

Blueprint Competition



www.blueprintcompetition.it
blueprintcompetition@spimgenova.it





COMUNE DI GENOVA



Progetto per sponsor

Blueprint Competition

Dal disegno di Renzo Piano Building Workshop alla Blueprint Competition, primo passo per la valorizzazione dell'Area Fieristica e per attrarre investitori internazionali.

1

Lo scenario
il Blueprint

Lo scenario Il Blueprint

Il **Blueprint** è la visione donata alla Città da **Renzo Piano Building Workshop** come apporto libero e gratuito per il futuro urbanistico, portuale, industriale e sociale di Genova.

Un progetto, ha sottolineato l'Architetto Renzo Piano, *"che permette di ricostruire un rapporto fra la città e l'acqua, facendo in modo che Genova si apra ad un nuovo rapporto con il mare"*.

Questo studio, che **ridisegna quella porzione di città che va da Porta Siberia a Punta Vagno**, esprime una visione che proprio come un Blueprint ha quell'immediatezza necessaria a tracciare una relazione armonica tra porto e città, gettando un ponte tra le istanze dei cittadini e quelle degli operatori portuali, tra chi pretende uno sviluppo ecosostenibile e chi auspica

un maggiore incremento delle attività produttive della macchina portuale e della Fiera del Mare.

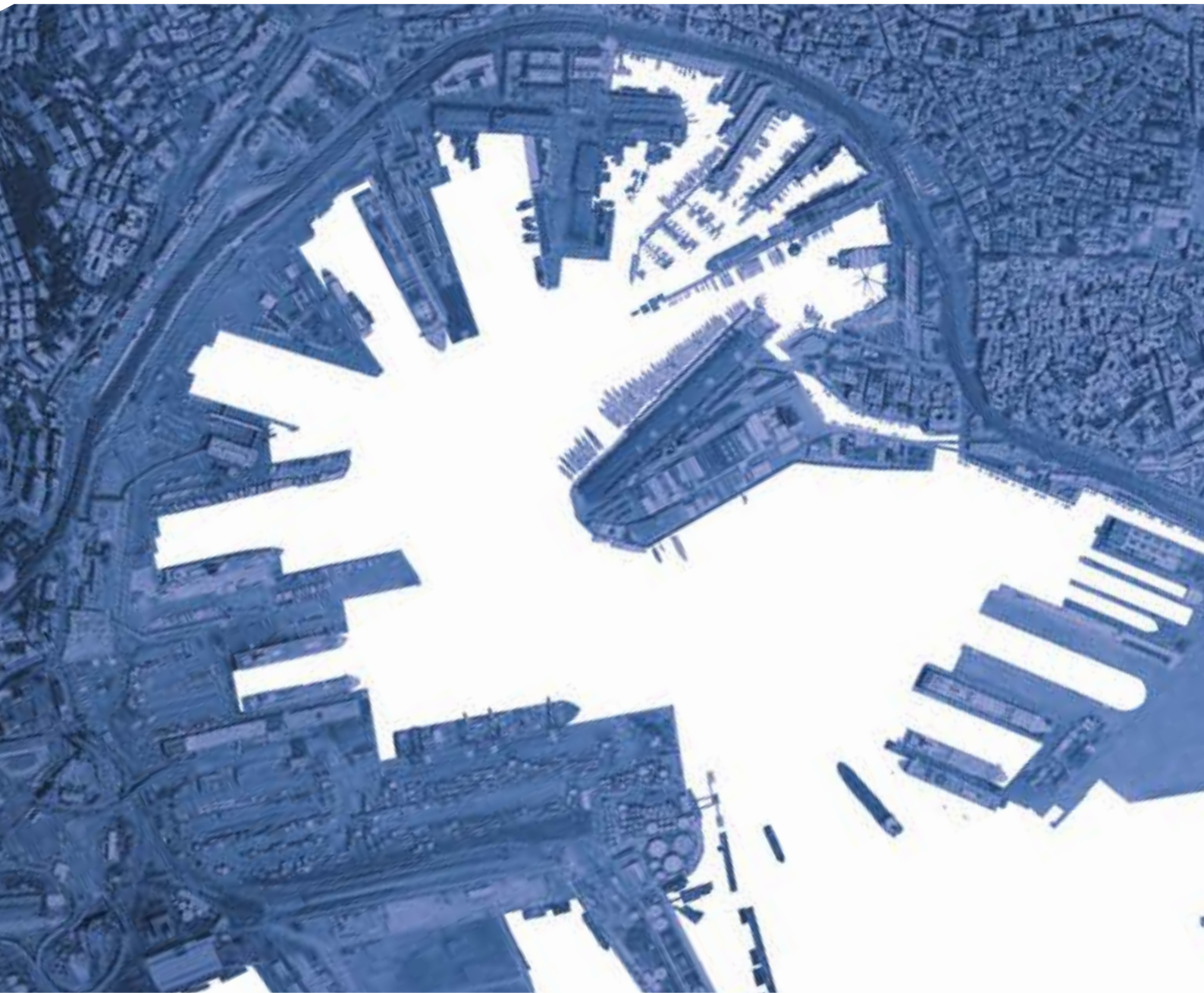
Con il Blueprint Genova potrà tornare a essere una città di mare: così come il

