

- a carattere umanitario (come la partecipazione alla donazione di un'idroambulanza, la realizzazione di servizi informativi per i marittimi, ecc.);
- iniziative culturali (come le collaborazioni con Università, Centri di Ricerca e Istituzioni per l'attivazione di master e corsi, l'organizzazione di lezioni, seminari e convegni e altro);
 - iniziative commerciali (promozione di incontri e seminari di tipo tecnico rivolte agli operatori economici di riferimento del porto di Venezia);
 - sponsorizzazioni;
 - pubblicazioni (come il News & Sailing List ed i relativi supplementi, video promozionali , ecc.);
 - materiali promozionali riportanti il logo ed altre immagini promozionali dell'Autorità Portuale;
 - strumenti di comunicazione (spot radiofonici, ecc.).

Si è inoltre continuata la campagna pubblicitaria intrapresa nel 2000 caratterizzata da un duplice target, ossia la collettività, da un lato, e gli operatori economici di riferimento per il porto di Venezia, dall'altro, e un duplice obiettivo, ossia, rispettivamente, continuare l'opera di identificazione tra Città e porto, sottolineando il contributo del porto allo sviluppo socio-economico locale e promuovere il porto presso i suoi potenziali clienti.

Infine, la partecipazione a fiere e convegni internazionali (come la Borsa Italiana per il turismo) nonché a carattere locale (come Dire & Fare nel Nordest e Viaggiandum Est) sono state ritenute uno strumento di marketing valido, in quanto occasioni utili per incontrare istituzioni e imprese leader di settore con i quali il porto di Venezia, nel contesto di competizione globale in cui opera, è chiamato a confrontarsi e per affondare la conoscenza del mercato di riferimento.

I. ATTIVITÀ PROMOZIONALI VARIE

1. Iniziative per la città

Le azioni di marketing volte a tenere vivo il dialogo tra la realtà urbana e quella portuale e rilanciare l'immagine del porto come sistema che contribuisce attivamente allo sviluppo sociale ed economico della Città, si sono concretizzate in ciò che segue:

- l'iniziativa denominata “*OPENDAY: la città incontra il suo porto*” che consiste in visite guidate alle aree portuali, a mezzo di motoscafo, rivolte ai cittadini ed in particolare agli istituti scolastici superiori (tecnici e non) precedute da incontri propedeutici;
- la mostra fotografica “*Pierre Jouve: Venezia, Cose di Porto*” realizzata presso il Magazzino 16 con lo scopo di attrarre l'attenzione cittadina sul porto e su tutti gli imponenti lavori di ristrutturazione e di recupero degli spazi realizzati nelle aree più prossime alla città;
- il supporto logistico-organizzativo nonché finanziario alla realizzazione delle manifestazioni tipicamente veneziane, ottima occasione per sensibilizzare l'opinione pubblica sulle sinergie che possono derivare dall'integrazione della vita cittadina con l'attività portuale;
- le azioni atte al miglioramento della qualità dei servizi offerti alla collettività che ospita le strutture portuali e quindi testimonianza della volontà del porto di promuovere il benessere sociale (come i contributi alla ricostruzione del Teatro La Fenice, il progetto IMAGO DEI per il restauro di opere del patrimonio artistico veneziano, il contributo alla donazione di un'idroambulanza ed altro);
- le attività che da sempre hanno mantenuto vivo il dialogo tra il porto e le altre istituzioni cittadine: le visite guidate a carattere specialistico alle aree portuali di Marittima e di Porto Marghera, lezioni e seminari sul porto.

2. Iniziative culturali

Nell'ambito delle iniziative volte a consolidare e rafforzare i rapporti tra la realtà portuale e le principali istituzioni locali, si è intensificata la collaborazione con Università, Scuole di Specializzazione, Centri di Ricerca ed altre Associazioni per la realizzazione di iniziative di carattere economico-culturale focalizzate su temi di interesse per la portualità veneziana.

Tale sostegno di volta in volta ha preso la forma dell'erogazione di borse di studio o di sponsorizzazioni, dell'accettazione di stagiaires presso le proprie strutture, della promozione di convegni e workshop di taglio sia accademico che tecnico-commerciale.

