

CONCLUSIONI DEL SESTO RAPPORTO ANNUALE SU TORINO

Oggi Torino è certamente il più grande cantiere italiano; progettualità, finanziamenti, attese si concentrano nella città ad un livello forse mai sperimentato prima d'ora. Gli effetti sociali ed economici (positivi e/o negativi) di questa intensa stagione non potranno che vedersi tra anni, per alcuni aspetti tra decenni.

Per ora, invece, quelli che si vedono chiaramente sono gli inequivocabili segnali di crisi industriale: il ridimensionamento è drastico e ci si sta avvicinando al livello di guardia, oltre al quale rischiano di estinguersi interi pezzi del sistema delle piccole e medie imprese. Tiene ancora l'export (grazie soprattutto alle componenti auto), sta crescendo la penetrazione nei mercati dell'Est europeo. È difficile valutare oggi se la rottura dell'accordo tra Fiat e General Motors sia un bene o un male; certo è fallito quello che cinque anni fa veniva descritto come *il* piano di rilancio economico, mentre le prospettive di Mirafiori si fanno sempre più incerte. Qualche segnale positivo viene da altri settori: l'ICT (con iniziative promozionali e di start-up), il turismo (che, forse, finalmente si muove, anche se l'opportunità olimpica di irrobustire il sistema dell'accoglienza non pare pienamente colta), il comparto sanitario (con segnali di eccellenza nei segmenti a maggiore complessità, ma anche l'incapacità del sistema a fare da riferimento per l'intero territorio regionale).

La maggioranza degli italiani vede Torino in declino economico (molti l'accostano a una «nobile decaduta» come Vienna). Le percezioni, d'altronde, trovano conferma nei numeri delle gerarchie europee: varie fonti concordano nell'indicare Torino, negli ultimi otto-dieci anni, in forte caduta (più o meno dal 12°-15° ad un posto tra il 30° e il 40°), il che pare da attribuirsi essenzialmente all'indebolimento del ruolo della Fiat e quindi del suo sistema di mediazioni e relazioni nazionali e internazionali.

Sul versante culturale emergono segnali contraddittori: crescono immatricolati e laureati, ma il sistema universitario rimane tra i meno attrattivi del centro-nord; si moltiplicano gli sforzi per lanciare i poli del cinema e dell'arte contemporanea, che però rimangono poco visibili a livello sovra-locale (quattro italiani su cinque non hanno mai sentito parlare dei musei torinesi); il polo fieristico-congressuale tarda ad assumere contorni definiti, nonostante la presenza della nuova struttura dell'o-

val, in attesa che siano individuate e perseguite vocazioni specifiche in nicchie d'eccellenza (compatibili con spazi espositivi relativamente limitati).

I cantieri olimpici procedono bene, così come i test events; la progettazione intorno all'eredità olimpica, invece, risulta in netto ritardo. Le maggiori carenze emergono sul piano dell'immagine: il marketing olimpico è debole, la visibilità mediatica scarsa, il marchio Torino 2006 poco percepito fuori dall'ambito locale, l'ambizione a suo tempo affermata di legittimare la città come «capitale sportiva» non pare supportata da una progettualità adeguata.

Sul piano dell'immagine si registra un intenso sforzo per sostituire al «vecchio» (la monocultura dell'auto) un impasto di «nuovo» e di tradizione, sfruttando anche il positivo riverbero regionale (l'immagine di terra dell'enogastronomia). Le campagne di marketing urbano cominciano a dar frutti oltre confine, mentre in Italia l'immagine di Torino non sembra ancora significativamente cambiata: il che, peraltro, risulta perfettamente comprensibile, essendo tale immagine ben più radicata a livello nazionale.

Si registrano insufficienze anche sul piano della governance: deve crescere la capacità – soprattutto da parte della Regione (il cui ruolo istituzionale, l'autonomia decisionale e le leve finanziarie connesse sono grandemente cresciuti) ma più in generale da parte dell'insieme della classe dirigente cittadina – di proporre strategie di sviluppo e promuoverle credibilmente facendo *lobbying* territoriale, ossia sostenendo gli interessi locali su tavoli nazionali e internazionali.

Elementi di debolezza emergono anche quanto alla qualità degli interventi strategici. Indubbiamente oggi sono in ballo a Torino molti buoni progetti, talvolta ottimi; la vivacità progettuale che pervade l'area è certo positiva, tanto più che – in alcuni casi – questa subentra ad inerzie e attese decennali o secolari. Tuttavia, il fatto che i cantieri avanzino (in sé positivo) non deve distrarre dal «come».

Dopo 5-6 anni di monitoraggio dei più importanti progetti strategici, rileviamo in diversi casi una sorta di «inerzia efficientista»: si procede con grande attenzione per i cronoprogrammi, meno per la qualità e i contenuti progettuali; in altri termini, si dedicano grandi energie e risorse all'«hardware», decisamente meno al «software».