recupero del Porto Antico, ridisegnato da Renzo Piano, ha consentito al centro storico di ritrovare un affaccio al mare, il **Blueprint** aprendo un canale in quell'area che collega il Porto Antico alla Fiera permetterebbe di superare la cesura tra città e mare provocata dall'accrescimento portuale del secondo dopoguerra.

Anziché riempire il mare per conquistare spazio, il disegno prevede infatti che si predisponga un processo inverso in cui sia l'acqua a riconquistare spazio.

Il Blueprint rappresenta inoltre un'opportunità per:

- **dare vita a quella che l'architetto chiama "fabbrica del porto"**, una grande realtà commerciale e produttiva, idealmente assai vicina al "porto-emporio" del passato quando la città aveva ancora una stretta relazione con il mare. Il nuovo porto dovrà creare occupazione e favorire tutte quelle attività collaterali che portano alla città ricchezza e lavoro, dalle riparazioni navali, ai servizi connessi alla nautica da diporto e alle più svariate attività commerciali che da sempre gravitano intorno al mondo del mare
- **rendere più attrattiva e vivibile la città** con una *promenade* che dal *waterfront* prosegue fino alla Foce
- **supportare il settore della cantieristica navale**, in cui la città ricopre un ruolo d'eccellenza, garantendo spazi adeguati sia per quanto riguarda le dimensioni dei bacini che gli spazi a terra
- **rilanciare il settore della nautica**
- **riqualificare le aree ex fieristiche**, ripensando l'utilizzo di spazi oggi poco valorizzati e in cattivo stato di manutenzione ma ubicati in un contesto centrale e strategico per la città







La proposta
Blueprint Competition

Genova e il suo waterfront. Porta del Mediterraneo.

Il Blueprint è un disegno fondamentale per la Genova del futuro che consente di far rivivere il rapporto della città con il suo mare ridefinendo le funzioni e le attività di un'area vitale.

Si tratta di un grande intervento di riqualificazione urbana, come ha riconosciuto anche la Presidenza del Consiglio concedendo un finanziamento di 15 milioni.

Il concorso internazionale "**Blueprint Competition**" è un concorso di idee che si prefigge l'avvio di un processo per il recupero del waterfront di una delle principali città che si affacciano sul Mediterraneo.

Sostenere la Blueprint Competition significa promuovere la propria immagine nell'avvio di un processo unico, di qualità, di visibilità nazionale ed internazionale.

Partendo da questa visione di sviluppo della città, Blueprint Competition vuole essere lo strumento per affrontare, **attraverso un concorso di idee**, il tema dei *vuoti urbani*, riferiti all'area della **ex Fiera Internazionale di Genova** in analogia con quanto si sta già sperimentando e progettando al riguardo sia a livello nazionale che internazionale, traducen-

do questa tematica in una proposta progettuale concreta e di qualità.

