMBARCADERI ACTV

All'azienda viene concessa la possibilità di personalizzare n. 2 imbarcaderi ACTV (fermate dei trasporti pubblici acquei di ACTV) mediante l'esposizione di n. 4 banner personalizzati cm 200x260 cadauno. I banner potranno essere esposti in quattro turni di 14 giorni all'interno dei tre anni di durata del contratto, con modalità e tempistiche da concordare preventivamente con le società ACTV, anche in coincidenza con eventi pubblici della città o con eventi privati che l'azienda potrà organizzare a Venezia nel periodo considerato.

Rimangono a carico dell'azienda la fornitura delle grafiche e i costi tecnici di realizzazione (stampa, montaggio e rimozione dei banner). Potranno essere concordati altri strumenti di comunicazione con la stessa frequenza e durata (esempio distribuzione flyer, gadget, ecc)



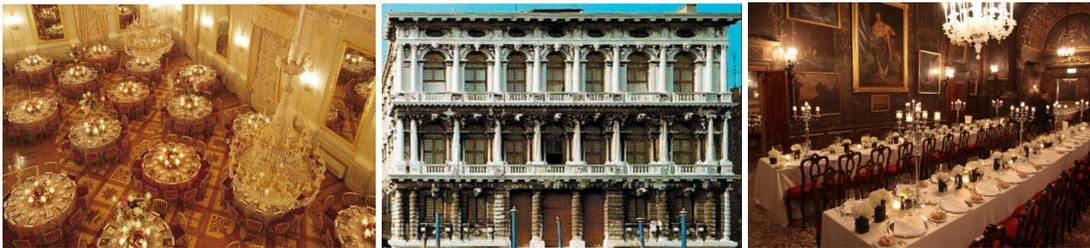
## 5) UTILIZZO DI LOCATION

All'azienda viene concesso l'utilizzo delle seguenti location per l'organizzazione di eventi privati aziendali:

- a) Ca' Vendramin Calergi (sede principale del Casinò di Venezia): n. 4 volte all'interno dei tre anni di durata del contratto.
- b) Teatro La Fenice: n. 2 volte all'interno dei tre anni di durata del contratto.
- c) Ca' Rezzonico (sede del Museo del Settecento Veneziano, Fondazione Musei Civici Veneziani): n. 2 volte all'interno dei tre anni di durata del contratto.

Per Ca' Vendramin Calergi, Teatro La Fenice e Ca' Rezzonico: la capienza, le caratteristiche delle aree per l'accoglienza, i servizi disponibili e le modalità di svolgimento dell'evento variano a seconda della location, e devono quindi essere preventivamente concordate con il Comune di Venezia e coi i soggetti gestori sulla base del calendario di disponibilità delle location.

- d) Palazzo Ducale (Fondazione Musei Civici Veneziani): n. 2 volte all'interno dei tre anni di durata del contratto. Devono essere preventivamente concordate con il Comune di Venezia e la Fondazione Musei Civici Veneziani, sulla base del calendario di disponibilità della location, tutti gli aspetti tecnico-logistici, quali gli spazi del Palazzo utilizzabili (esterni, come il cortile, o interni), capienza massima, servizi disponibili, modalità di svolgimento dell'evento, ecc.
- e) Piazza San Marco: possibilità di organizzare n. 1 evento personalizzato nell'arco dell'intera durata del contratto da svolgersi in Piazza San Marco. Devono essere preventivamente concordate con il Comune di Venezia, sulla base del calendario di disponibilità della location, tutti gli aspetti tecnico-logistici, quali gli spazi utilizzabili, le strutture allestibili, le modalità di svolgimento dell'evento, ecc. tenendo conto che tale evento, seppur personalizzato e connotato da comunicazione dell'azienda, non può essere ad esclusiva fruizione di invitati dell'azienda ma deve mantenere anche una seppur parziale connotazione di evento pubblico e liberamente fruibile dal pubblico generico. Nell'organizzazione degli eventi privati di cui ai precedenti punti a), b) e c) rimangono a carico dell'azienda tutti i costi tecnici di realizzazione, nonché l'ottenimento di tutte le autorizzazioni per lo svolgimento degli stessi.



## 6) SPONSOR UNICO

Il Comune di Venezia, nell'arco dei tre anni di durata del contratto, si impegna a svolgere le seguenti attività di comunicazione in cui l'azienda assume il ruolo di "sponsor unico" e come tale viene presentata dalle massime autorità cittadine:

- N. 3 conferenze stampa ufficiali di presentazione dell'intervento di restauro, previste una alla presentazione del progetto e dello sponsor, una a metà circa dei lavori ed una alla sua conclusione.
- Un evento di presentazione alla città del monumento restaurato una volta terminati i lavori, da organizzarsi con modalità da definire.
- Spazio dedicato all'interno del sito internet del Comune [www.comune.venezia.it](http://www.comune.venezia.it) ed in eventuali altri siti web e social networks gestiti direttamente dal Comune stesso.