Gli esempi in tal senso sono innumerevoli. Ci limitiamo qui a citare quelli di diversi impianti olimpici (la cui destinazione post 2006 è ancora vaga), della tanta nuova edilizia (di qualità non sempre eccelsa e non accompagnata da vere politiche attrattive di residenze e insediamenti produttivi); ma, ancora, di importanti interventi come la Reggia di Venaria (non è ancora chiaro ciò che ospiterà), del passante (il cui ruolo di spina dorsale del sistema ferroviario metropolitano rimane molto incerto), dei villaggi olimpici (residenze universitarie dopo il 2006, ma senza che contestualmente siano state messe in atto autentiche strategie dirette a rafforzare l'attrattività degli atenei). Per non parlare dell'incertezza che tuttora domina i contenuti di alcuni grandi progetti, risalenti ad anni lontani, come la linea ad alta velo-

cità per la Francia (con il problema ancora aperto, e determinante per l'economia del territorio, dello scalo merci) o anche recenti, come il cosiddetto Parco della salute.

Se è vero che Torino corre sovente il rischio di cedere alla facile tentazione del «mugugno», il rischio eguale e contrario è però quello di una certa «retorica dei progetti», che assume una varietà di espressioni, dall'autoincensamento un po' provinciale a messaggi che sanno di propaganda al «non disturbate il manovratore». Nel dibattito locale, ad esempio, non è infrequente l'evocazione di presunte «eccellenze» (che paiono tali fintantoché non vengono confrontate con realtà analoghe, anche solo nazionali), così come la tendenza a rifuggire il confronto (con le evidenze empiriche, i dati, le altre metropoli) o ancora a enfatizzare taluni progetti in modo celebrativo (emblematici i casi del metrò o, nel recente passato, del tram numero 4, entrambi presentati come interventi salvifici rispetto ai problemi di mobilità).

Il rischio, insomma, è di reagire alla crisi e al senso di incertezza con il ripiegamento, la chiusura autoconsolatoria sui pregi della torinesità, mentre è chiaro che per dare sostanza alla trasformazione il lavoro da fare è ancora molto, per certi aspetti anzi è appena cominciato. Il cambiamento infatti potrà dare i suoi frutti solo accettandone appieno le opportunità di apertura: assumendo dunque la sfida di una competizione che se sul piano fisico-materiale (i grandi cantieri...) può dirsi vincente, sul piano immateriale (l'individuazione condivisa di strategie di uscita dalla crisi, oltre alla creazione di condizioni ambientali favorevoli all'innovazione) richiede con urgenza di essere meglio sostenuta.

APPENDICE METODOLOGICA

Il sondaggio sulle immagini di Torino

L'indagine è stata condotta nei mesi di ottobre-novembre 2004, tramite interviste telefoniche a campioni rappresentativi nazionali, in Italia, Francia, Germania e Gran Bretagna, cioè nei tre paesi stranieri che – dati alla mano – vantano maggiori rapporti (per turismo, scambi ecc.) con Torino. La traccia di intervista è scaturita in parte da precedenti indagini svolte sul tema delle immagini di Torino e del Piemonte (in particolare: Censis 1999, Scamuzzi 2001, Guala 2003), in parte dall'analisi dei materiali promozionali e dei progetti sviluppati nell'area torinese (dai quali sono state tratte ad esempio parole/idee chiave da sottoporre agli intervistati). La struttura dell'intervista e il piano di lavoro sono stati discussi e verificati con esperti di marketing urbano (in particolare con l'Ufficio comunicazione del Comune di Torino) e di ricerca sociale (gruppo Omero dell'Università-Politecnico, Fondazione Agnelli, Metis, Osservatorio Nord Ovest), curando sia la formulazione sia il posizionamento delle singole domande, puntando ad ottenere il massimo di risposte spontanee e multiple. Sono state formulate domande di confronto per verificare: 1) la coerenza interna tra le risposte, 2) la rispondenza a livello percettivo diffuso dei messaggi ricorrenti nel dibattito e nel marketing urbano torinese; 3) la corrispondenza con gli esiti di analoghe domande formulate in precedenti indagini.

Per pianificare l'operatività del sondaggio è stata fondamentale la collaborazione con la società Metis, che ha realizzato parte delle interviste, curato la supervisione delle interviste realizzate in Italia (da SWG) e all'estero (da CRA-Nielsen), oltre che l'assemblaggio e la «pulitura» del database. Le successive fasi, in particolare elaborazioni statistiche, analisi dei dati e stesura del rapporto di ricerca, sono state curate dal gruppo del Rapporto su Torino. Il campionamento è di tipo casuale semplice, a partire da elenchi telefonici, sull'universo dei residenti maggiorenni (esclusi i residenti in provincia di Torino), sovrarappresentando nel campione i soggetti con titoli di studio elevati (particolarmente interessanti per un'indagine sulle immagini urbane). Nelle tabelle seguenti sono riportate le quote relative alle principali variabili di campionamento.

	Campione (%)				Universo (%)			
	Italia	Germania	Francia	G. Bretagna	Italia	Germania	Francia	G. Bretagna
Maschi	45	45	42	39	49	49	49	49
Femmine	55	55	58	61	51	51	51	51
Età <35	32	39	24	25	40	27	30	29
Età 35-54	44	36	40	43	29	36	37	36
Età >54	24	25	36	32	31	37	33	35
<Diploma	39	65	46	42	61	n.d.	n.d.	n.d.
Diploma	45	21	25	20	31	n.d.	n.d.	n.d.
>Diploma	17	13	29	38	8	n.d.	n.d.	n.d.