L'obiettivo è dunque **riqualificare l'area dell'ex Fiera attraverso interventi di rammendo urbano**, richiamando con tale espressione la vecchia pratica che prevedeva un tempo una cura attenta a non sprecare e a ricucire: pratica che oggi deve tradursi nella volontà di ricomporre il tessuto urbano riempiendone i vuoti.

Il concorso è finalizzato all'acquisizione di una proposta ideativa da parte di professionisti della progettazione che tenga conto degli aspetti urbanistici, architettonici, tecnologici ed economici, dovranno essere progettati spazi capaci di generare luoghi e occasioni d'incontro, dove si possano condividere valori e celebrare il rito che non a caso chiamiamo "urbanità".

Nello sviluppo del progetto, sarà fondamentale ideare spazi pubblici o ad uso pubblico capaci di "fertilizzare" il contesto, dandogli nuovi significati e motivi di interesse e frequentazione, luoghi vivaci, aperti e permeabili, vissuti e sentiti propri dalla città, caratterizzati da una forte accentuazione delle caratteristiche di varietà delle attività proposte: spazi sempre fruibili e intesi

come luoghi di incontro, confronto, esposizione, sviluppo e valorizzazione negli ambiti del tempo libero, dello sport e della cultura.

Le aree oggetto del concorso sono affacciate sulle darsene del quartiere fieristico, all'imboccatura del porto.

Nello sviluppare il progetto, i concorrenti dovranno tenere conto delle opere propedeutiche di preparazione dell'area la cui progettazione sarà svolta dagli uffici del Comune di Genova: la demolizione di circa 75.000 mq che riguardano biglietteria; palazzina uffici; padiglione C; padiglione D; padiglione M; edificio ex Ansaldo-Nira; la realizzazione di un sistema di canali d'acqua e la sostituzione dei primi 500 metri della Sopraelevata con una diversa viabilità a raso.

Queste diverse operazioni propedeutiche (demolizioni, scavi e realizzazione delle opere di contenimento delle banchine) prevedono un investimento di circa 50 milioni di euro, la Presidenza del Consiglio dei Ministri in Italia ha già stanziato 15 milioni di euro per l'avvio delle operazioni, attribuendo al "Blueprint" la qualifica di opera di rilevanza nazionale.

Architetti e ingegneri di tutto il mondo, singolarmente o riuniti in gruppi associati, stanno inviando i loro progetti. Il concorso scadrà il 15 dicembre. Si ipotizza che possano arrivare oltre 200 progetti.



Tappe di promozione Blueprint Competition. Roadshow 2016 (verso il 2017)



È iniziato a Ekaterinburg il roadshow internazionale di presentazione del concorso Blueprint Competition. Un *roadshow* che ha permesso di supportare la promozione del concorso e ha gettato le basi per il *roadshow* di presentazione nel 2017 (vedi sezione "Proposta - Piano di Comunicazione 2017").

Nell'ambito del Forum Internazionale "100+", il più importante evento della Federazione Russa in materia di sviluppo urbano (pianificazione urbanistica, ristrutturazioni, investimenti, progetti di riorganizzazione e rilancio di aree urbane, concorsi internazionali di idee), organizzato dal Comune di Ekaterinburg e dall'Associazione Nazionale Russa dei Costruttori. Vedi intervista al presidente di Spim, Stefano Franchiolini, al link

http://malina.am/video/2016/10/11/stefano_franchiolini

La seconda tappa si è tenuta in Kazakhstan con incontri istituzionali e organizzazioni imprenditoriali. Un evento dove la Blueprint Competition ha rappresentato l'occasione per valutare la partecipazione delle aziende genovesi e liguri all'Expò 2017 che si terrà proprio in Kazakhstan.



Altra tappa si è svolta al Mipim UK a Londra, la seconda fiera in Europa per importanza nel settore immobiliare, che riunisce alcuni dei principali investitori internazionali. In Italia il Blueprint Competition è stato presentato al Salone Nautico in un evento promosso dall'Ordine degli Ingegneri e dall'Ordine degli Architetti.

E' stato illustrato all'VIII Convegno Interregionale dei Giovani Imprenditori Edili di Liguria, Lombardia, Piemonte e Veneto.

