



Presidente Vincenzo Portaluri

Comitato direttivo Attilio Cardellino, Giuseppina De Santis, Guido Donna, Carlo Viano

comitato ***Giorgio Rota***

Presidente Carlo Bava

© 2005 L'EAU VIVE E COMITATO GIORGIO ROTA

Via Avogadro 10 - 10121 Torino

Telefono: 011 5171246 - Fax: 011 5171256

<http://www.comitatorota.it> - e-mail: eauvive@eauvive.it

Edizioni Angelo Guerini e Associati SpA

Viale Filippetti, 28 - 20122 Milano

<http://www.guerini.it> - e-mail: info@guerini.it

Copertina: Tecnosound Audiovisivi srl, Torino

Prima edizione: maggio 2005

Ristampa: V IV III II I 2005 2006 2007 2008 2009

Printed in Italy

ISBN 88-8335-640-3

L'IMMAGINE DEL CAMBIAMENTO

2005
SESTO RAPPORTO ANNUALE
SU TORINO

INIZIATIVA REALIZZATA CON IL CONTRIBUTO DI



Torino
Incontra
Centro Congressi

COMPAGNIA

di San Paolo

GUERINI

E ASSOCIATI

INDICE

PRESENTAZIONE, PAGINA 9

INTRODUZIONE, PAGINA 13

PRIMA PARTE / STRUTTURA E RISORSE UMANE

1. ECONOMIA	19
ANCORA UN ANNO D'ATTESA	21
INTERNAZIONALIZZAZIONE DIFFICILE	24
L'OCCUPAZIONE TIENE	27
MENO AUTO, PIÙ COMPONENTI	29
L'INNOVAZIONE	32
IL TURISMO	34
IL COMMERCIO	37
2. POPOLAZIONE	39
TENDENZE CONSOLIDATE	41
I TORINESI DI ORIGINE STRANIERA	45
3. FORMAZIONE	49
AUMENTANO GLI ALLIEVI	51
STABILI GLI UNIVERSITARI	53
ATENEI ECCELLENTI?	56

SECONDA PARTE / QUALITÀ DELLA VITA E DEI SERVIZI

4. AMBIENTE	63
LA SOLITA ARIA	65
LA QUALITÀ DELL'ACQUA	67
IL PROBLEMA DEI RIFIUTI	69
LA SICUREZZA DEI CITTADINI	71

5. MOBILITÀ	73
MIGLIORARE L'ACCESSIBILITÀ	75
I MEZZI PUBBLICI TRA TANTE AUTO	79
LA QUESTIONE DELLA SOSTENIBILITÀ	83
6. SANITÀ	87
UN SERVIZIO AL CENTRO DELL'ATTENZIONE	89
CURE COMPLESSE, COSTI ELEVATI	91
OSPEDALI POCO ATTRATTIVI?	94
L'ASSISTENZA DI BASE	97
PROGETTI E CRITICITÀ	100
7. CULTURA	103
CINEMA E CONSUMI CULTURALI	105
I MUSEI SI CONSOLIDANO	107
FIERE E CONGRESSI	111
GLI INVESTIMENTI IN CULTURA	113

TERZA PARTE / POLITICHE STRATEGICHE

8. OLIMPIADI	117
UN GRANDE EVENTO, UN GRANDE SPOT	119
LA MACCHINA ORGANIZZATIVA	123
I CANTIERI AL TRAGUARDO	133
EFFETTI ECONOMICI, EFFETTI SOCIALI	139
PROMOZIONE E ASPETTATIVE	143
LE DIVERSE EREDITÀ OLIMPICHE	153
UNA CITTÀ DELLO SPORT?	160
TEMPO DI BILANCI	165
9. IMMAGINE	169
CITTÀ IN COMPETIZIONE	171
IL MARKETING TERRITORIALE	172
TORINO SUI MEZZI DI COMUNICAZIONE	181
QUANTO È NOTA LA CITTÀ?	185
LE FONTI DI INFORMAZIONE	191