Condizione lavorativa	Campione (%)			
	Italia	Germania	Francia	Gran Bretagna
Occupato	53	56	58	55
Disoccupato	4	6	5	5
Pensionato	21	19	27	24
Casalinga	15	9	7	6
Studente	6	9	3	6
Altro	1	2	1	3

Campione Italia	Luogo di nascita (%)	Attuale luogo di abitazione (%)
Prov. Torino	0,5	0,5
Prov. Alessandria	0,6	0,8
Prov. Asti	0,3	0,4
Prov. Biella	0,2	0,4
Prov. Cuneo	0,9	1,0
Prov. Novara	0,4	0,7
Prov. Verbania	0,2	0,3
Prov. Vercelli	0,2	0,3
TOT Piemonte	3,4	4,4
Valle d'Aosta	0,3	0,4
Lombardia	16,5	19,1
Liguria	2,9	3,0
TOT nordovest	23,1	26,9
Veneto, Friuli, Trentino	12,1	12,7
Emilia Romagna	7,2	7,5
TOT nordest	19,3	20,2
Toscana	5,3	6,5
Marche, Umbria	4,1	3,7
Lazio	7,6	9,0
Abruzzo, Molise	2,5	2,8
TOT centro	19,5	22,0
Puglia, Basilicata	9,0	7,4
Campania	10,0	9,6
Calabria	5,8	3,3
Sicilia	9,6	7,9
Sardegna	3,2	3,5
TOT sud-isole	37,5	31,6
Estero	0,6	0,1
Totale	100,0	100,0

Traccia di intervista utilizzata nel sondaggio sulle immagini di Torino

- 1) Pensando alle Alpi qual è la prima città che le viene in mente?
- 2) Lei sa dove si terranno le prossime Olimpiadi invernali, nel 2006?
[Risposte spontanee (possibili più risposte); se cita luoghi inesatti o non sa dove si terranno, passare alla dom. 5, altrimenti proseguire con la dom. 3]
- 3) Come ha saputo delle Olimpiadi del 2006 a Torino?
[Risposte spontanee - max prime 2 risposte]
- 4) Lei nel 2006 ha intenzione di...:
[Leggere le risposte tranne Non so - possibili più risposte]
Seguire di persona qualche gara (sci alpino, sci di fondo, biathlon, snowboard, salto, freestyle); Seguire di persona qualche gara (bob, slittino, skeleton, curling); Seguire di persona qualche gara (pattinaggio, hockey)
Seguire le gare olimpiche in Tv; Non seguire le Olimpiadi; Non so
- 5) Quante volte lei è stato a Torino?
[Leggere le risposte tranne Non so; se risponde Nessuna o Non so, passare alla dom. 7]
Nessuna; Una sola volta; Più di una volta ma meno di cinque; Cinque o più volte; Non so
- 6) Per quale motivo è venuto a Torino l'ultima volta?
[Leggere le risposte tranne Non so]
Per turismo; Per studio; Per lavoro; Per trovare amici/parenti; Per altri motivi; Non so
- 7) Da dove lei abita è comodo raggiungere Torino?
[Di nuovo per tutti; leggere le risposte tranne Non so]
Molto; Abbastanza; Poco; Per niente; Non so
- 8) Quali delle seguenti definizioni di Torino lei condivide e quali no? Città...
[Leggere tutte le affermazioni; per ciascuna chiedere se Sì, No, Non so]
...nel cuore dell'Europa; dell'industria e della tecnologia; d'arte e cultura; dell'accoglienza e della gastronomia; della qualità della vita; di grandi eventi e mostre; di fiumi e del verde
- 9) Pensando a Torino che cosa le viene in mente?
[Risposte spontanee - max 3 risposte]
- 10) Ha sentito parlare o ha visitato qualche museo dell'area torinese?
[Risposte spontanee - max 3 risposte; per ogni museo citato accertarsi se l'intervistato lo conosce solo o lo ha visitato]
- 11) Quali personaggi le vengono in mente pensando a Torino?
[Risposte spontanee - max 3 risposte]
- 12) Ricorda qualche evento che si è svolto o si svolge regolarmente a Torino?
[Risposte spontanee - max 3 risposte]
- 13) Di solito, quando la Tv o i giornali parlano di Torino o del Piemonte, di che cosa parlano di più, secondo lei?
[Risposte spontanee - max 3 risposte]
- 14) Ha mai visitato siti internet su Torino?
[Leggere le risposte tranne Non so; Risposta Sì: passare alla dom. 15, altrimenti alla dom. 16]
Sì; No mai (pur navigando in internet); Non naviga in internet; Non so