Il Consiglio Nazionale dell'Ordine ha dedicato un incontro specifico per analizzare le opportunità di promozione del concorso presso gli Ordini regionali.

Prossime tappe certe per il 2016:

La Blueprint Competition verrà presentata a Mosca dal 21 al 25 novembre 2016 in occasione di un meeting in cui Genova si confronterà con le Amministrazioni Pubbliche Russe.

Un'altra tappa si svolgerà in Cina a Guangzhou in occasione della conferenza sulle infrastrutture urbane.

Sarà presentato anche a Milano a dicembre in due eventi distinti: uno dedicato ai professionisti, l'altro agli investitori.

Prossime tappe in programmazione per il 2017

Si sta lavorando per presentare il progetto al Mipim di Cannes

Si sta lavorando per presentare il progetto al Mipim di Londra



Blueprint Competition: in primo piano su riviste internazionali e Social Network



Dal giorno di presentazione del concorso a fine luglio a Genova, sono stati inviati oltre 150 comunicati a riviste nazionali e internazionali, con una campagna mirata sui siti di riferimento per professionisti di tutto il mondo.

Riviste russe, spagnole, francesi inglesi, kazhake, oltre che ovviamente italiane, hanno dato ampio spazio al concorso internazionale.

Sulla pagina Facebook e sul profilo Twitter le interazioni arrivano da Bruxelles e Londra ma anche da Salonicco,

Gaza, Baghdad, Alessandria d'Egitto, Ho Chi Minh, Kuala Lumpur.

Dopo due mesi dal lancio del concorso sul sito ufficiale del concorso www.blueprintcompetition.it la "classifica" degli accessi vede l'Europa per l'83 %; Asia 8%; America del Nord e del Sud 7%; Africa 1%; Oceania 1%.

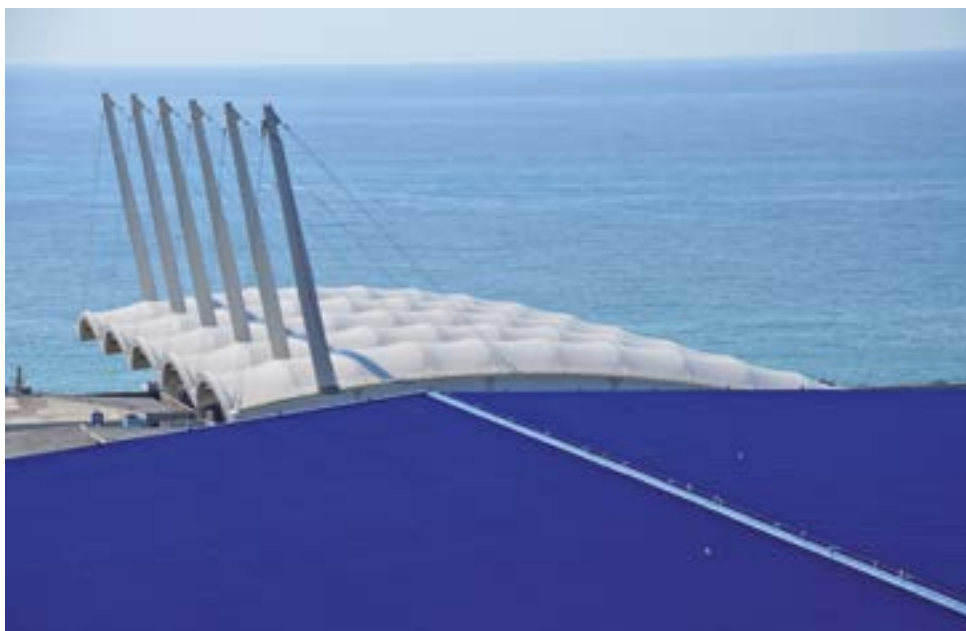
La classifica divisa per paese premia Italia, Russia, United Kingdom, Stati Uniti, Spagna. Tra le prime dieci entra l'Ucraina superando India, Canada, China, Iran.

blueprint competition - progetto per sponsor

Sono oltre 130 le FAQ presenti sul sito per rispondere a quesiti specifici che i possibili partecipanti hanno inviato alla Segreteria Organizzativa del concorso.

