

3. LE RISORSE E I PRODOTTI

3.1. FINANZIAMENTI SEMPRE PIÙ LOCALI

La rassegna condotta nel capitolo precedente ha evidenziato la forte crescita del settore culturale torinese in termini di sedi museali, beni culturali visitabili, dimensione delle principali istituzioni, iniziative ed eventi. Questa dinamica è stata resa possibile da un forte incremento degli investimenti in cultura in provincia di Torino da parte dei principali soggetti istituzionali pubblici, ma con un apporto tutt'altro che irrilevante da parte dei privati (essenzialmente le fondazioni di origine bancaria).

Negli ultimi anni nell'area torinese si è prodotto uno sforzo straordinario in questo senso: tra il 2001 e il 2005, la spesa complessiva in cultura ha superato il miliardo e mezzo di euro, con una crescita del 31%¹; si tenga conto – per confronto – che nello stesso arco temporale i prezzi al consumo nell'area torinese sono aumentati di poco più del 10% (fonte: Ufficio di Statistica del Comune di Torino) e il PIL regionale a valori correnti è cresciuto di circa il 12% (fonte: Istat). Sono soprattutto i Comuni ad aver aumentato in questi anni la spesa in cultura (arrivando a incidere nel 2005 per il 52% sulla spesa totale), mentre si è un po' ridimensionato l'impegno economico della Regione; gli apporti di fondazioni, Stato e Provincia – quest'ultima decisamente marginale – sono rimasti più o meno costanti come peso sulla spesa totale.

Il 2006 ha invece segnato un'inversione di tendenza: gli enti locali hanno ridotto di oltre il 40% le proprie spese in cultura, mentre la Regione ha incrementato quelle destinate alla provincia torinese; le erogazioni delle fondazioni hanno continuato a crescere in termini assoluti e il loro peso è salito dal 19% al 27%.

¹ La spesa complessiva, tra l'altro, è approssimata per difetto; non comprende gli interventi su patrimonio culturale e attività gestiti o cofinanziati da assessorati diversi da quelli culturali, gli investimenti in cultura di numerosi enti (associazioni, università, imprese sponsor), le risorse straordinarie per interventi specifici, come l'accordo di programma del 1999 tra Unione europea, Stato, Regione ed enti locali per il recupero della Reggia di Venaria (200 milioni), quello tra Stato e Regione sui beni culturali (300 milioni nel periodo 2001-05). Viceversa, è probabilmente sovrastimata la quota di risorse concentrate su Torino, poiché vengono contemplate spese i cui beneficiari hanno sede nel capoluogo regionale ma poi effettivamente destinate, almeno in parte, ad attività realizzate altrove (OCP, 2002).

Tabella 3.1 – Spesa in cultura degli enti pubblici e privati in provincia di Torino
(milioni di euro; fonte: elaborazione OCP – L'Eau Vive, Comitato Rota su dati del Mibac, della Regione Piemonte, della Provincia di Torino, dei Comuni, dell'Osservatorio fondazioni)

	Stato	Regione	Provincia	Comuni	Fondazioni	Totale
2001	39,8	52,7	5,2	81,0	45,0	223,7
2002	37,1	56,4	5,1	89,7	49,0	237,3
2003	35,6	59,0	5,4	109,2	46,3	255,5
2004	30,8	52,6	9,3	132,4	49,3	274,4
2005	38,8	39,2	7,4	151,8	56,1	293,3
2006	34,7	36,1 [*]	4,4	94,1	61,3	230,4 ^{**}

^{*} Il dato del 2006 per la Regione è relativo alla sola Direzione 32, non comprende le spese della Direzione 31.

^{**} Il totale del 2006 non comprende le spese della Direzione 31 della Regione.

Per quanto riguarda i finanziamenti statali (che rappresentano comunque la terza-quarta fonte di entrate per il settore cultura), il più rilevante è il Fondo unico per lo spettacolo (FUS), che ha garantito negli ultimi anni in provincia di Torino entrate comprese tra i 23 e i 25 milioni annui (scese a meno di 21 nel 2006)²: più in dettaglio, nel 2005³ un quarto circa del FUS è andato alla musica (quasi interamente al Teatro Regio: 16,6 milioni, pari al 70,3% di tutto il FUS), un sesto al teatro di prosa (lo Stabile ha ricevuto 2,2 milioni di euro, pari al 55% della cifra destinata alla prosa), il 5% al cinema, il 4% alla danza. Rispetto alle altre province metropolitane, Torino riceve il più basso contributo FUS pro capite del Centronord ed è anche superata da Palermo e da Cagliari.

Tra gli altri finanziamenti statali – di minore entità – si segnalano quelli derivanti dai proventi del Lotto e destinati al recupero del patrimonio artistico e architettonico⁴ (in provincia di Torino tra il 2000 e il

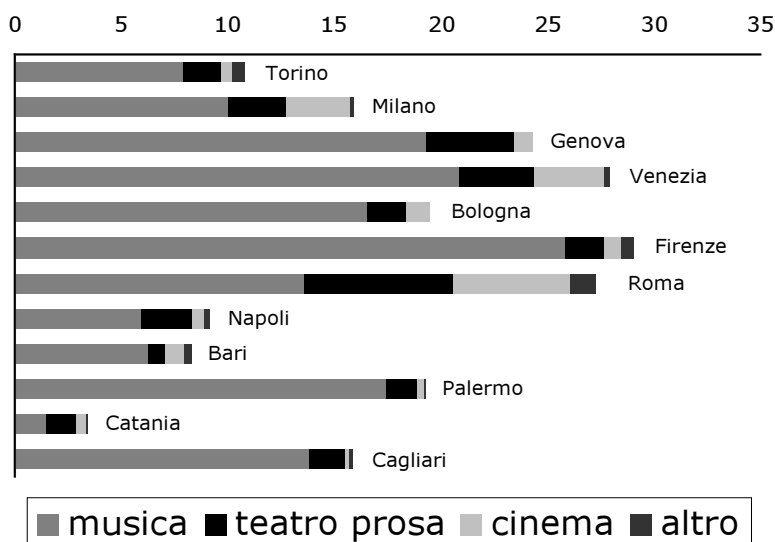
² Oltre il 90% del FUS destinato al Piemonte (e il 98% di quello destinato alla provincia torinese) viene convogliato sul capoluogo regionale.

³ Alla data di chiusura del *Rapporto*, i dettagli sulla distribuzione del FUS nel 2006 non erano ancora disponibili.

