

“CARNEVALE DI VENEZIA 2013”
(sabato 26 gennaio – martedì 12 febbraio)
www.carnevale.venezia.it

Venezia, 16 luglio 2012
presentazione delle linee guida

1. Proseguire il rapporto con le istituzioni e i cenacoli culturali veneziani, se possibile ampliando ulteriormente la rete dei soggetti coinvolti (circa 30 nel 2012) in modo da beneficiare del lavoro svolto nel biennio precedente, in particolare sviluppando nuovamente la **“Carnival Culture Night”** e altri format analoghi. Il tema del **programma culturale** del Carnevale, infatti, oltre a nobilitare l’offerta del palinsesto permette anche di sviluppare in modo integrato il tema del Carnevale, approfondendone le sfaccettature, declinandone gli attributi nei contesti più diversi. In tal modo si valorizza il rapporto tra Venezia e il suo Carnevale (un grande brand della città lagunare) e quello tra la storia del costume e la cultura alta.

2. Consolidare la distribuzione del Carnevale su **tre settimane** questa volta non solo per massimizzare l’intervento in comunicazione e arredo cittadino, ma anche per creare un ideale “fil rouge” tra il Capodanno, l’Epifania e il Carnevale stesso. Andrà ripresa anche in comunicazione la periodizzazione storica del Carnevale (che anticamente cominciava in modo ufficiale il giorno di Santo Stefano) in modo da bypassare il problema dei “Carnevali bassi” che apparentemente potrebbero soffrire della vicinanza con le appena concluse festività invernali.

A questo fine si propone di ragionare in modo congiunto anche sul tema del Capodanno, dando a quest’ultimo il tematismo **“Capodanno in maschera”**, e creando così in tutto e per tutto un “mood” carnevalesco che investa la città per un mese e mezzo, con un evento “prodromico” che cominci già a parlare al pubblico, ai visitatori e ai turisti, del Carnevale. Valorizzare eventi già tipicamente invernali da integrare e promuovere nel contesto del carnevale. Ad esempio:

- Il bagno degli “Ibernisti”
- Il Patinoire a San Polo e a Mestre
- Il Capodanno che diventa in Maschera
- Il Progetto di Luci di Natale della città che può protrarsi anche fino al Carnevale magari con l’intervento di qualche partner.

3. Alla luce del calendario (apertura **26 e 27 gennaio**, clou **2 – 12 febbraio**), sarà necessario sviluppare un'offerta **indoor** importante, non esclusivamente nel programma "Cultura" ma anche in quello ludico e d'intrattenimento.

A questo fine è necessario confrontarsi sin da subito con tutti gli spazi di spettacolo e teatro cittadini, per incrociare i calendari delle loro programmazioni e immaginare offerte al coperto parallele a quelle en plein air che si svilupperanno in Piazza San Marco, nei Campi di Venezia e nel territorio comunale.

4. Rinnovare il tema dei tre "**voli**" nel corso del periodo clou: "**Angelo**" domenica **3 febbraio**, "**Aquila**" domenica **10 febbraio**, "**Leon**" martedì **12 febbraio**, per ottimizzare le risorse investite e creare un momento di comunicazione culturale e mediatica nazionale e internazionale di grande effetto su tutto il Carnevale.

5. Intraprendere l'avvicinamento del Carnevale di Venezia ai temi del prossimo **Expo 2015** in programma a **Milano** sugli argomenti legati all'alimentazione e al cibo. Il grande evento in preparazione a Milano può essere un potente volano di promozione anche per il Carnevale di Venezia qualora in quest'ultimo si cominci da subito a lavorare sui temi delle tradizioni alimentari, della spettacolarizzazione del cibo, delle specificità locali storiche.

CARNEVALE 2013: sabato 26 gennaio - martedì 12 febbraio

CARNEVALE 2014: sabato 15 febbraio - martedì 4 marzo

CARNEVALE 2015: sabato 31 gennaio - martedì 17 febbraio