- 15) Per quale motivo ha visitato siti internet su Torino?
[Leggere le risposte tranne Non so]
 Per turismo; Per studio; Per lavoro; Per altri motivi; Non so/non ricordo
- 16) Ci può dire in che misura è d'accordo con ciascuno dei seguenti giudizi: a) I torinesi sono accoglienti; b) I torinesi sono attivi; c) I torinesi sono onesti?
[Leggere le risposte tranne Non so]
 Molto d'accordo; Abbastanza d'accordo; Poco d'accordo; Per niente d'accordo; Non so
- 17) Le elencherò ora una serie di aggettivi. Può dirmi per ciascuno di questi in che misura sintetizza l'immagine che lei ha della città di Torino?
[Leggere le risposte tranne Non so; per ciascuna, chiedere se Molto, Abbastanza, Poco, Per niente]
 Stimolante; Organizzata; Sicura; Internazionale; Sportiva; Noiosa; Provinciale
- 18) La condizione economica di Torino secondo lei oggi è...?
[Leggere le risposte tranne Non so]
 Decisamente migliore che in passato; Migliore che in passato; Ugual a quella del passato; Peggior che in passato; Decisamente peggior che in passato; Non so
- 19) Tra le altre metropoli italiane, quali ritiene più simili e quali più diverse da Torino?
[Risposte spontanee - max 3+3 risposte]
- 20) Rispetto a Torino, quale altra metropoli italiana è...:
[Risposte spontanee - max 2 risposte per ciascuna domanda]
 Più ricca di Torino; Più inquinata di Torino; Con ospedali migliori di Torino; Più verde di Torino; Con alloggi più cari di Torino
- 21) Ed invece, delle seguenti città europee, qual è secondo lei la più simile a Torino?
[Risposte spontanee - max 2 risposte]
- 22) Tra gli sport, quali assocerebbe a Torino ?
[Risposte spontanee - max 3 risposte]
- 23) Secondo lei i Giochi del 2006 potranno essere un'occasione di rilancio?
[Leggere le risposte tranne Non so]
 Sì, ma solo per Torino e per il Piemonte; Sì, per tutta l'Italia; No, né per Torino, né per il Piemonte, né per l'Italia; Non so
- 24) Ritiene probabile che, dopo le Olimpiadi, l'immagine di Torino verrà fortemente collegata a quella delle Alpi ?
[Leggere le risposte tranne Non so]
 Molto; Abbastanza; Poco; Per niente; Non so
- 25) Lei ha mai sentito parlare delle Paralimpiadi?
 Sì; No; Non so/non ricordo
- 26-31) Età; Titolo di studio; Condizione professionale; Professione; Luogo di nascita e luogo in cui abita oggi (*solo per italiani*)

Le altre indagini

Alla base di ciascun capitolo del Rapporto sta un lavoro di ricerca finalizzato a raccogliere, valutare criticamente e selezionare dati statistici quantitativi ed informazioni qualitative (su Torino, area metropolitana, metropoli italiane ecc.), le cui fonti sono istituzioni, uffici di statistica, banche dati specialistiche, indagini monografiche. I progetti monitorati sono selezionati tra quelli ritenuti maggiormente strategici per l'area torinese; su ciascuno di essi viene raccolta un'ampia documentazione: dati, documenti (dossier, relazioni tecniche ecc.), testimonianze di «insiders» (rappresentanti ufficiali dei progetti) ed «outsiders» (detentori di informazioni qualificate, spesso «riservate»).

Alcune indagini mirate sono state appositamente realizzate dal gruppo di ricerca del Rapporto su Torino, per raccogliere dati ed approfondire particolari questioni; degli esiti di tali indagini si dà conto negli specifici capitoli di riferimento.

Tra le varie indagini sul campo, quella sui visitatori di Atrium (cfr. capitolo 9) è stata progettata e condotta in collaborazione con lo staff di Atrium, distribuendo questionari ai visitatori nei mesi di luglio e agosto 2004 (appositamente per «intercettare» il più possibile eventuali presenze turistiche), in modo omogeneo durante la settimana e nelle diverse fasce orarie.

Visitatori di Atrium rispondenti al questionario

	Maschi	Femmine	Totale
<18 anni	20	8	28
18-29 anni	55	62	117
30-39 anni	67	64	131
40-49 anni	77	52	129
50-59 anni	65	73	138
60-69 anni	41	53	94
70 e più	18	18	36
Totale	343	330	673

Risposte mancanti: sesso = 6; età = 1

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

[SONO DISTINTI I MATERIALI BIBLIOGRAFICI RELATIVI AI CAPITOLI 8 E 9,
STANTE LA LORO COSPICUA QUANTITÀ]

- AA.VV. (2003), *Sanità, Regioni a confronto: Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Veneto, Toscana: atti del convegno Torino 1 marzo 2003*, Neos, Rivoli (To)
- AA.VV. (2003), *Torino*, Electa, Torino
- AA.VV. (2004), *Torino, sorprese in corso*, Studio Ponzano, Torino
- Abburrà L., Migliore M.C. (2004), *Le sfide della popolazione all'economia e alla politica. Scenari sociali e demografici per il Piemonte: alternative possibili e condizioni necessarie*, Ires, Torino
- Acli Piemonte (2004), *Cara Sanità. Le famiglie piemontesi tra spese e attese*, EGA, Torino
- Agenzia per i servizi pubblici locali del Comune di Torino (2004), *Relazione tecnico-operativa. Ambiente. 2003*
- Apat (2004), *Qualità dell'ambiente urbano. 1 Rapporto Apat. Edizione 2004*, [www. areeurbane.apat.it](http://www.areeurbane.apat.it)
- Arci (2004), *Il corpo in gabbia la testa fuori. Inchiesta su migranti, associazionismo, partecipazione, società*, Torino
- Arpa (2004), *Rapporto sullo stato dell'ambiente in Piemonte*, www.arpa.piemonte.it
- Arpa (2004), *Uno sguardo all'aria*, Provincia di Torino, Arpa
- Ascom, Cciaa di Torino (2004), *8° osservatorio Ascom sui consumi delle famiglie torinesi anno 2003*
- Biggeri A. et al (a cura), *Misa. Metanalisi italiana degli studi sugli effetti a breve termine dell'inquinamento atmosferico. 1996-2002*, Inferenze, Varese
- Boario F., Varbella L. (2004), *Le tendenze del settore distributivo*, Ires, Torino
- Buran P. (2003), *Le graduatorie provinciali prese sul serio*, Ires, Torino