⁴ Quasi un terzo dei fondi del Lotto è stato destinato ai lavori sulla Reggia di Venaria; per il resto sono serviti a finanziare interventi su Villa della Regina, Palazzo Carignano, Palazzo Chiabrese, Galleria sabauda, Museo dell'antichità, Biblioteca reale, Biblioteca nazionale universitaria, Archivio di Stato, Palazzina di Stupinigi, Castello di Masino. La programmazione 2007-09 prevede di assegnare alla provincia di Torino mediamente 5,3 milioni di euro all'anno, destinati a interventi sull'area archeologica centrale, sulla Galleria sabauda, su Villa della Regina, sull'Armeria reale e su Palazzo Carignano.

2006 sono stati mediamente pari a oltre otto milioni di euro annui) e i fondi per le Soprintendenze, enti periferici dello Stato (in media quattro milioni annui, per oltre tre quarti in Torino città), finalizzati soprattutto al recupero funzionale di strutture e al restauro di libri.

Figura 3.1 – Contributo FUS pro capite nelle province metropolitane – 2005
(euro; fonte: elaborazione L'Eau Vive, Comitato Rota su dati del Mibac)



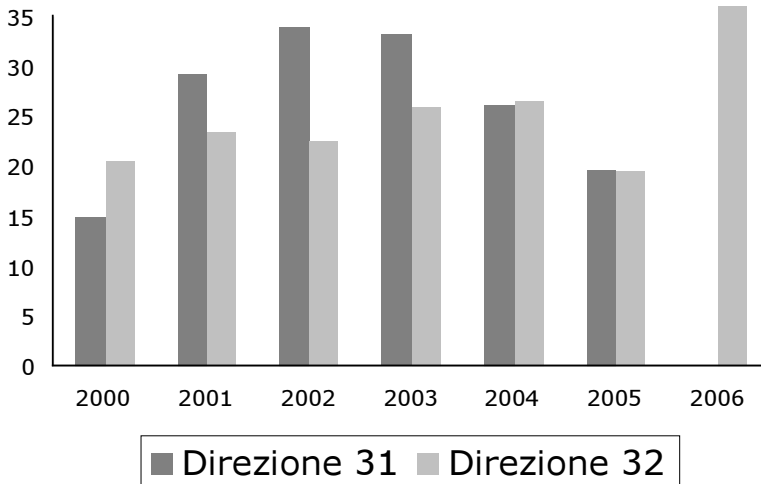
La Regione ha finanziato la cultura fino al 2006 attraverso due Direzioni: la numero 31 (Beni culturali) ha erogato nella provincia torinese nel periodo 2000-05 tra 15 e 34 milioni all'anno⁵, andati per circa tre quarti a musei e beni culturali, il resto a biblioteche e archivi. La Direzione 32 (Promozione attività culturali, istruzione e spettacolo) ha erogato nello stesso periodo tra 20 e 26 milioni all'anno, con un picco di 36 milioni nel 2006 (in parte legato ai finanziamenti per le olimpiadi della cultura)⁶.

⁵ Tali cifre non includono la spesa della Direzione per università e istituti scientifici, tranne quella destinata a iniziative convegnistiche e seminariali.

⁶ Non vengono qui conteggiate le spese della Direzione 32 per istruzione ed edilizia scolastica. Al capoluogo regionale è destinato quasi il 90% delle risorse dirette alla provincia torinese. La riduzione delle risorse regionali ha ultimamente penalizzato soprattutto lo spettacolo dal vivo, per l'allungamento dei tempi di pagamento dalla Regione alle compagnie (OCP, 2006 d).

Figura 3.2 – Spesa dell'Assessorato alla cultura della Regione Piemonte destinata alla provincia di Torino

(milioni di euro; dato 2006 della Direzione 31 non disponibile; fonte: elaborazione OCP – L'Eau Vive, Comitato Rota su dati Regione Piemonte)



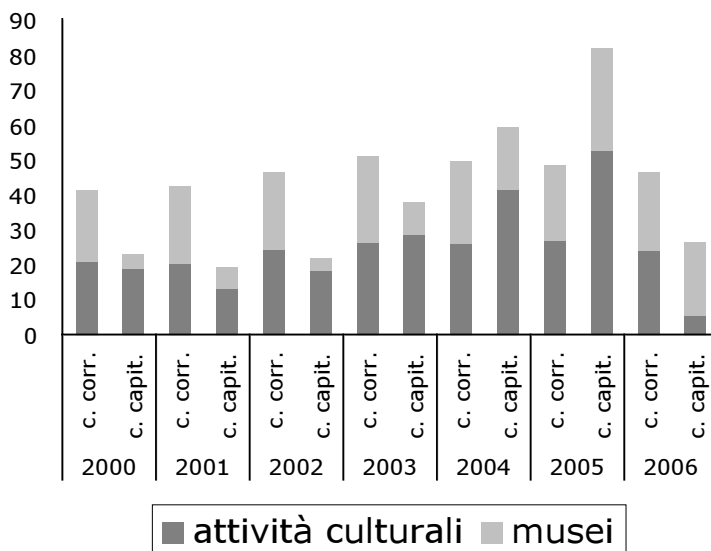
Da alcuni anni le Province hanno acquisito funzioni di promozione culturale prima svolte dalla Regione, ma il loro ruolo, come si è detto, rimane tutto sommato marginale: nel 2005, ad esempio, la Provincia di Torino ha investito in cultura appena l'1,6% del proprio bilancio, nel 2006 lo 0,9% (fonte: elaborazione su dati Ministero degli interni); si tenga conto comunque che fino al 2005 investiva da sola più di tutte le altre Province piemontesi messe insieme. Tra spese in conto corrente e in conto capitale⁷, ha destinato alla cultura dal 2001 tra quattro e nove milioni all'anno, soprattutto per attività culturali e meno per musei e beni culturali.

Il ruolo di investitore principale lo ha mantenuto fino al 2005 il Comune di Torino: le sue spese per la cultura sono più che raddoppiate dal 2000 al 2005, superando i 130 milioni di euro. Nel 2005 Torino è stata nettamente la prima città metropolitana del Centronord per in-

⁷ Le spese in conto corrente di un ente pubblico sono quelle necessarie per garantire il funzionamento dei servizi forniti dall'ente (costi del personale, acquisti di beni e servizi, trasferimenti correnti, rimborsi di interessi passivi ecc.). Le spese in conto capitale consistono negli investimenti volti a incrementare il patrimonio dell'ente (in particolare tramite costruzioni, acquisti, urbanizzazioni ecc.).