I SIMBOLI TERRITORIALI	196
PERCEZIONI E OPINIONI	199
TORINO E LE ALTRE	208
LO SPECCHIO DEL CAMBIAMENTO	214

**CONCLUSIONI DEL SESTO RAPPORTO ANNUALE
SU TORINO, PAGINA 219**

- APPENDICE METODOLOGICA ■ PAGINA 223
- RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI ■ PAGINA 229

PRESENTAZIONE

Questa sesta edizione del Rapporto su Torino abbiamo voluto dedicarla, in larghissima parte, a uno specifico approfondimento: si tratta di un sondaggio, realizzato in Italia e in altri tre paesi europei (Francia, Germania e Gran Bretagna), rivolto a verificare quale sia, in questa fase di profondo cambiamento che la città sta attraversando, la sua notorietà in primo luogo e poi anche le immagini che di questo cambiamento Torino proietta all'esterno.

La scelta non sembri futile. Siamo convinti infatti – e lo abbiamo sottolineato in più d'una occasione nei precedenti Rapporti – che la grande opportunità che le Olimpiadi rappresentano sia data, al di là delle opere infrastrutturali (di trasporto, in primo luogo), proprio dall'eredità immateriale dei giochi: la consapevolezza di essere capaci di organizzare con successo un grande evento, certo, il miglioramento dell'offerta turistica nel suo complesso, anche, ma poi soprattutto la grande vetrina internazionale che consente alle città olimpiche di proporsi al mondo esaltando le proprie attrattive, i propri punti di forza, i segni della storia e le realizzazioni del presente.

È da qualche anno che la città investe sistematicamente sul proprio appeal internazionale (e di ciò si dà conto nel Rapporto): ma certo quanto è stato fatto finora non può competere, per impatto ed efficacia, con l'esposizione mediatica offerta da un evento olimpico. Ci è sembrato utile, pertanto, proprio perché intorno alle Olimpiadi si addensano le aspettative, fare il punto della situazione oggi, a meno di un anno di distanza dai Giochi: con l'idea che sarà poi utile rifarlo, per confronto, di qui a due o tre anni, quando risulteranno visibili e misurabili gli effetti di lungo periodo dell'evento sulla notorietà e sull'immagine stessa della città.

La questione dell'immagine, peraltro, non è solo di facciata: produce infatti ricadute fisiche significative in termini di presenze turistiche e, più in generale, di attrattività di una città come sede di studio, di lavoro o di investimento, ma si riverbera anche sulla percezione, e dunque sulla fiducia, che i cittadini hanno e potranno avere di sé e della città in cui vivono. E tanto più il discorso vale per Torino, in un periodo critico e incerto come l'attuale. Investire sull'immagine, dunque, è importante: a maggior ragione se ciò che l'immagine trasmette è sostenuto da contenuti solidi e vitali.

Farlo però, e farlo bene, significa essere capaci di uscire da quella visione un po' provinciale che a volte pare caratterizzare le classi dirigenti cittadine: significa

prendere atto che il mondo è grande, che i competitori sono numerosi e che con essi bisogna misurarsi sul piano dei fatti, non bastando le dichiarazioni di auto-sufficienza. È sulla conoscenza, sull'onesta ammissione dei propri punti di forza così come delle proprie debolezze che si fondano, per un sistema urbano, sia le urgenze della competizione sia le opportunità di collaborazione: e se le prime non vanno dimenticate, le seconde occorre saperle cogliere quando si presentano.

Un dato emerge con evidenza dal nostro sondaggio: se Torino è relativamente poco nota rispetto alle città italiane più famose (e questo non può stupire) la percezione che ne hanno coloro che la conoscono è quella di una città piacevole, moderna e accogliente: città dell'industria e delle tecnologia sì, ma anche del buon vivere e del buon cibo, capace di offrire opportunità di lavoro e occasioni di loisir; i segni della trasformazione in atto, insomma, si riflettono positivamente sull'immagine della città soprattutto all'estero, e paiono rappresentare un piccolo capitale su cui investire negli anni futuri, magari selezionando sia i motivi d'attrazione da enfatizzare (il cibo e il vino, si è detto, ma anche il barocco, l'arte contemporanea, il sistema del cinema, il Museo Egizio...) sia pubblici specifici a cui rivolgersi.