- Cciaa di Torino, Cciaa di Milano (2004), *Torino-Milano 2010: Una ferrovia, due poli, una grande regione europea*
- Cantamessa M., Paolucci E. (2004), *Lo sviluppo della società dell'informazione in Piemonte tra tradizione industriale e nuove opportunità*, Ires, Torino
- Cardano M., Meo A., Olagnero M. (2003), *Discorsi sulla povertà: operatori sociali e volontari a Torino*, Gruppo di ricerca Acli-Torino, Franco Angeli, Milano
- Cciaa di Torino (2004^a), *L'economia torinese a 360 gradi, 2^a giornata dell'economia*
- Cciaa di Torino (2004^b), *Osservatorio sulla componentistica autoveicolare italiana 2004*
- Cciaa di Torino (2004^c), *Torino congiuntura*, n.18
- Città di Torino, Agenzia per i servizi pubblici locali del Comune di Torino (2004), *Relazione tecnico-operativa. Ambiente. 2003*
- Città di Torino, Prefettura di Torino (2004^a), *Osservatorio Interistituzionale sugli Stranieri in Provincia di Torino*
- Città di Torino, U.T.G.-Prefettura di Torino (2004^b), *Osservatorio sulla sicurezza. Rapporto 2003*
- Comitato Rota (2004), *I numeri per Torino*, Otto editore, Torino
- Dangelli M., Ferragutti P. (a cura di) (2004), *Quinto rapporto focalizzato. I servizi pubblici a Torino e in Piemonte: uso e valutazione*, Osservatorio del Nord Ovest, Torino
- De Matteis G., Rossignolo C. (2004), *Il Piemonte nello spazio europeo. Secondo rapporto triennale sugli scenari evolutivi in Piemonte*, Ires, Torino
- De Matteis G., Rossignolo C. (2005), «L'internazionalizzazione del sistema torinese», in *Torino Internazionale, Assemblea dei soci. Contributi al Rapporto sul primo Piano strategico*
- Ferlaino F., Rota F.S. (2004), *Benchmarking dell'offerta di trasporto delle regioni del Mediterraneo Occidentale. Il ruolo della Regione Piemonte*, Ires, Torino
- Ferragutti P., Roccato M. (a cura di) (2004), *L'immagine della transizione torinese e piemontese. Quarto rapporto focalizzato*, Osservatorio del Nord Ovest, Torino
- Ferrero V. (2004), *L'economia piemontese. Le dinamiche regionali nel contesto internazionale*, Ires, Torino
- Ferrero V., Piazza S. (2003), *Regionalizzazione del modulo sanità: prima esperienza*, Ires, Torino
- Fornengo G. et al. (2004), *La Net Economy in Piemonte. Una indagine esplorativa*, Ires, Torino

- Girotti F. (2003), *Da burocrazia ad azienda, Il ruolo della dirigenza nella trasformazione organizzativa del Comune di Torino*, Dipartimento di Scienze sociali, Università di Torino
- Ires (2004), *Piemonte Economico e Sociale*
- Ires, Fitzcarraldo (2003), *Osservatorio culturale del Piemonte*
- Lanzetti R. (2004), *Il sistema produttivo*, Ires, Torino
- Legambiente (2004), *Ecosistema Urbano 2005 di Legambiente. Undicesimo rapporto sulla qualità ambientale dei comuni capoluogo di provincia*, www.legambiente.it
- Mela A. (a cura di) (2003), *La città ansiogena. Le cronache e i luoghi dell'insicurezza urbana a Torino*, Liguori, Napoli
- Miletto E. (2004), *Sotto un altro cielo: donne immigrate a Torino, generazioni a confronto*, Angolo Manzoni, Torino
- Ministero dell'economia e delle finanze (2004), *Relazione generale della situazione economica del paese (2003)*, www.tesoro.it
- Molina S. (2005), «Nota sulla popolazione torinese», in *Torino Internazionale, Assemblea dei soci. Contributi al Rapporto sul primo Piano strategico*
- Opml - Osservatorio provinciale sul mercato del lavoro (2004^a), *Il mercato del lavoro in provincia di Torino nel 2003*, www.provincia.torino.it/lavoro.htm
- Opml - Osservatorio provinciale sul mercato del lavoro (2004^b), *Indagine sull'industria dell'auto e sull'industria aeronautica e spaziale, civile e militare*, www.provincia.torino.it/lavoro.htm
- Opml - Osservatorio provinciale sul mercato del lavoro (2004^c), *La cassa integrazione e le procedure di mobilità approvate in provincia di Torino nel 1° semestre 2004*, www.provincia.torino.it/lavoro.htm
- Orml - Osservatorio regionale del commercio, Unioncamere Piemonte (2004), *I consumi delle famiglie piemontesi*
- Osservatorio regionale del commercio (2004), *Il commercio in Piemonte 2003. Quaderni di ricerca per la programmazione regionale in Piemonte n. 30*, Regione Piemonte
- Osservatorio rifiuti provinciale (2004), *Rapporto sullo stato del sistema di gestione dei rifiuti*, Provincia di Torino
- Osservatorio sull'Immigrazione in Piemonte (2003), *I lavoratori dipendenti stranieri in Piemonte nei dati Inps*, Ires, Torino
- Provincia di Torino (2003), *Rapporto sullo stato della sostenibilità*, www.provincia.torino.it/ambiente/agenda21