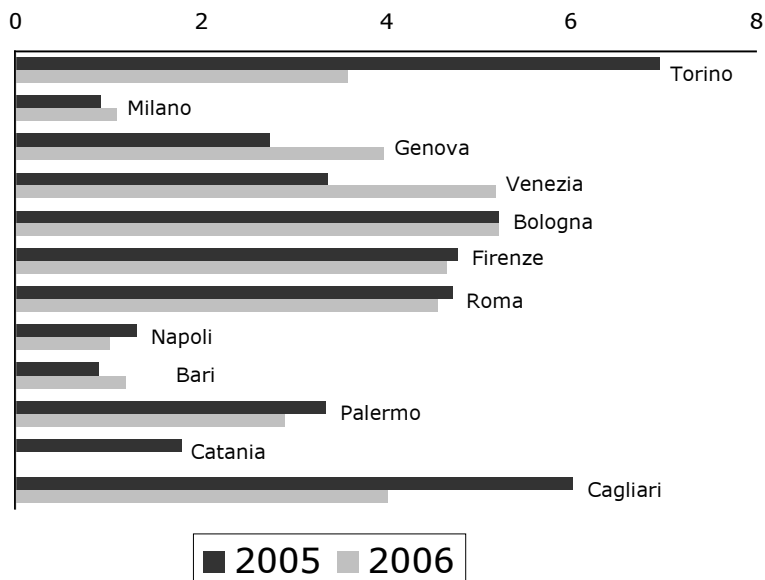
cidenza sul bilancio delle spese in cultura: 6,9% (a fronte del 4,2% nel 2000), un valore doppio rispetto a Venezia, pari a sette volte quello milanese. In compenso, nel 2006 le spese in cultura del Comune si sono ridotte del 44% (nonostante le spese complessive – esclusi gli impegni – siano cresciute del 9%), scendendo al 3,6% del bilancio: in nessun altro comune metropolitano del Centronord si è avuta una tale riduzione, anzi nella maggior parte dei casi le spese in cultura si sono incrementate⁸.

Figura 3.3 – **Spesa per la cultura del Comune di Torino**
(milioni di euro; fonte: elaborazione OCP – L'Eau Vive, Comitato Rota su dati Comune di Torino)



⁸ Nel 2007, le spese correnti della Divisione Cultura del Comune si sono ulteriormente ridotte del 18% rispetto all'anno precedente, quelle in conto capitale del 43% (fonte: Comune di Torino). Su queste riduzioni sembra aver inciso da un lato il debito connesso agli investimenti sostenuti per l'evento olimpico, dall'altro la scelta di privilegiare (in un contesto di vincoli di spesa) altri settori rispetto alla cultura. Per il 2008 il bilancio prevede un incremento del 22% delle spese in conto capitale.

Figura 3.4 – Quota di bilancio dei Comuni metropolitani destinata alla cultura
(valori percentuali⁹; dato 2006 per Catania non disponibile; fonte: elaborazione L'Eau Vive, Comitato Rota su dati Ministero degli interni)

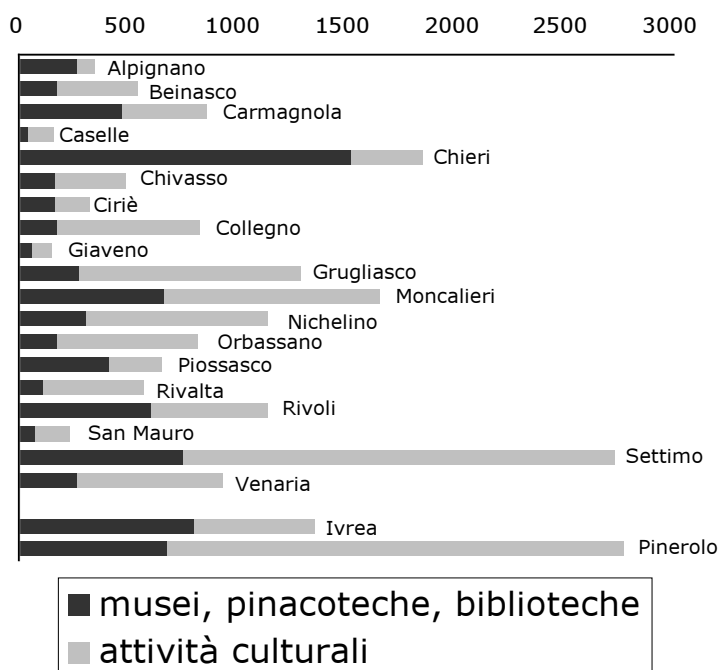


Gli altri venti maggiori Comuni (con oltre 15.000 abitanti) della provincia torinese contribuiscono complessivamente a finanziare il settore culturale con oltre venti milioni di euro annui.

Dopo Torino, che nel complesso del periodo 2001-2006 ha speso in cultura una quota pari a circa 100 euro annui per abitante, i Comuni che hanno investito di più pro capite sono Pinerolo (82 euro annui per abitante), Chieri (57), Ivrea (56) e Settimo (52).

⁹ Le percentuali sono ottenute rapportando i pagamenti (relativi alle spese sia in conto corrente sia in conto capitale) per funzioni relative alla cultura e ai beni culturali, rispetto ai pagamenti totali.

Figura 3.5 – Spesa media annua in cultura dei maggiori Comuni della provincia di Torino – 2001-06
 (migliaia di euro; Comuni oltre i 15.000 abitanti;
 fonte: elaborazione OCP – L'Eau Vive, Comitato Rota su dati dei singoli Comuni)



Per quanto riguarda i privati, gli investimenti in cultura si devono quasi esclusivamente alle due fondazioni di origine bancaria, Compagnia di San Paolo e Fondazione CRT¹⁰.

Tra le fondazioni delle metropoli italiane, le due torinesi occupano nel 2006 rispettivamente il secondo e il terzo posto per investimenti assoluti in arte e cultura (42,7 e 33,9 milioni di euro) dopo la Fondazione Cariplo (53,5 milioni), pur dedicando a questo settore una quota percentuale di erogazioni (29% e 38%) inferiore rispetto a diverse altre fondazioni¹¹. Sia la Compagnia di San Paolo sia la Fondazione

¹⁰ Nel periodo considerato hanno destinato alla provincia di Torino investimenti minori in cultura anche le Fondazioni delle Casse di risparmio di Asti, Biella, Bra, Cuneo, Fossano, Saluzzo, Savigliano e Vercelli. Il loro contributo totale è pari a meno dell'1% di quello delle due fondazioni torinesi.