Queste riflessioni risultano tanto più suggestive quando si pensi alla scadenza ormai relativamente prossima del 2011, il centocinquantesimo dell'Unità d'Italia, intorno a cui parecchi hanno già cominciato a interrogarsi: e vale la pena qui suggerire, finché siamo in tempo, che quell'anniversario potrà essere giocato in chiave di successo solo se non verrà vissuto in forme, ci si perdoni il termine, da strapaesese. Gli anni del Risorgimento sono stati anni in cui Torino ha avuto, com'è ovvio, un ruolo rilevantissimo rispetto al resto d'Italia, ma, e questo non va dimenticato, sono stati anche anni in cui fitta è stata la trama dei rapporti e delle relazioni con il resto d'Europa, e con il mondo intero, trama poi allentatasi dopo l'unificazione.

È questa la dimensione che Torino dovrà recuperare per essere capace di fare del 2011 una ulteriore occasione di visibilità nazionale e internazionale: non dunque enfatizzando una competizione per certi aspetti un po' patetica con Roma (come in qualche modo è accaduto per la tormentata vicenda olimpica), ma anzi con l'ambizione di poter offrire al resto d'Italia e agli altri paesi che hanno vissuto le rivoluzioni dell'Ottocento l'opportunità di riflettere in forme, perché no, anche ludiche, su un passato comune.

Questo insieme di considerazioni rivolte al futuro le proponiamo, evidentemente, avendo bene in mente la città com'è oggi, e le dimensioni delle sue difficoltà attuali, rispetto alla quali parlare di immagini e di grandi eventi potrebbe ad alcuni sembrare perfino ipocrita o riduttivo. Il Rapporto, peraltro, si articola nelle usuali tre parti. E, se l'ultima è dedicata appunto alle Olimpiadi e all'analisi del sondaggio, le prime due ripropongono la consueta lettura a 360 gradi dei dati del 2004, e il monitoraggio dei progetti di rilevanza metropolitana.

Il quadro che emerge dai dati economici è quello, noto, di persistenti fatiche dell'industria, non adeguatamente sostituita o supportata dal terziario. Se fino a

qualche tempo fa la stagnazione poteva essere attribuita anche in larga misura a dinamiche congiunturali, è chiaro ormai che a Torino queste si accompagnano a mutamenti strutturali profondi, che l'irrompere della concorrenza del Sud-Est asiatico ha, semmai, accelerato. Inoltre, il dato torinese riflette e accentua, per effetto della composizione dell'economia locale, tendenze che sono nazionali.

Si avverte peraltro, almeno a livello di dichiarazioni d'intenti, la consapevolezza che è venuto il tempo di mutare registro: che la crisi economica va affrontata contrapponendo alle difficoltà strutturali rimedi anch'essi strutturali. Non più aiuti a pioggia, si ripete da più parti, bensì ricerca, innovazione tecnologica, formazione, sostegno all'integrazione e all'internazionalizzazione delle imprese.

Se si pensa a come sono stati spesi nello scorso decennio i fondi dell'Unione Europea, viene davvero da chiedersi se non sia stata persa un'occasione irripetibile per prepararsi, come altre regioni d'Europa hanno fatto, ad affrontare i tempi difficili che sarebbero arrivati. Oggi peraltro è assolutamente inutile interrogarsi su questo tema se non per evitare di ripetere gli errori del passato; è importantissimo, invece, utilizzare bene da subito le risorse ancora disponibili, e quelle che ci saranno in futuro.

Tenendo comunque in mente, e non bisogna dimenticarlo, che da questo punto di vista il patrimonio più prezioso che Torino possiede è proprio quello del «saper fare» industria: questo patrimonio non va disperso, come accadrebbe se i rimedi necessari e possibili venissero applicati troppo tardi, o in misura insufficiente, o senza la convinzione necessaria.