All'azienda viene concesso di poter svolgere la propria attività di comunicazione potendo utilizzare la definizione di "*sponsor unico*" dell'intervento di restauro, evidenziando il proprio ruolo ed utilizzando immagini del monumento, sia pre- sia post-restauro, nonché degli interventi di restauro in corso da un punto di visto tecnico-operativo. Tale utilizzo delle immagini può comprendere anche l'ideazione e l'utilizzo di un logo e di altre grafiche studiate ad hoc, nonché la loro diffusione attraverso mezzi di comunicazione aziendale (es.: un sito web dedicato), che l'azienda potrà utilizzare per caratterizzare sia la propria comunicazione sia i prodotti/servizi da essa commercializzati, e tale facoltà sarà esercitabile per tutta la durata del contratto e per cinque anni (pari a 1.825 gg) successivi alla sua scadenza.

Altre forme di attività di comunicazione e di pubbliche relazioni congiunte potranno essere concordate da azienda e Comune di Venezia per pubblicizzare l'attività di restauro, sia attraverso i mezzi di comunicazione, sia nel luogo stesso di svolgimento del restauro, ad esempio consentendo al Ponte di Rialto e al cantiere da parte di gruppi di persone selezionati dall'azienda, compatibilmente con lo svolgimento delle attività di restauro.

All'azienda viene inoltre concesso di installare permanentemente una targa sulla struttura del ponte di Rialto che citi l'azienda quale finanziatore dell'intervento di restauro. Posizione e caratteristiche, sia estetiche sia di contenuto, della targa verranno indicate dal Comune di Venezia e dalla Soprintendenza B.A.P. di Venezia e Laguna.

Rimangono a carico dell'azienda tutti i costi tecnici di realizzazione delle suddette attività, ad esclusione delle conferenze stampa, dell'evento e del sito web comunale di cui all'inizio del presente articolo.

## 7) GRANDI EVENTI VENEZIANI

All'azienda vengono concessi i seguenti benefit nel contesto dello svolgimento dei principali eventi pubblici e tradizionali di Venezia (Carnevale di Venezia, Festa del Redentore, Regata Storica, Capodanno a Venezia) per i tre anni di durata dell'accordo:

- a) Possibilità di allestire un temporary store della grandezza massima di 5m x 5m in un luogo di massimo passaggio del centro storico veneziano in occasione degli eventi di cui sopra, per attività di comunicazione. La location è da definirsi di volta in volta in base alle esigenze dell'azienda e dell'organizzazione degli eventi. La durata massima è di circa 14 giorni in coincidenza con ognuno degli eventi descritti. Rimangono a carico dell'azienda tutti i costi tecnici di realizzazione e gestione delle strutture, nonché l'ottenimento di tutte le autorizzazioni per lo svolgimento dell'attività.



b) Hospitality: posti riservati nei seguenti contesti, per n. 2 volte nei tre anni di durata dell'accordo:

- I. al Carnevale di Venezia: n. 10 posti per una delle cene ufficiali (dinner show) della manifestazione presso Ca' Vendramin Calergi + n. 10 accessi ogni giorno nell'area parterre del "Gran Teatro" di Piazza San Marco.
- II. alla Festa del Redentore: n. 10 posti alla cena di gala ufficiale a Palazzo Ducale;
- III. alla Regata Storica: n. 10 posti per assistere alla manifestazione sulla "machina" (tribuna delle autorità).



**Nota Bene**

La grafica delle forme di comunicazione di cui ai precedenti punti 2, 4 e 7a e l'organizzazione complessiva degli eventi (in primis le forme di esposizione di comunicazione commerciale) di cui ai punti 3 e 5c devono essere sottoposti ad approvazione da parte della Soprintendenza B.A.P. di Venezia e Laguna, che potrà richiedere modifiche in base a considerazioni di impatto visivo e di congruità con il contesto architettonico in cui si svolgono le attività, e che è competente al rilascio dei provvedimenti autorizzativi all'esecuzione dei lavori oggetto di sponsorizzazione nonché dei necessari assensi e nulla osta ai sensi del DL 22 gennaio 2004 n. 42

Gli strumenti pubblicitari ed i messaggi in essi contenuti per poter essere assentiti devono avere caratteristiche tali, quanto a forme, dimensioni, materiali e contenuti, da non risultare lesivi per la dignità storico-artistica degli immobili tutelati, considerata non solo in se, ma anche per come essa è percepita dall'esterno, e da non risultare ostativi alla pubblica fruizione degli immobili medesimi.