¹¹ La Fondazione Cariplo e le Fondazioni delle casse di risparmio di Genova e Imperia, di Bologna, di Firenze e della Sardegna investono in cultura più del 40% delle proprie erogazioni.

CRT hanno puntato negli ultimi anni a stimolare e programmare (attraverso bandi, progetti e linee di intervento, indirizzi e obiettivi definiti *ex ante*, secondo l'impostazione cosiddetta di «sussidiarietà proattiva»), anziché limitarsi a rispondere alle richieste di finanziamento da parte di enti pubblici e privati.

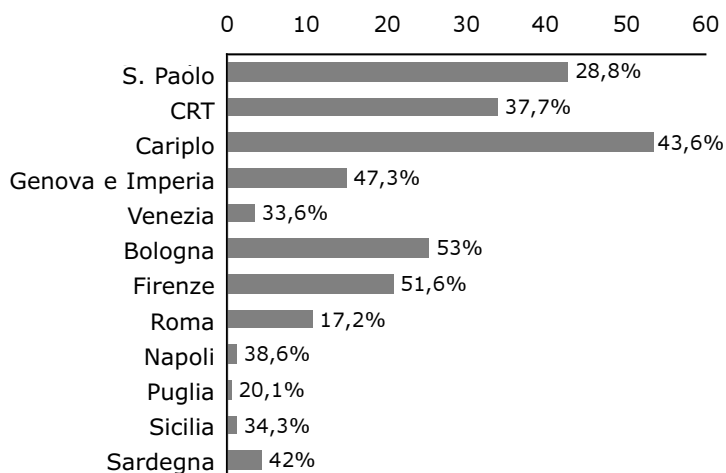
Tabella 3.2 – **Investimenti in cultura in provincia di Torino delle fondazioni di origine bancaria**

(fonte: elaborazione OCP – L'Eau Vive, Comitato Rota su dati Osservatorio fondazioni e Compagnia di San Paolo)

	S. Paolo	CRT	altre
2001	23.735.843	20.544.835	n.d.
2002	27.795.390	20.006.748	429.311
2003	24.033.403	20.826.531	700.854
2004	25.906.800	22.377.470	240.429
2005	36.095.745	18.611.542	641.951
2006	32.454.150	27.549.584	459.871
2007	21.818.492	n.d.	n.d.

Figura 3.6 – **Erogazioni in cultura delle fondazioni di origine bancaria con sede in province metropolitane – 2006**

(milioni di euro, su ogni colonna compare la quota percentuale destinata alla cultura sul totale delle erogazioni di ciascuna fondazione; fonte: elaborazione L'Eau Vive, Comitato Rota su bilanci fondazioni)



Scheda 3.1 – La Compagnia di San Paolo per la cultura

(fonte: bilanci sociali annuali della Compagnia di San Paolo)

La Compagnia di San Paolo ha investito complessivamente in arte e cultura, nel periodo 2001-06, il 31% circa delle proprie erogazioni (a fronte del 19% in ricerca, del 19% in assistenza, del 16% in istruzione, del 14% in sanità), passando da 31 a 42,7 milioni di euro (e salendo ulteriormente a 49,3 nel 2007). L'entità media dei contributi è stata pari a 118.400 euro. Gli investimenti in cultura sono stati destinati per due terzi a interventi su patrimonio artistico e beni culturali.

La città di Torino è stata destinataria in media del 70% di questi investimenti, un altro 7,5% è andato al resto della provincia (in particolare alle valli olimpiche). Nel 2006 la Compagnia ha annunciato una «inversione di rotta», per dare maggiore peso al resto del territorio regionale, dopo la concentrazione di investimenti sul capoluogo nel periodo preolimpico: il peso dell'area torinese sul totale delle erogazioni per la cultura è sceso dal 76% del 2006 al 44,3% del 2007.

La Compagnia di San Paolo sostiene con contributi annuali diverse fondazioni (come Teatro Regio, Teatro Stabile, Einaudi, Firpo) di cui è socia o co-fondatrice.

Ha istituito il *Programma musei*, attraverso il quale sono stati investiti tra il 2000 e il 2006 oltre 56 milioni di euro in conservazione degli edifici museali e monumenti dell'area centrale torinese (per metà spesi in riqualificazione e ampliamento del Museo egizio), nell'attuazione di innovazioni gestionali, nella modernizzazione degli allestimenti, nell'offerta di servizi di qualità.

La Compagnia ha anche lanciato diversi bandi in campo culturale: dal 2002 i bandi *In compagnia della musica* e *In compagnia del teatro* (ribattezzati nel 2007 *Arti sceniche in Compagnia*), a sostegno delle rassegne musicali e teatrali piemontesi, nello stesso anno il bando *Cantieri d'arte* e dal 2006 *Tesori sacri* (entrambi finalizzati al restauro di beni mobili e immobili della Chiesa); sempre nel 2006 è stato bandito *RestauroInScena* (per beni monumentali destinati allo spettacolo).

Tra gli investimenti diretti realizzati in provincia di Torino, si possono ricordare quelli per il restauro di chiese torinesi (come S. Agostino, Corpus Domini, S. Domenico, Superga) e della provincia (come S. Antonio di Ranverso), per il recupero di architetture militari (forti di Bramafam e di Fene-strelle), per la biblioteca civica di Chieri e per il progetto della nuova biblioteca civica torinese (si veda il Par. 3.3) di Torino, per la Scuola da artigiani restauratori, per la Galleria di strumenti d'epoca presso il Conservatorio, oltre a contributi a rassegne (come la *Fiera del libro* o il *Torino film festival*) e a mostre (come *Africa capolavori di un continente* o *Afghanistan i tesori ritrovati*).

La Compagnia di San Paolo ha inoltre creato un proprio ente strumentale, la Fondazione per l'arte, per promuovere progetti dedicati sia a formazione e ricerca nelle discipline storico-artistiche e del restauro sia a modelli di gestione e valorizzazione di musei e beni culturali.

Scheda 3.2 – La Fondazione CRT per la cultura

(fonte: bilanci sociali annuali della Fondazione CRT)

La Fondazione CRT ha destinato complessivamente al settore arte e cultura, nel periodo 2001-06, il 36% delle proprie erogazioni, passando dai 25,1 milioni del 2001 ai 33,9 del 2006. L'entità media dei contributi per progetto si aggira attorno a 57.500 euro.