Il concorso è stato pubblicizzato anche con una campagna promozionale specifica su alcune delle principali riviste

del settore (El Croquis, The Architectural Review, Domus, L'Architecture-d'Aujourd'hui, Il Sole 24 Ore inserto immobiliare) per cui sarà possibile replicare la pubblicazione del risultato conclusivo con visibilità del Partner.



Hanno detto del Blueprint

Renzo Piano - Architetto

" Il Blueprint è stato concepito proprio con lo scopo di bandire dei concorsi di progettazione, di aprirsi a talenti che mi auguro siano anche giovani, di ricevere nuove proposte. L'idea che potranno emergere nuovi talenti è ciò che mi soddisfa di più. E' giusto che siano i giovani a confrontarsi a livello internazionale".

Matteo Renzi - Presidente del Consiglio

" Blueprint. Progetto di rilevanza nazionale "

Ammiraglio **Giovanni Pettorino** - Commissario Autorità Portuale

" Il Blueprint. Un percorso da condividere nel modo più assoluto "

Carlo Castellano - Consigliere superiore della Banca d'Italia

" Il Blueprint di Renzo Piano dà nuova vita a una parte di città"

Giuseppe Zampini - Presidente Confindustria Genova

"Una concreta opportunità di rinnovamento per la città e di sviluppo del turismo e dell'industria portuale"

Hanno detto del Blueprint Competition

Marco Doria - Sindaco di Genova
"Blueprint Competition. Progetti belli ma anche fattibili"

Emanuele Piazza - Assessore allo Sviluppo Economico Comune di Genova
"Blueprint Competition. Attendiamo partecipazione di professionisti da tutto il mondo"

Stefano Franciolini - Presidente Spim Genova
"Con il Blueprint recuperiamo area fondamentale per la città"

Paolo Raffetto - Presidente Ordine Architetti di Genova
"Blueprint Competition. Un'occasione per la città"

Stefano Bigazzi - Giornalista - Repubblica
"Il sindaco ha presentato il concorso di idee (meravigliosa parola) che coinvolgerà giovani professionisti, che guarderà all'aspetto estetico e all'impegno economico. Insomma non faraoniche narcisistiche pressoché inutili opere ma qualcosa di semplice. Di genovese, gente, fatevi venire in mente qualcosa di bello e che costi poco. E' un'idea"

3

I destinatari della
proposta

I destinatari della proposta

Il concorso internazionale Blueprint Competition comunica l'avvio di un progetto concreto di rilancio di un'area

fondamentale per lo sviluppo economico complessivo di Genova a livello Nazionale ed Internazionale a:

- operatori e professionisti del settore a livello nazionale ed internazionale ;
- i cittadini di Genova e delle grandi città Europee nelle quali verrà promosso il blueprint con il roadshow;
- il pubblico degli eventi Mapic Italy a Milano e Mipim di Cannes e Londra;
- il pubblico delle conferenze organizzate per promuovere la Blueprint Competition;
- top manager di aziende, imprenditori, industriali;
- progettisti, developers;
- retailers;
- forze imprenditoriali e politiche;
- stakeholders;
- media;
- brockers



4

Prossime fasi
del progetto

Prossime fasi del progetto

Prima Fase.

Si sviluppa dai primi di dicembre e arriva fino alla fine di gennaio e riguarda la fase di aggregazione dei dati dei concorrenti e dei progetti attivati (scadenza 15 dicembre 2016) e l'avvio dei lavori della Commissione che giudicherà i progetti fino alla decretazione del vincitore e dei classificati (scadenza prevista 31 gennaio 2017).

In questa fase il *Piano di Comunicazione* avrà l'obiettivo di canalizzare l'attenzione agli esiti del concorso, sfruttando le aspettative che si sono mosse a tutti i livelli intorno al concorso e ai suoi esiti.

Il roadshow internazionale avviato per la promozione del concorso vedrà come prossima tappa la Cina a Guangzhou in occasione della conferenza sulle infrastrutture urbane

Seconda Fase.