L'EAU VIVE
COMITATO GIORGIO ROTA

Torino, 20 aprile 2005

INTRODUZIONE

La sesta edizione del *Rapporto annuale su Torino** esce a meno di un anno dai Giochi olimpici del 2006. È già tempo di bilanci, quanto meno su ciò che è stato fatto in questi anni, sui progetti cresciuti e realizzati, ma anche su quelli in ritardo, in difficoltà, che si sono persi per strada.

Molti di questi progetti (non solo olimpici) hanno l'obiettivo di ridefinire le immagini della città, puntando soprattutto su una nuova visibilità internazionale. Proprio per questa ragione, il *Rapporto 2005* centra l'attenzione su come stia cambiando – se sta cambiando – l'immagine di Torino, su come i vari progetti contribuiscano a delineare e a trasmettere una nuova fisionomia della città. A questo scopo è stato realizzato quest'anno un sondaggio (su due livelli, nazionale e internazionale) per capire come Torino venga oggi percepita e identificata, quali siano le immagini associate alla città e ai suoi abitanti, i suoi livelli di visibilità, l'interesse diffuso per i Giochi del 2006.

Nel *Rapporto* di quest'anno, dunque, vengono dedicati due ampi capitoli ai temi dell'Olimpiade e delle immagini della città (temi ripresi inoltre qua e là in vari capitoli). Nel complesso, comunque, la struttura del *Rapporto* rimane quella consolidata negli ultimi anni, attorno alle aree tematiche struttura e risorse umane, qualità della vita e dei servizi, politiche strategiche; ciascuno dei nove capitoli contiene analisi sui dati statistici e sulle tendenze evolutive, ma anche sugli stati di avanzamento dei progetti strategici.

Ogni pagina del *Rapporto* è, come sempre, frutto di un lavoro di squadra dell'intero gruppo di ricerca – composto quest'anno da Silvia Crivello, Luca Davico, Luisa Debernardi, Giuseppina De Santis, Andrea Stanghellini – e del contributo di Carlo Viano, dei soci del circolo L'Eau Vive e del Comitato Giorgio Rota. Nicola Sessa ha collaborato alle indagini sui progetti olimpici. I singoli capitoli sono stati scritti da: Silvia Crivello (capitoli 7, 8), Luca Davico (2, 3, 5, 9), Luisa Debernardi (4), Andrea Stanghellini (1, 6).

Per questa edizione del *Rapporto* sono stati particolarmente preziosi i contributi e le analisi fornitici dall'Ufficio studi della Camera di commercio, dall'Ufficio di sta-

* Questo *Rapporto* è stato chiuso il 20 aprile 2005.

tistica del Comune di Torino, dall'Ires Piemonte, dalla Fondazione Fitzcarraldo, dall'Ufficio Comunicazione del Comune di Torino, dalla società Metis (per il sondaggio sulle immagini della città).