Il 70% circa degli investimenti è indirizzato a musei e patrimonio architettonico (il resto a spettacoli e attività culturali), di cui la provincia torinese ha in questi anni beneficiato per una quota compresa, a seconda degli anni, tra i due terzi e i quattro quinti. Gli investimenti più consistenti hanno riguardato le residenze reali in Torino e cintura: Stupinigi, Villa della Regina, Palazzo Madama, Castello del Valentino.

Dal 2000 è stata creata la Fondazione per l'arte moderna e contemporanea CRT, col compito specifico di sostenere Castello di Rivoli e GAM con acquisizioni, progettazione di mostre, collaborazioni internazionali.

La Fondazione CRT, inoltre, nel 2004 ha attivato tre progetti nel settore culturale: *Mestieri Reali* (per creare nuove professionalità nel campo della ricerca storica e del restauro, a partire dalle competenze accumulate nei cantieri di restauro delle residenze sabaude), *Not&Sipari* (per stimolare un sistema diffuso di piccole iniziative teatrali e musicali), *Città e Cattedrali* (per recuperare e promuovere in modo integrato il patrimonio storico-artistico nelle diciassette città piemontesi sedi di diocesi).

Dall'anno successivo la Fondazione CRT ha definito le seguenti «Linee di intervento specifiche»: *NoveMuse* (con concorsi a premi per tutti gli ambiti culturali, tranne quelli espositivo e musicale-teatrale), *Esponente* (promuove nuovi musei o ne riallestitisce di esistenti, premia opere d'arte visive), *VolontArte* (a sostegno del volontariato culturale), *Didattica delle arti* (supporto a istruzione e ricerca musicale, teatrale, cinematografica), *Lumière* (promuove eventi cinematografici, anche amatoriali e sperimentali).

Forse anche per il peso così rilevante delle due fondazioni bancarie, nell'area torinese gli investimenti in cultura da parte di altri soggetti privati sono assolutamente irrilevanti. In particolare risulta debolissima l'azione di mecenatismo culturale, ma anche di sponsorizzazione (di eventi, restauri ecc.) svolta dagli imprenditori torinesi¹².

La Consulta per la valorizzazione dei beni artistici e culturali di Torino comprende 29 aziende ed enti associati (da Fiat a Ferrero, da Pirelli a Telecom, dalla Camera di commercio all'Unione industriale) e in provincia di Torino investe mediamente ogni anno meno di 800.000 euro; Fondiaria SAI, Lavazza, Reale Mutua, Intesa San Paolo e Unicredit hanno complessivamente elargito, nel 2006, 4 milioni di euro a enti e associazioni culturali (AA.VV., 2007); la Fiat ha recentemente stanziato 400.000 euro per sponsorizzare per due anni il Teatro Stabile. Si tratta comunque di cifre molto esigue, nel complesso pari a meno del 10% di quanto stanziato dalle due fondazioni bancarie e al 7% delle spese del Comune.

La questione del «disimpegno» della classe imprenditoriale locale è piuttosto complessa e controversa. Se la congiuntura economica negativa degli ultimi anni ha limitato le risorse delle imprese investibili al di fuori dell'ambito produttivo, vi è però certamente una sorta di «ritardo culturale» ereditato in larga misura dal passato fordista (una città in cui ci si attendeva che a tutto provvedesse la Fiat, in cui

¹² Sono caduti nel vuoto in questi anni diversi inviti dell'Amministrazione alla classe imprenditoriale locale a investire e «scommettere» di più in cultura, eventi, immagine, effimero.

gli imprenditori non hanno mai dovuto sviluppare una particolare creatività innovativa e un'attenzione agli aspetti d'immagine), ma anche dalla cultura «sabauda» (privilegiando il *fare all'apparire*). Inoltre, anche in questo caso si conferma la scarsa propensione a fare rete: a parte la Consulta, le aziende tendono per lo più a muoversi individualmente nelle loro iniziative culturali, anziché in sinergia. A questi motivi di ordine culturale, si sommano altri aspetti di carattere organizzativo e amministrativo; in proposito, c'è chi ha sottolineato (Disegni, 2006) come – per stimolare le imprese a investire di più in cultura – occorra stabilire tre condizioni imprescindibili: chiarezza massima sui progetti da finanziare, affidabilità e trasparenza degli enti gestori e, soprattutto, incentivi fiscali per le imprese che investono¹³.

3.2. FORMARE E PROMUOVERE LA CLASSE CREATIVA

In base ai dati del Censimento dell'industria e dei servizi del 2001, è possibile stimare l'incidenza sul sistema economico degli addetti ai diversi settori della produzione culturale¹⁴. Nel complesso, secondo stime Istat ed Eurostat, gli occupati in cultura in Italia sarebbero circa il 2,3% del totale: tale percentuale, applicata alla provincia di Torino, porterebbe a valutare in circa 21.800 unità il totale degli occupati del settore.

Per confronto con le altre province metropolitane, quella torinese risulta ben posizionata quanto a rilevanza degli addetti soprattutto nei

¹³ Per incentivare le donazioni filantropiche di privati cittadini e famiglie, Torino Internazionale, Fondazione Agnelli e Compagnia di San Paolo hanno avviato nel 2007 uno studio di fattibilità per creare una Fondazione di comunità dedicata al settore culturale torinese. Il modello dovrebbe essere quello della *Community foundation* americana (Demarie, 2006), che punta a favorire l'incontro – stabilendo canali di contatto trasparenti – tra soggetti disponibili alla filantropia culturale e progetti finanziabili. In Italia la Fondazione Cariplo ha dato vita a fondazioni di comunità in tutte le province lombarde (raccolgendo in totale nel 2004 quasi 10 milioni) e – con la Compagnia di San Paolo – nel Verbano Cusio Ossola.

¹⁴ Si tratta di una stima di massima – utile soprattutto a scopo di comparazione tra città diverse – poiché le categorie considerate dall'Istat (e riportate nella Tab. 3.3) non sono esaustive, escludendo ad esempio scenografi, elettricisti, informatici, trasportatori che lavorano per aziende audiovisive, operatori di servizi di assistenza e didattica nei musei, oltre al mondo variegato dei consulenti free lance, occasionali, stagionali, in nero che operano nel settore culturale: DJ, gruppi musicali, comparse ecc. Un ruolo significativo è poi svolto dai volontari: essi incidono per il 70% sul personale dei musei e per i due terzi su quello delle biblioteche (OCP, 2003 a, 2006 d).

comparti editoria e produzione di film e video (dov'è al terzo posto tra tutte le metropoli); decisamente sotto la media, invece, è il rilievo per numero di addetti nei settori radiotelevisivo¹⁵ e dei teatri e sale da spettacolo (in entrambi quella torinese è penultima tra le metropoli).