Tra tali iniziative si inseriscono anche i contributi già ricordati alla ricostruzione e al restauro del patrimonio artistico veneziano (Teatro La Fenice, Imago Dei, ecc.).

3. Pubblicazioni

Considerata l'efficacia della pubblicazioni mensile del Porto di Venezia "News & Sailing List" realizzata fino ad oggi dall'Autorità Portuale, si è ritenuto opportuno continuarne la pubblicazione modificandone la veste grafica sia interna che della copertina nonché aumentarne la tiratura annuale in quanto ritenuta valido strumento informativo da inviare a tutti gli operatori portuali, ai potenziali clienti e alle istituzioni della città di Venezia.

Inoltre, si è proceduto alla realizzazione di materiale informativo relativo ad alcuni dei principali progetti pianificati dall'Autorità Portuale, ciascuno avente un particolare taglio rispondente allo specifico destinatario dell'azione di comunicazione (come per esempio una brochure descrittiva dell'intervento di ristrutturazione realizzato dall'Autorità Portuale nel Magazzino 16, nonché le statistiche relative alle evoluzioni dei traffici nel porto di Venezia e la pubblicazione relativa alla mostra fotografica "Pierre Jouve: Venezia, Cose di Porto").

4. Materiale promozionale

Anche nel corso del 2001, si è ritenuto opportuno avvalersi di materiali promozionali nonché procedere ad una differenziazione dei gadgets, tenuto conto che la platea dell'utenza portuale è sempre più ampia e composita e le occasioni di contatto e di incontro con la stessa sono dissimili tra loro. In particolare, si è provveduto all'aggiornamento di strumenti di comunicazione visiva (filmati, Cd-Rom, ecc.), per meglio rappresentare le recenti trasformazioni delle nostre aree e strutture portuali, e di gadgets di vario tipo riportanti il logo ed altre immagini promozionali dell'Autorità Portuale, da offrire in dono in occasione di contatti commerciali, visite di delegazioni nazionali ed estere, manifestazioni fieristiche.

II. CONVEGNI E MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

Nel corso del 2001 l'Autorità Portuale ha partecipato ad alcune fiere nazionali sia per promuovere il porto di Venezia che per promuovere il Sistema Logistico Veneto, coinvolgendo i principali operatori economici del Veneto (come la Borsa Italiana del Turismo a Milano, Dire & Fare nel NordEst e Viaggiandum Est).

Tali manifestazioni restano, entro i contenuti oneri supportati dall'ente nel 2001, uno strumento di marketing valido, in quanto utili occasioni di incontro e confronto con realtà istituzionali e imprenditoriali appartenenti al settore trasportistico ed ai settori collegati.

III. PUBBLICITÀ

Nel corso del 2001 si è continuata la campagna di comunicazione pubblicitaria iniziata nel 2000 e indirizzata agli operatori di settore ed a sensibilizzare l'opinione pubblica locale sui principali temi riguardanti lo sviluppo del porto e delle sue attività.

Per riuscire a raggiungere target di utenza diversificati oltre alla ormai consueta presenza sui quotidiani regionali, sulle principali riviste di settore e sulle testate economiche, si è deciso di pubblicare una propria inserzione anche su strumenti editoriali di più ampio spettro maggiormente diffuse tra i potenziali clienti del sistema porto. Si sono inoltre utilizzate alcune forme di pubblicità dinamica acquistando spazi su supporti esterni di elevate dimensione posizionati sulle principali arterie di collegamento con la città di Venezia, spazi interni delle stazioni ferroviarie strategiche del Triveneto e di treni regionali e metropolitani. L'acquisto di spazi interni ed esterni di mezzi di trasporto pubblico come autobus e vaporetti circolanti nel territorio comunale veneziano, è stato utilizzato per raggiungere il target locale.