(15 febbraio 2017 – 15 marzo 2017)

Presentazione alla città dei progetti pervenuti coinvolgendo cittadini, professionisti, istituzioni locali protagoniste delle diverse fasi del progetto Blueprint.

In questa fase verrà effettuato l'evento di premiazione del vincitore a Genova e la mostra finale dei progetti.

Terza Fase.

(15 marzo – 15 ottobre 2017)

Presentazione del progetto vincente agli investitori internazionali in occasione di fiere specifiche quali Mipim di Cannes e Londra, incontri dedicati al mercato immobiliare, forum, meeting istituzionali con rappresentanti di paesi esteri, viaggi di promozione all'estero delle istituzioni locali e di Spim spa.

Tipo di comunicazione

- Roadshow nazionale ed internazionale con promozione concorso
- Conferenza stampa a seguito definizione vincitore del concorso;
- Evento di premiazione del vincitore con conferenza, video e interviste su twitter, facebook e canale you tube del Comune di Genova, del sito Blueprint Competition e del sito S.P.Im. s.p.a..
- Mostra con esposizione dei progetti
- Roadshow nazionale ed internazionale con presentazione progetto vincitore del concorso
- Presentazione e promozione del progetto vincitore del concorso ad eventi internazionali quali Mipim di Cannes e Londra

Necessità tecniche riferite alle diverse fasi

Durante le tre fasi principali, sopra elencate, serviranno ai fini dell'organizzazione dell'evento di premiazione finale, della mostra e delle fiere internazionali, i seguenti supporti:

Prima Fase. Lavori della Commissione

- Messa a disposizione del materiale informatico (monitor, pc, software...) da definire con Spim
- Servizio Catering (da definire il periodo)
- Struttura alberghiera (per ospitare 4 giurati internazionali)
- Viaggi di trasferimento (per ospitare la giuria)

Seconda fase. Presentazione del progetto vincitore e degli altri pervenuti

- Redazione, stampa e rilegatura del Book di illustrazione di tutti i progetti pervenuti
- Materiale conferenza stampa di presentazione del progetto vincente
- Materiale utile per la mostra aperta alla città con l'esposizione dei principali progetti

Terza fase. Presentazione del progetto vincitore alla platea internazionale

- Materiale per partecipazione alle principali fiere di settore MIPIM a Cannes e Londra con realizzazione di brochure, cartelline, opuscoli, totem e quant'altro possa essere utile per promuovere il progetto e per avere una postazione allestita
- Realizzazione eventi collaterali a queste fiere di settore
- Viaggi di presentazione del progetto a ospiti istituzionali e organizzazioni economiche.
- Presentazione del progetto alle Associazioni di Categoria a livello locale, nazionale e internazionale
- Presentazione in occasione di forum internazionali riservati ad investitori internazionali
- Stampa su cartellonistica per promuovere nella città e in tutta Italia il progetto vincitore



Visibilità e benefit per
il Partner / Sponsor /
Supporter

Visibilità e benefit per il Partner/Sponsor/ Supporter

E' possibile sostenere la Blueprint Competition affiancandosi al progetto come **Partner, Sponsor e Supporter**.

Nelle tre fasi del progetto Blueprint Competition e in relazione ai diversi target indicati sono numerosi gli eventi e gli strumenti che possono garantire una visibilità complessiva per Partner, sponsor e supporter del Blueprint Competition.

Tutti gli sponsor del Blueprint sono importanti, non solo i grandi sponsor, per questo di seguito elenchiamo alcuni benefici base di cui tutti gli Sponsor/ Partner e Supporter potranno godere:

- Inserimento nell'elenco sponsor integrale testuale presente sul sito web della Blueprint Competition con hyperlink se richiesto
- Presenza del proprio logo a colori al piede della scheda descrittiva dell'evento all'interno del programma cartaceo dell'evento finale del Blueprint Competition, sul totem o cartello posto all'ingresso dell'evento e nella pagina del programma sul sito
- Pubblicazione delle notizie sui profili dei Social Network con inserimento logo

La visibilità dei Loghi sarà collegata alla categoria di riferimento.