Tabella 3.3 – **Addetti ai principali settori culturali nelle province metropolitane – 2001**
(addetti ogni 10.000 addetti provinciali; fonte: Istat)

	Editoria	Prodruz. film e video	Interpret. arte e letteratura	Radio e TV	Bibliot. e archivi	Musei e beni culturali	Teatri e sale spettacoli
Torino	48,5	10,4	18,0	3,6	1,2	3,1	1,8
Milano	77,1	15,4	23,5	21,3	1,3	0,4	2,5
Genova	18,3	2,4	33,1	6,6	0,5	4,3	2,1
Venezia	17,0	5,0	37,3	1,9	2,0	10,9	3,4
Bologna	29,0	10,0	24,9	4,4	1,4	0,1	2,5
Firenze	52,8	5,2	44,0	5,0	0,5	4,1	3,8
Roma	20,7	37,7	19,5	48,3	0,7	3,6	1,8
Napoli	23,1	4,1	20,9	7,2	0,4	1,3	5,7
Bari	14,2	3,2	12,2	8,2	0,9	0,4	2,0
Palermo	19,6	2,6	37,6	7,6	0,3	21,2	7,0
Catania	11,9	1,2	32,7	14,0	0,8	0,3	21,5
Cagliari	29,1	2,5	26,6	9,1	10,3	6,8	1,0

Nel decennio compreso tra il 1991 e il 2001, la provincia di Torino ha registrato in tutti i settori culturali andamenti occupazionali analoghi a quelli nazionali come segno¹⁶ ma amplificati nei valori: gli incrementi maggiori si registrano nel settore dei musei e beni culturali¹⁷ (+443% di addetti in provincia, contro un +108% nazionale) e delle produzioni di film e video (+325% contro +288%), i cali più rilevanti caratterizzano il comparto di teatri e sale da spettacolo (-73%, contro un -51%

¹⁵ Si conferma la debolezza del settore radiotelevisivo torinese (sia pubblico sia privato) già rimarcata in precedenza: lavora in provincia di Torino solo l'1,2% del totale degli addetti nazionali, poco meno della provincia napoletana (1,4%), ma molto meno di quelle romana (54,6%) e milanese (16,6%).

¹⁶ Fa eccezione il settore di biblioteche e archivi: in provincia di Torino tra 1991 e 2001 si è registrato un aumento di addetti (+24%), a fronte di una flessione nazionale (-28%).

¹⁷ Il patrimonio di esperienza e competenze maturato nei numerosi restauri recenti di beni culturali torinesi (Reggia di Venaria in primis) comincia a essere riconosciuto a livello internazionale: a un'associazione di restauratori torinesi è

medio nazionale) e le attività radiotelevisive (-22%, contro un -8%).

Al di là della rilevanza occupazionale assoluta (e delle variazioni temporali) nei diversi settori della cultura, è interessante analizzare quale sia la composizione delle diverse tipologie di addetti e, in particolare, il peso delle cosiddetta «classe creativa»¹⁸. Da questo punto di vista, riemergono – anche nel settore culturale – la storica vocazione torinese a produrre figure lavorative tecniche ed esecutive e l'altrettanto storica debolezza di figure «creative».

Dall'analisi comparativa tra tutte le province italiane (Tinagli e Florida, 2005), relativa all'incidenza della classe creativa sul totale degli occupati, Torino risulta appena al 53° posto su 103 province, ma, soprattutto, all'ultimo posto tra le dodici province metropolitane, con un valore pari al 19,9% (contro il 24,6% di Roma, il 22,9% di Milano, una media nazionale del 21%), soprattutto per la perdurante rilevanza quantitativa che a Torino mantengono le professioni tecniche a media specializzazione (periti informatici, tecnici elettronici, ragionieri ecc.) e quelle esecutive e manuali del comparto industriale¹⁹.

Dal punto di vista formativo, le due principali istituzioni dedite specificamente all'«alta formazione artistica e musicale» sono, come noto, l'Accademia di belle arti e il Conservatorio²⁰. Entrambe hanno problemi – comuni a livello nazionale – di un certo «invecchiamento» dell'offerta formativa; le sedi torinesi, poi, soffrono in posizioni non certo di primo piano nel panorama nazionale²¹. Per numero di iscritti, l'Accademia albertina torinese risulta nel 2007 all'ultimo posto tra le Accademie delle metropoli, con la metà degli iscritti di Napoli, Roma, Bo-

stato affidato a inizio 2008 lo studio metodologico per il recupero delle facciate e degli stucchi dorati della Reggia di Caterina II a San Pietroburgo.

¹⁸ L'economista statunitense Richard Florida (2003) include nel concetto di «classe creativa» tutte quelle figure lavorative con un elevato impiego di conoscenza in vari campi professionali: imprenditori, dirigenti, manager, ricercatori, professionisti, artisti, tecnici specializzati.

¹⁹ Una ricerca simile è stata condotta da Assolombarda e Università Bocconi nel 2004, con riferimento ai soli capoluoghi metropolitani e definendo in modo parzialmente diverso la composizione della «classe creativa»: si conferma la debolezza di Torino, che in quest'altra ricerca si colloca al quintultimo posto (davanti a Bari, Cagliari, Firenze e Venezia).

²⁰ Gli altri percorsi formativi presenti in Italia nel campo della formazione artistica (Accademia di arte drammatica, Accademia di danza, Istituto superiore per le industrie artistiche) non hanno sedi a Torino.

²¹ Le difficoltà delle due istituzioni torinesi sono in parte dovute anche alla non chiara individuazione del soggetto pubblico che avrebbe dovuto sostenerle, dopo l'introduzione dell'autonomia scolastica con la legge Bassanini. Questa situazione dovrebbe essere in via di superamento grazie all'intesa programmatica stipulata nel 2008, che impegna la Regione a finanziare l'Accademia e il Conservatorio.

logna e con un quarto degli studenti di Milano Brera. Il Conservatorio Giuseppe Verdi è a metà della graduatoria tra le metropoli, con la metà degli iscritti all'omonimo conservatorio milanese o a quello barese.