- Quirino P., Rosa G. (2004), *Indici di Sviluppo delle Province Italiane*, Confindustria, Area Mezzogiorno, quaderno 55, www.confindustria.it
- Ratto M.G., Peirone M.G. (2003), *Indovina chi viene a cena: matrimoni misti a Torino*, Beppe Grande, Torino
- Regione Piemonte *et al.* (2004), *Piemonte in cifre, annuario statistico regionale*
- Regione Piemonte, Ires (2004), *Osservatorio istruzione Piemonte 2004*
- Robiglio M *et al.* (2005), *Territorio e strategia. La trasformazione della città alla luce del Piano strategico*, in Torino Internazionale, *Assemblea dei soci. Contributi al Rapporto sul primo Piano strategico*
- Russo G. (a cura di) (2004), *TorinoMilano 2010. Una ferrovia due poli una regione europea*, 2 voll., Otto editore, Torino
- Sacchi P., Viazzo P.P. (a cura di) (2003), *Più di un sud. Studi antropologici sull'immigrazione a Torino*, Franco Angeli, Milano
- Salone C. *et al.* (2004), *Il Piemonte nella macroregione padana: strategie territoriali tra competizione e cooperazione*, Ires, Torino
- Scamuzzi S. (2005), «Il sistema culturale dell'area metropolitana torinese. Prospettive di un'innovazione e di una scommessa», in Torino Internazionale, *Assemblea dei soci. Contributi al Rapporto sul primo Piano strategico*
- Taccone G. (2004), *Utilizzo dei parcheggi in struttura*, Politecnico di Torino, tesi di laurea
- Terracina S. (2003), *Dimensioni e indicatori sociali dello sviluppo. Studio per la costruzione di un sistema di indicatori sociali per il Piemonte*, Ires, Torino
- Torino Internazionale (2004), *Arte contemporanea a Torino*
- Torino Internazionale (2004), *Assemblea dei soci. Contributi al rapporto sul primo Piano Strategico*
- Tribunale per i diritti del malato (2005), *Cittadini e servizi sanitari. Relazione PiT salute 2003-2004*, www.cittadinanzattiva.it
- Unioncamere Piemonte *et al.* (2004), *Rapporto sull'internazionalizzazione del Piemonte 2004*
- Unione Europea (2004), *Urban Audit Perception Survey. Local Perceptions of Quality of Life in 31 European Cities*, europa.eu.int/comm/regional_policy/urban2/urban/audit
- Unione industriale di Torino (2004), *Le trasformazioni dell'industria manifatturiera torinese*

- Unione industriale di Torino, Aica (2004), *Caratteristiche e problemi delle catene alberghiere a Torino*
- Unione industriale di Torino, Confindustria (2004), *Analisi delle trasformazioni dell'economia piemontese negli ultimi vent'anni*
- Varbella L. (2005), *Carrello e sportello: il commercio si diversifica*, Ires, Torino
- Viberti G. (2005), *Le sfide per il servizio sanitario regionale*, Ires, Torino
- Voltoni D. (2003), *I confini di Torino*, Quiritta, Roma

Capitolo 8 – Olimpiadi

- AA.VV. (2001), «Le Olimpiadi invernali del 2006 a Torino», *Urbanistica Informazioni*, n. 179
- AA.VV. (2002), «Torino 2006. La costruzione di un'Olimpiade», *Atti e rassegna tecnica*, n. 2-3
- AA.VV. (2004), *Gioca pulito alle Olimpiadi*, Altra Economia Edizioni, Piacenza
- Arpa Piemonte (2002), *Bilancio Ambientale di Area Vasta relativo ai Comuni olimpici Torino 2006*
- Azienda del Turismo delle Montagne Olimpiche (2004), *Le fabbriche del turismo. Le montagne olimpiche*
- Bettetini G., Grasso A. (1988), *Lo specchio sporco della televisione: divulgazione scientifica e sport nella cultura televisiva*, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino
- Bobbio L., Guala C. (a cura di) (2002), *Olimpiadi e Grandi eventi. Verso Torino 2006. Come una città può vincere o perdere le Olimpiadi*, Carocci, Roma
- Bromberger C. (1995), *Le match de football*, Ministère de la Culture, Paris, tr. it. Editori Riuniti, Roma 1999
- Brunet F. (2003), *Anàlisis econòmico y social de los juegos olímpicos*, Universidad Autònoma de Barcelona, www.blues.uab.es/olympic
- Brunetta G., Peano A. (a cura di) (2003), *Valutazione Ambientale Strategica. Aspetti metodologici, procedurali e criticità. La VAS del Programma Olimpico «Torino 2006»: la prima sperimentazione nazionale conforme alla procedura comunitaria*, Il Sole 24 Ore, Milano