ONERI SPESE PROMOZIONALI ANNO 2001

VOCI SPESE	2001 (LIRE)	2001 (EURO)
<i>Attività promozionali diverse</i>	1.147 milioni	592.000
<i>Partecipazione fiere-convegni</i>	108 milioni	56.000
<i>Pubblicità</i>	600 milioni	309.000
TOTALE	1,855 miliardi (consuntivo)	957.000

Un investimento complessivo di 1,855 miliardi lire distribuiti come segue :

14 iniziative per la Città

43 visite al porto

7 visite di delegazioni istituzionali

4 seminari

5 iniziative commerciali

7 contributi istituzionali

5 pubblicazioni

7 materiali promozionali

1 sito internet

5 partecipazioni a mostre e convegni

26 strumenti editoriali utilizzati per pubblicità statica

2 radio utilizzate per spot promozionali

4 tipi di spazi/supporti per pubblicità dinamica

14 INIZIATIVE PER LA CITTÀ

- I. Venice Tourism Award
- II. Cerimonia di inaugurazione Imago Dei
- III. Carnevale di Castello
- IV. Openday
- V. Venezia Suona
- VI. Mostra “Cose di Porto”
- VII. Performance di danza in occasione della Mostra “Cose di Porto”
- VIII. Festa di Santa Marta
- IX. VeniceMarathon – Exposport
- X. Contributo Teatro La Fenice
- XI. IV Video Festival Città di Mestre (El Leon En Moleca)
- XII. Archivio fotografico porto (presentazione 2° tranche)
- XIII. Mercatino di Natale
- XIV. Teatro Pantakin

43 VISITE AL PORTO**VISITE**

- 25 Istituti scolastici regionali
- 2 Università nazionali
- 3 Visite per i veneziani
- 5 Organizzatori di eventi/fotografi
- 1 Partecipanti alla selezione per il personale
- 7 Delegazioni istituzionali nazionali ed estere

di cui 7 Visite delegazioni istituzionali:

Ambasciata Giapponese
Porto di Koper
Porto di Parigi
Sottosegretario Ministero dei Trasporti
Porto di Goteborg
IX Commissione Consiliare
Delegazione Cambogiana

4 SEMINARI

Il porto passeggeri, nodo urbano tra porto e città
Ecoport II
Polo nautico a Venezia
Le zone industriali: dalle infrastrutture ai servizi

5 INIZIATIVE COMMERCIALI

Incontri con banche
Incontri con assicurazioni
Incontri con istituti di leasing
Guida alla municipalità di Marghera
Campagna fotografica sul porto (ORCH)

7 CONTRIBUTI ISTITUZIONALI

Donazione per l'acquisto di un'idroambulanza
Iniziativa Umanitaria (Partita Di Pallacanestro)
Marco Polo – Avventura Di Pace
Iniziativa Umanitaria (Partita Di Calcio)
Recupero Di Una Galea Trecentesca
Mappa Per i Marittimi
Master Europeo Sulla “Mediazione Intermediterranea”

5 PUBBLICAZIONI

Pubblicazione fotografica sul porto (Pierre Jouve)
N&S List + SUPPLEMENTI
Brochure Assoporti
Statistiche
Brochure Magazzino 16

MATERIALI PROMOZIONALI

- cravatte con logo
- magliette
- borse
- penne
- pannelli
- sviluppi grafici per parete

PROGETTO SITO INTERNET

5 PARTECIPAZIONE A MOSTRE E CONVEGNI

tipo iniziativa

BIT 2001

DIRE & FARE NEL NORDEST

TRANSPORT 2001

VIAGGIANDUM EST

EXPOSPORT

PUBBLICITÀ
CARTA STAMPATA

TESTATE DI SETTORE

Il Corriere Marittimo

Il Corriere dei Trasporti

Lo Spedizionario Doganale

Avvisatore Marittimo

Messaggero Marittimo

Guida alla Sic. nei trasporti

Time Table SAVE

Programma accosti VTP

Brochure Venezia Terminal Fusina

Gazzetta Marittima

Resistenza e futuro

Murano é

Vela (ACTV)

STRUMENTI EDITORIALI CON TARGET AD AMPIO SPETTRO

Guida Pratica del cittadino

Elenco telefonico

Agenda Unindustria Treviso

Agenda Unindustria Venezia

Agenda Unindustria Pordenone

Gente Veneta

Il Gazzettino

TESTATE LOCALI – SPAZI PER REDAZIONALI

Nuova Venezia

Mattino di Padova

Tribuna di Treviso

Corriere delle Alpi

Il Gazzettino