Il Conservatorio soffre a Torino di una bassa attrattività di studenti provenienti da altre regioni e dall'estero (3,3% di studenti stranieri), mentre l'Accademia albertina sta decisamente recuperando (nel 2007 ha l'8,2% di stranieri, contro il 3,7% del 2005), anche se tuttora registra valori di gran lunga inferiori a quelli, ad esempio, di Roma, Firenze o Venezia.

L'Università di Torino e il Politecnico hanno invece un peso significativo, costituendo il terzo polo accademico italiano per numero di iscritti sia a corsi di laurea nell'area dell'editoria, comunicazione multimediale²² e giornalismo (dopo Roma e Milano), sia di arti figurative, musica, spettacolo e moda (dopo Roma e Bologna). Anche nel design industriale il polo torinese è piuttosto importante, il quarto in Italia per iscritti. Piuttosto ridotto, invece, è il peso nell'area dei beni culturali.

Tabella 3.4 – **Isritti ai corsi di alta qualifica nel settore culturale, per le principali classi di laurea²³ – A.A. 2006-07**

(fonte: elaborazione L'Eau Vive, Comitato Rota su dati Miur)

	Accademie belle arti	Conservatori	Beni culturali	Arti figurative, spettacolo, musica, moda	Design industr.	Editoria, multimediale, giornalismo
Torino	767	839	1.290	1.568	1.057	317
Milano	3.707	1.682	3.635	1.117	4.157	492
Genova	292	528	729	241	610	43
Venezia	974	586	1.098	1.035	589	-
Bologna	1.222	809	98	4.719	47	-
Firenze	1.033	528	1.522	1.554	2.006	-
Roma	1.507	1.272	4.374	6.121	1.678	987
Napoli	1.695	819	3.052	98	-	-
Bari	386	1.988	1.382	352	172	57
Palermo	883	1.009	1.477	1.243	344	-
Catania	826	809	795	-	-	131
Cagliari	n.d.	990	958	-	-	41

²² Un punto di forza torinese sta nell'offerta di alcuni corsi di laurea esclusivi nel panorama nazionale, come il Multidams (un Dams con impostazione multimediale, con 355 iscritti nel 2006-07), Ingegneria del cinema e dei mezzi di comunicazione (220 iscritti), Scienze della mediazione linguistica per il doppiaggio cinetelvisivo (65 iscritti), Progetto grafico e virtuale (411 iscritti, corso esistente anche a Roma).

²³ La classe «Beni culturali» include le lauree in Scienze dei beni culturali e in Tecnologie per la conservazione e il restauro dei beni culturali, e la laurea specia-

A livello post lauream, il Politecnico torinese ha due percorsi di master (in Management dei beni culturali e ambientali e in Systems design), mentre è piuttosto ampia l'offerta dell'Università con i master in Economia e management della cultura, Editing e scrittura di prodotti audiovisivi, Management marketing e produzione per televisione e nuovi media, Metodi e tecniche per lo spettacolo digitale, Produzione multimediale, Promozione e organizzazione turistico-culturale del territorio, Scrittura per la televisione e i nuovi media, Teoria e tecnica della danza e delle arti performative, Teatro sociale e di comunità.

Alle proposte degli atenei si affiancano quelle private e pubblico-private, spesso di rilevanza sovralocale; tra gli erogatori di corsi avanzati per il settore culturale si possono ricordare a Chieri il Dipartimento di animazione della Scuola nazionale di cinema, a Torino il Virtual Reality & Multimedia Park, l'Istituto europeo del design, l'Istituto di arte applicata e design, il Centro conservazione e restauro della Venaria, la scuola per attori del Teatro Stabile, la scuola di danza del Teatro Nuovo, la scuola Holden, la scuola di circo Flic, il Centro jazz.

Se da un lato l'offerta complessiva è quindi ricca (qualcuno la ritiene persino eccessiva), al contempo secondo diversi operatori del settore mancano alcune figure molto richieste nel settore dei beni culturali (Bairati, 2003): tecnici di laboratorio e di servizi educativi, tecnici di commercializzazione dei servizi culturali e turistici, tecnici di comunicazione e immagine, curatori e organizzatori culturali (che sono in grado di occuparsi di tutti gli aspetti organizzativi e gestionali di un evento, bene culturale, museo)²⁴.

listica in Conservazione e restauro del patrimonio storico-artistico; «Arti figurative, spettacolo, musica e moda» include le lauree in Scienze e tecnologie delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda (ossia il Dams) e quelle specialistiche in Scienze dello spettacolo e della produzione multimediale e in Musicologia e beni musicali; «Disegno industriale» include la laurea triennale in Disegno industriale e la specialistica in Teorie e metodi del disegno industriale; «Editoria, comunicazione multimediale e giornalismo» è una specifica classe di laurea.

²⁴ La richiesta di nuove professionalità ha trovato una risposta tardiva nelle Università: «Il ritardo è certamente un preoccupante segnale delle difficoltà di rapporto [...] tra soggetti del settore culturale e quelli del mondo universitario, nonostante spesso gli stessi attori operino in entrambi gli ambiti. Un altro ostacolo [...] è la difficoltà di parte del mondo culturale di comprendere l'importanza di funzioni considerate "impure" perché ritenute non scientifiche, di cui o non ci si occupa oppure vi si colloca personale non qualificato o impegnato in modo discontinuo» (Leon, 2006, p. 11).

3.3. TANTI CONTENITORI, MANCANO QUELLI GIUSTI

Per quanto riguarda spazi e contenitori per iniziative culturali, il quadro è negli ultimi tempi piuttosto confuso. Se all'epoca delle due ostensioni della Sindone (1998 e 2000) era condivisa l'opinione circa una debolezza cittadina a causa di «rigidità dei contenitori, assenza di spazi adeguati per l'organizzazione di grandi eventi espositivi e spettacolari, necessità di nuovi luoghi destinati al teatro, alla musica, alla lettura» (Leon, 2006, p. 5), nei primi anni del XXI secolo a Torino si è registrato un forte incremento degli spazi utilizzabili in modo esclusivo o parziale per eventi culturali. Sono state recuperate strutture prima inagibili o inadeguate, sono stati costruiti nuovi contenitori «polivalenti» (primi tra tutti quelli olimpici, quali palaisozaki, palavela, oval), anche in zone semiperiferiche e nella prima cintura.

Al potenziamento della dotazione di spazi non è però corrisposta una chiara programmazione – concertata tra diversi enti e settori amministrativi – della destinazione futura. Il paradosso attuale è che vi sono spazi che si riesce a riempire con gran fatica (gli impianti olimpici, ma anche Stupinigi, il padiglione di Fuksas a Porta Palazzo, non ultima la Reggia di Venaria) e, contemporaneamente, iniziative che non si sa dove ospitare.