- Centre d'Estudis Olímpics y de l'Esport (1992), *Olympic Games, media and cultural exchanges*, Barcelona
- CIO (2004), *Facts and Figures*, www.olympic.org
- Città di Torino, Direzione Comunicazione, Olimpiadi e Promozione della Città (2004), *Gli impegni della città per i xx Giochi Olimpici invernali 2006*
- Città di Torino, Provincia di Torino *et al.* (2002), *Le Olimpiadi a Torino. Analisi e valutazioni dei problemi connessi all'incontro domanda-offerta del mercato del lavoro, in relazione alle Olimpiadi del 2006*
- Città di Torino, SRF (2004), *Nota di aggiornamento sull'impatto delle Olimpiadi sul mercato del lavoro in Provincia di Torino nel 2003*
- Cohn & Wolfe (2004), *Giochi olimpici Torino 2006, rassegna stampa. Analisi statistica e qualitativa*
- Commission Européenne - Eurobarometre, *Les citoyens de l'Union Européenne et le sport*
- Coni (1999), «La candidatura italiana ai xx Giochi olimpici invernali», *Spaziosport*, n. 1
- Consiglio Regionale del Piemonte (2004), *Torino 2006*
- De Magistris A. (2004), *Considerazioni sull'impatto socioeconomico e territoriale dei Giochi del 2006*, Ires, Torino
- Deloitte (2003), *Il calcio italiano. Stagione 2001/2002. Analisi economico finanziaria*, www.lega-calcio.it
- Di Gennaro D. (2004), *Torino 2006: sindaci in gioco. A un anno dall'evento, pareri e percezioni dei primi cittadini dei Comuni Olimpici*, Politecnico di Torino, tesi di laurea
- Direzione Ambiente e Direzione Comunicazione e immagine Toroc (2003), *Bilancio ambientale*
- Eupolis (2001), *Torino nella competizione europea*, Torino Internazionale, www.torino-internazionale.org
- Eurisko (2004), *Il mercato del licensing per Torino 2006*, www.torino2006.org
- Fachin S., (a cura di) (2003), *Valutazione degli effetti economici dei Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006*, Facoltà di Scienze Statistiche, Università di Roma La Sapienza
- Filippi M., Mellano F. (a cura di) (2004), *Agenzia per lo svolgimento dei xx Giochi Olimpici Invernali Torino 2006, 1 - Progetti*, Electa, Milano

- Guala C. (a cura di) (2002), *Sondaggio su atteggiamenti, aspettative e problemi della popolazione torinese in vista dei Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006*, Dipartimento di Scienze sociali, Centro interdipartimentale Omero
- Guala C. (a cura di) (2003), *Secondo sondaggio su atteggiamenti, aspettative e problemi della popolazione torinese in vista dei Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006*, Dipartimento di Scienze sociali, Centro interdipartimentale Omero
- Guala C. (a cura di) (2004), *Terzo sondaggio su atteggiamenti, aspettative e problemi della popolazione torinese in vista dei Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006*, Dipartimento di Scienze sociali, Centro interdipartimentale Omero, inedito
- Guarrasi V. (2002), «Ground Zero: Grandi Eventi e trasformazioni urbanæ», *Bollettino della Società Geografica Italiana*, n. 4
- Hiller H. (2000), «Mega-Events, Urban Boosterism and Growth Strategies», *International Journal of Urban and Regional Research*, n. 4
- Kukawka P. (1997), *Les jeux Olympiques d'hiver et l'image des villes: Chamonix 1924-Nagano 1998*, Cies Workshop 23-24 maggio, Grenoble
- Kukawka P. et al (1991), *Albertville 1992. Les enjeux Olympiques*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble
- Monitor 2006*, newsletter del Comitato per l'Organizzazione dei xx Giochi Olimpici Invernali Torino 2006
- Montanari A. (2002), «Grandi eventi, marketing urbano e realizzazione di nuovi spazi turistici», *Bollettino della Società Geografica Italiana*, n. 4
- Moragas Spà M. (1992), *Los Juegos de la comunicación*, Fundesco, Madrid
- Occelli S. (2000), *Le Olimpiadi 2006: un evento speciale per favorire l'innovazione del sistema Piemonte*, Ires, Torino
- Olympic Television Research Centre (2002), *Salt Lake City 2002. Olympic Winter Games. Global Television Report*, www.olympic.org
- Orviati F. (a cura di) (2000), *Valutazioni di impatto ambientale indotto da mega-eventi nell'organizzazione urbana*, Edizioni Università di Trieste, Trieste
- Porro N. (2001), *Lineamenti di sociologia dello sport*, Carocci, Roma
- Roversi A., Triani G. (1995), *Sociologia dello sport*, Edizioni scientifiche italiane, Napoli
- Russo P. (2004), *Sport e società*, Carocci, Roma
- Segre A., Scamuzzi S. (a cura di) (2004), *Aspettando le Olimpiadi*, Carocci, Roma

- Siti (2005), *Le Olimpiadi per il territorio. Monitoraggio territoriale del Programma Olimpico di Torino 2006*, Compagnia di San Paolo, Politecnico di Torino
- Spilling O.R. (2002), «L'impatto economico dei megaeventi: il caso Lillehammer 1994», in Bobbio L., Guala C. (a cura di), *Olimpiadi e Grandi eventi. Verso Torino 2006. Come una città può vincere o perdere le Olimpiadi*, Carocci, Roma
- The economic impact of the Olympic Games* (2004), Pricewaterhouse Coopers European Economic Outlook
- Toroc (2002), *Indirizzi per una mobilità sostenibile nell'area Olimpica di Torino 2006*
- Toroc (2003), *Torino Città delle Alpi*
- Toroc (2004), *Bilancio di sostenibilità 2003*
- Toroc (2004), *Giochi olimpici Torino 2006. Rassegna stampa. Analisi statistica e qualitativa*
- Unione Industriale di Torino (2003), *Valutazione degli effetti economici dei Giochi Olimpici Invernali di Torino 2006*

