

# LA POLEMICA SUGLI SPONSOR

## PALAZZO DUCALE



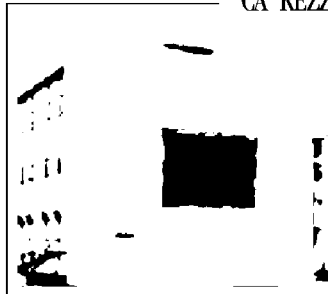
**3 MILIONI.** Li garantirà il gruppo Dottor per restaurare la facciata del Ducale su rio della Canonica e le Prigioni in cambio di pubblicità sui ponteggi ed eventi per gli sponsor

## LE PROCURATIE



**3,6 MILIONI.** La società britannica Plakativ Media Limited restaurerà con un contributo di 3,6 milioni Zecca e parte delle Procuratie in cambio di pubblicità

## CA' REZZONICO



**500 MILA.** Mezzo milione di euro. E' la cifra garantita dalla Replay per pulire la facciata di Ca' Rezzonico. Anche in questo caso pubblicità esterna

# «Maxipubblicità squallida? Non possiamo farne a meno»

*L'assessore Rumiz interviene dopo le accuse della Curia per San Simeon Piccolo*

*«Senza Legge speciale abbiamo dovuto inventarci di tutto per trovare i soldi»*



Ormai è un coro contro le maxipubblicità sui ponteggi dei monumenti per finanziarne, così, i restauri. I primi a protestare erano stati i Comitati privati per la salvaguardia di Venezia — che proprio i restauri finanziavano, senza nulla ricevere — con una lettera del presidente Alvise Zorzi al sindaco Massimo Cacciari e alla sovrintendente Renata Codello. Una lettera durissima sulle pubblicità-monstre nell'area marciana parlando della «più brutale commercializzazione» per «l'area più famosa e nobile della città» e di «scadimento dell'immagine» di essa. Poi, pochi giorni fa, era stato il presidente delle Assicurazioni Generali Antoine Bernheim a

esternare contro le maxipubblicità: «Il Comune di Venezia per finanziare le opere ha in programma di esporre pannelli pubblicitari di marche di largo consumo — aveva dichiarato Bernheim — Ma la piazza centrale di Venezia non va trasformata in una piattaforma pubblicitaria. E' una piazza prestigiosa, deve mantenere la sua autenticità. Per questo sono ostile a questo progetto». Ora a «sparare» contro le maxipubblicità — e in particolare quelle sulla facciata di San Simeon Piccolo (nella foto grande) — è stato il delegato patriarcale monsignor Antonio Meneguolo, che ha attaccato la Soprintendenza, dichiarando che «cercar soldi con la pubbli-

cità è squallido», e «di un vero e proprio scandalo», nonché di «megapubblicità mostruosa e immorale». Ma la risposta di Comune e Soprintendenza — l'uno senza più i fondi della Legge Speciale, l'altra senza quelli del Ministero dei Beni Culturali — è la stessa: senza quelle pubblicità non siamo più in grado di finanziare i restauri in città. «Se potessi ne farei a meno — ha dichiarato l'assessore ai Lavori Pubblici Mara Rumiz — ma purtroppo non posso. In questi anni, senza più i fondi della Legge Speciale, il Comune non è stato con le mani in mano, ma ha attivato tutti i canali possibili per avere nuovi finanziamenti. Dal project financing per il recupero

della Scuola della Misericordia e il cinema Rossini, a nuovi bandi, come quello per il rifacimento del Ponte dell'Accademia, in cui si cercano finan-



ziatore, progettista e impresa in cambio di un ritorno d'immagine. Fino, appunto, alle pubblicità esterne sui ponteggi dei monumenti, che continueremo a cercare finché saremo privi di fondi per gli interventi».

Per la Chiesa di San Simeon Piccolo, in particolare, era stata la stessa Soprintendenza ai Beni Ambientali e Paesaggistici di Venezia — per attuare il restauro — a stipulare una convenzione con le imprese Rogra a Sacaim. La Sacaim — tra le più note imprese veneziane, impegnate anche nel campo del restauro — collabora già con la Soprintendenza per interventi importanti, come quello in corso per l'allargamento delle Gallerie dell'Accademia. Ma la Sacaim cura solo il restauro, mentre finanziarlo toccava all'azienda che si occupa della vendita di spazi pubblicitari. Il costo del restauro — circa 635 mila euro — doveva essere garantito dall'affitto di spazi pubblicitari sui ponteggi. Ma la polemica e i problemi erano dietro l'angolo; anzi, davanti alla facciata. A Venezia, senza più fondi, non resta che vendere la propria immagine.

*(Enrico Tantucci)*