Categoria PARTNER (da € 30.000 a € 50.000)

- Servizi video e giornalistici realizzati in abbinamento all'immagine del Partner che saranno diffusi tramite canali Twitter, Facebook e YouTube del Comune di Genova, del BluePrint Competition e della Spim spa
 - Possibilità di intervento del Partner nelle iniziative pubbliche di promozione del progetto
 - Possibilità di partecipazione alla presentazione del progetto a ospiti nazionali ed internazionali
 - Totem aziendale in occasione della mostra finale dei progetti
 - Citazione aziendale nelle comunicazioni redazionali
 - Possibilità di partecipazione alla presentazione del progetto alle Associazioni di Categoria a livello locale, nazionale e internazionale
 - Possibilità di partecipazione alla presentazione in occasione di forum internazionali riservati ad investitori internazionali
 - Altro da concordare in virtù delle esigenze e richieste del Partner
- Inserimento del logo a colori del partner**
- Su cartellone nell'Area ex Fiera nel

Padiglione S (ex Palasport) abbinato alla promozione della Blueprint Competition

- Su cartello esistente nell'Area ex Fiera di Genova sul Padiglione C abbinato alla promozione della Blueprint Competition
- Nel materiale promozionale relativo agli esiti della Blueprint Competition
- Su cartellonistica, materiale promozionale in occasione della mostra finale
- Inserimento ringraziamenti e del proprio logo ad intera pagina nel book relativo ai migliori progetti presentati, oggetto della mostra finale.

Categoria SPONSOR (da € 10.000 a € 25.000)

- Citazione aziendale nelle comunicazioni redazionali

Inserimento del logo a colori dello sponsor

- Su cartello esistente nell'Area ex Fiera di Genova sul Padiglione C abbinato alla promozione della Blueprint Competition
- Nel materiale promozionale relativo agli esiti della Blueprint Competition
- Su cartellonistica, materiale promozionale in occasione della mostra

finale

- Citazione aziendale nel book relativo ai migliori progetti presentati, oggetto della mostra finale.

Categoria SUPPORTER (da € 5.000 a € 10.000 anche con contributo tecnico)

- Citazione aziendale nelle comunicazioni redazionali

Inserimento del logo a colori dello sponsor

- Su cartello esistente nell'Area ex Fiera di Genova sul Padiglione C abbinato alla promozione della Blueprint Competition
- Nel materiale promozionale relativo agli esiti della Blueprint Competition
- Su cartellonistica, materiale promozionale in occasione della mostra finale
- Citazione aziendale nel book relativo ai migliori progetti presentati,

oggetto della mostra finale.

Sponsorizzazioni Tecniche:

E' possibile sostenere il Blueprint Competition con un sostegno in kind (logistico).

Per l'organizzazione dell'evento finale, della mostra e dei successivi eventi internazionali, servono attrezzature di ogni genere, in particolare attrezzature informatiche, sistemi di ripresa audio/video, materiali tipografici di vario genere, consumables, mezzi di trasporto,

spazi e servizi.

Ogni aiuto che possa servire a ridurre le spese di organizzazione dell'evento finale o di altri eventi ed a migliorare i servizi è benvenuto e valorizzato.

Le spese di sponsorizzazione in quanto assimilabili alle spese pubblicitarie sono fiscalmente deducibili.

blueprint competition - progetto per sponsor



Referenti



COMUNE DI GENOVA



Comune Di Genova

Dott.ssa **Tiziana Ginocchio**
Responsabile Relazione con Aziende e
Fundraising
Direzione Pianificazione strategica,
Smart city, Innovazione d'Impresa e
statistica
Via Garibaldi 9, Palazzo Tursi Albini, 8°
piano lato ponente
tginocchio@comune.genova.it
mob. 3355699378
tel. 0105572756

S.P.Im. s.p.a.

Dott. **Marco Mogni**
Direttore Amministrativo S.P.Im. s.p.a.
Via di Francia 1, 7° piano
mogni@spimgenova.it
0105577903