Capitolo 9 – Immagine

- Accornero A., Ceri P. (1987), *Opinioni e atteggiamenti nell'area di Torino su Industria Innovazione e Lavoro*, Istituto universitario di studi europei, Torino
- Ashworth G.J., Woodgd H. (1995), *Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*, John Wiley & Sons Ltd, Chichester - England
- Bagnasco A. (1990), *La città dopo Ford. Il caso Torino*, Bollati Boringhieri, Torino
- Berger P.L., Luckmann T. (1966), *The Social Construction of Reality*, Garden City, New York, tr. it. il Mulino, Bologna 1969
- Carle L. (1997), «Sette lezioni su identità socioculturali collettive territorio», *Materiali*, n. 2, Edizioni Centro a-Zeta, Firenze
- Censis (1999), *L'immagine internazionale di Torino. Come promuovere una città solida rendendola accattivante*, Censis, Roma
- Ciciotti E. (2004), *Competitività e territorio. L'economia regionale nei paesi industrializzati*, Carocci, Roma
- Città di Torino, Servizio centrale comunicazione (a cura di) (2003), *Come cambia l'immagine di Torino sulla stampa estera e nazionale*

- Città di Torino, Torino Internazionale, Politecnico di Torino (2003), *Strategie di immagine urbana per l'area metropolitana*, Lybra Immagine, Milano
- Compagnia di San Paolo, Ipset (2004), *Motivazioni e valutazioni degli studenti stranieri laureandi e dottorandi che hanno scelto Torino per conseguire la laurea o il dottorato*
- Corsico F., Peano A. (1991), *Torino: metropoli in transizione*, Celid, Torino
- Costa P., Toniolo M. (1992), *Città metropolitane e sviluppo regionale*, Franco Angeli, Milano
- Cushman & Wakefield Healey & Baker (2003), *European Cities Monitor 2003*
- Epicur (1997), *Indagine sull'immagine di Torino*
- Eu-polis (2002), *Torino nella competizione europea*, Rosenberg & Sellier, Torino
- Ferragutti P., Roccato M. (a cura di) (2004), *L'immagine della transizione torinese e piemontese. Quarto rapporto focalizzato*, Osservatorio del Nord Ovest, Torino
- Fondazione Giovanni Agnelli (1991), *Il futuro di Torino e del Piemonte. Popolazione, economia e società fino al 2008*, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino
- Gaido L. (2000), «Il territorio e la marca», *Appunti di politica territoriale*, n. 8, Celid, Torino
- Gelosi C. (2004), *Comunicare il territorio. Il nuovo ruolo delle amministrazioni nella comunicazione istituzionale*, Franco Angeli, Milano
- Giaccaria P. (2002), *Torino: quale competitività in Europa?*, Dipartimento interateneo territorio, Torino internazionale, Ires, ITP, Torino
- Le Galés P. (1995), «Du gouvernement local à la gouvernance urbaine», *Revue française de science politique*, n. 1
- Magnier A., Russo P. (2002), *Sociologia dei sistemi urbani*, il Mulino, Bologna
- Martinengo M.C., Savoja L. (2001), «La capacità di attrazione di Torino» in Martinengo M.C. et al., *I torinesi e il futuro turistico della città*, Levrotto & Bella, Torino
- Mazzette A. (a cura di) (1998), *La città che cambia. Dinamiche del mutamento urbano*, Franco Angeli, Milano
- Mela A. (1996), *Sociologia delle città*, NIS, Roma
- Mela A., Davico L., Conforti L. (2000), *La città una e molte. Torino e le sue dimensioni spaziali*, Liguori, Napoli
- Pichierri A. (1989), «Strategie contro il declino urbano in aree di antica industrializzazione», Rosenberg & Sellier, Torino

- Raffestin C. (2003), «Immagini e identità territoriali», in Dematteis G., Ferlaino F. (a cura di), *Il mondo e i luoghi*, Ires, Torino
- Regione Piemonte, Settore promozione domanda turistica (1997), *L'immagine del Piemonte nelle guide italiane ed internazionali. I risultati dell'analisi*
- Romano D. (2000), *Immagine, marketing e comunicazione*, il Mulino, Bologna
- Rossignolo C. (1998), «Torino tra competizione e cooperazione», in *Torino Internazionale. Piano strategico per la promozione della Città. I dati fondamentali*, Città di Torino, Torino
- Rozenblat C., Cicille P. (2003), *Les villes européennes. Analyse comparative*, Datar, Paris, www.datar.fr
- Scamuzzi S. (2002), *Perché le città hanno bisogno di marketing ma solo alcune lo fanno con successo?*, in Bobbio L., Guala C. (a cura di), *Olimpiadi e Grandi eventi. Verso Torino 2006. Come una città può vincere o perdere le Olimpiadi*, Carrocci, Roma
- Scamuzzi S. et al. (2001), *L'immagine del Piemonte*, Dipartimento di Scienze sociali, Università di Torino
- Segre A., Teodoro A., «Torino: La ricerca di un'identità difficile», in Borlenghi E. (1990), *Città e industria verso gli anni '90*, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino
- Talia I. (1999), *Competizione globale tra città*, Liguori, Napoli
- Torino Internazionale (2000), *Piano strategico per la promozione della città*
- Trademark Italia (1995), *Piano di marketing & comunicazione per lo sviluppo del turismo nella Provincia di Torino*