Il gruppo di ricerca desidera inoltre ringraziare le persone che ci hanno fornito utili consigli ed informazioni: Luciano Abburrà (Ires Piemonte), Tiziano Auri (Lega calcio), Amalia Avolio (Comune Torino), Barbara Barazza (Ufficio studi Camera commercio), Luigi Bertoldi (Comune Torino), Gianluca Bo (Metis), Flavio Bonifacio (Metis), Rinaldo Bontempi (CIE), Susanna Borra (Toroc), Marta Bottero (Siti Politecnico Torino), Davide Bracco (Torino Film Festival), Silvia Bruno (Ragazzi 2006), Cristina Cerutti (Turismo Torino), Andrea Ciuti (AEM), Roberto Condio (La Stampa), Claudia Conforti (Agenzia Torino 2006), Ermanno De Biaggi (Regione Piemonte), Claudio De Consoli (GTT), Diego Della Verde (Prefettura Torino), Ezio De Magistris (Comune Torino), Marco Demarie (Fondazione Agnelli), Luciano Dematteis (Idea Solidale), Daniela Di Gennaro, Roberto Di Monaco (SRF), Roberta Donadello (Sitaf), Mauro Durando (Regione Piemonte), Dario Fabbro (Toroc), Cristina Favaro (Fondazione Fitzcarraldo), Matteo Ferioli (Toroc), Roberto Fontana (Regione Piemonte), Giuseppe Gallicchio (Archi Nuova Associazione), Laura Galvagno (Toroc), Giuseppe Gamba, Alessandra Gariboldi (Fondazione Fitzcarraldo), Loris Gherra (Toroc), Anna Maria Gai (Regione Piemonte), Gianmarco Giorda (ITP), Roberto Giordano (Toroc), Lorenzo Giorgetti (Toroc), Anna Maria Gonella (Centro Einaudi), Alessandro Guala (Università Torino), Riccardo Guala (Comune Torino), Giancarlo Guiati (GTT), Guido Gulino (Comune Torino), Renato Lanzetti (Ires Piemonte), Marcello La Rosa (Ires Piemonte), Elisabetta Lavorato (Toroc), Paola Lerario (Politecnico Torino), Barbara Loera (Università Torino), Katy Maggiorato (GTT), Federica Maino (Atrium), Amedeo Mariano (Provincia Torino), Anna Martina (Comune Torino), Alfredo Mela (Politecnico Torino), Stefano Molina (Fondazione Agnelli), Carla Nanni (Ires Piemonte), Massimo Omedè (Comune Torino), Marco Oreglia (Politecnico Torino), Harula Peirola (Artissima), Luigi Pellissier (Lingotto Fiere), Livio Perlo (Autostrada Torino-Savona), Paola Perotto, Sandro Petruzzi (Comune Torino), Mirko Pià (Regione Piemonte), Danilo Poggio (Comune Torino), Diego Polotti (Toroc), Giancarlo Pons (Toroc), Andrea Ponta (AEM), Antonio Presicce (Università Torino), Maria Procopio (Comune Torino), Luca Ricolfi (Università Torino), Cristiana Rossignolo (Politecnico Torino), Elisa Rosso (Torino Internazionale), Roberto Saini (Toroc), Sara Scaletbert (Toroc), Raffaella Scalisi (Comune Torino), Sergio Scamuzzi (Istituto Gramsci), Dina Schepis (Torino Convention Bureau), Elisa Sciutto (Ufficio studi Camera commercio), Alessio Scopi (Ativa), Lucia Silvestri (Autostrade To-Mi To-Pc), Cosimo Sitzia (Osservatorio regionale commercio), Francesca Soncini (Comune Torino), Luigi Spina

(Provincia Torino), Alberto Stanchi (Osservatorio regionale università), Roberto Strocco (Ufficio studi Camera commercio), Marina Sutelli (Comune Torino), Silvia Trabucco (Toroc), Francesca Triossi (Toroc), Luca Vernoli (Toroc), Paolo Verri (Torino Internazionale), Antenore Vicari (Comune Torino), Giorgio Viglino, Mary Villa (Toroc), Valerio Vittone (Provincia Torino), Paolo Zanetti (Toroc), Mauro Zangola (Ufficio studi Unione Industriale), Giorgia Zerboni (Comune Torino).

Ringraziamo, inoltre, tutti i testimoni qualificati intervistati, dei quali non riportiamo i nomi, stante la delicatezza dei loro ruoli istituzionali o professionali e degli argomenti trattati.

Le immagini che compaiono nel volume sono di: Comune di Torino (capitoli 4 e 5, foto in basso a sinistra); Centro funzionale previsione rischi naturali Arpa Piemonte (capitolo 1, foto in alto a destra); Daniele Patrignani per www.ferrovie.it (capitolo 5, foto in basso a destra); Fiom Piemonte (capitolo 1, foto in basso); GTT (capitolo 5, foto in alto); Nemo Multimedia (capitolo 1, foto in alto a sinistra); Tecnosound Audiovisivi (capitoli 2, 3, 6, 7, 9); Toroc (capitolo 8).