In ambito teatrale si sono moltiplicate le sale con standard d'alto livello, una delle principali carenze negli anni Novanta. Sono stati ristrutturati i teatri Gobetti, Vittoria e Astra (attualmente è in restauro anche il Carignano), sono sorti nuovi teatri: Casa del teatro ragazzi e giovani in piazza D'Armi, Fonderie teatrali a Moncalieri. Complessivamente, oggi nell'area torinese operano 17 teatri principali²⁵, per una capienza complessiva di quasi 12.000 posti.

Secondo alcuni addetti ai lavori, tuttavia, mancherebbe ancora una sala adatta, sia per dimensioni sia per potenziale tecnologico, a ospitare il grande teatro contemporaneo, soprattutto dopo che è sfumato il progetto di costruire due sale teatrali – di cui la principale da 1.400 posti – nel complesso della Biblioteca civica di spina 2 (si veda Scheda 3.3)²⁶.

²⁵ Il quadro degli spazi teatrali torinesi non è comunque completo, in quanto manca un censimento aggiornato, soprattutto dei tanti spazi di taglia medio-piccola, nati magari come sale conferenze o cinema, ma che ospitano oggi rappresentazioni e performance teatrali.

²⁶ Il Comune da giugno 2008 dovrebbe tornare in possesso del Teatro Nuovo, quindi – effettuati alcuni lavori in estate – metterlo a disposizione dello Stabile per la stagione 2008-09.

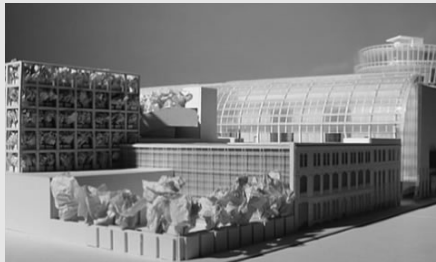
Tabella 3.5 – I principali teatri dell'area torinese
(fonte: L'Eau Vive, Comitato Rota su fonti varie)

Teatro	Sede	Comune	Posti
Colosseo	via M. Cristina	Torino	1.618
Regio	piazza Castello	Torino	1.592
Alfieri	piazza Solferino	Torino	1.500
Nuovo	corso M. D'Azeglio	Torino	1.000
Concordia	corso Puccini	Venaria	804
Carignano	piazza Carignano	Torino	700
Santo Volto	via Borgaro	Torino	700
Gioiello	via Colombo	Torino	500
Monterosa	via Brandizzo	Torino	444
Erba	corso Moncalieri	Torino	400
Fonderie Limone (2 sale)	via Pastrengo	Moncalieri	400 + 102
Astra	via Pilo	Torino	395
Agnelli	via Sarpi	Torino	374
Stalker	piazza Montale	Torino	350
Cardinal Massaia	via Card. Massaia	Torino	304
Alfa	via Casalborgone	Torino	300
Casa teatro ragazzi e giovani	corso G. Ferraris	Torino	300

Anche il settore cinematografico lamenta l'assenza di una «grande sala», specialmente dopo il frazionamento di molte sale storiche per creare multisala (prossimamente dovrebbe toccare allo storico Lux); l'inaugurazione dell'edizione 2007 del *Torino film festival* è stata celebrata in due cinema e in momenti diversi per poter accogliere tutti gli spettatori. In questo caso, le attese degli anni scorsi erano concentrate sull'ex Teatro Scribe – nell'ambito del progetto del cosiddetto «Cineborgo» (Scheda 3.4) – ma da anni le trattative con la RAI (attuale proprietaria) non danno segno di sbloccarsi e nemmeno gli addetti ai lavori sanno ormai spiegarsene le ragioni.

Problemi di spazio riguardano anche alcuni importanti musei, in particolare l'Egizio e la GAM (la sede attuale permette di esporre, a rotazione, solo 500 delle quasi 40.000 opere della Galleria). Al Museo egizio i lavori di ampliamento stanno per partire – e se ne prevede una conclusione entro il 2011 – mentre per il cosiddetto «raddoppio» della GAM si sono alternate negli ultimi anni varie ipotesi: dopo quelle del palavela e di Torino esposizioni, si ipotizza ora – per iniziativa della Fondazione CRT – di dedicare alla GAM parte delle OGR, le ex Officine grandi riparazioni in spina 2.

Scheda 3.3 – I nuovi poli culturali sulla spina 2



Il complesso delle ex Officine Grandi Riparazioni si estende per 190.000 metri quadri, tra via Boggio e corso Castefidardo. L'area – abbandonata dalle Ferrovie nei primi anni Novanta – è stata negli anni oggetto di diversi progetti di recupero, dei quali però nessuno è stato finora realizzato.

Tra il 2002 e 2003 il Comune aveva bandito un concorso internazionale di progettazione per destinare le ex OGR al raddoppio della GAM, alla nuova Biblioteca civica, a sede dell'Urban Center; erano già anche state spese somme cospicue per la progettazione (16 milioni per la Biblioteca e 6 per le ex OGR).

La sezione distaccata della GAM alle ex OGR (il cui costo stimato era di circa 26 milioni) avrebbe dovuto essere aperta nel 2006, in occasione delle olimpiadi. In realtà, i lavori non sono mai partiti, in attesa del passaggio di proprietà dell'area – in cambio di diritti edificatori – dalle Ferrovie al Comune; passaggio che però non è mai avvenuto.

Nel luglio del 2007 la Giunta comunale ha invece firmato un comodato d'uso di trent'anni degli spazi, con l'intenzione di avviarsi lavori di manutenzione straordinaria, restauro e messa in sicurezza.

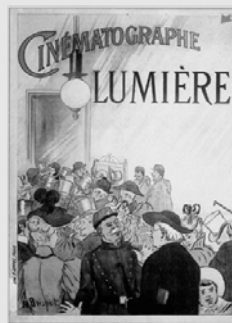
In più l'operazione di trasferimento della GAM alle OGR contemplava anche una cessione dell'edificio storico della Galleria d'arte moderna in via Magenta; solo che ora il tempo stringe: tra un anno, compiendo cinquant'anni, verrà vincolato dalla Soprintendenza, rendendo molto più complicate le procedure.

Ultimamente si è inserita nella trattativa la Fondazione CRT che ha proposto alle Ferrovie di acquistare l'intera struttura per farne un polo dell'arte contemporanea (con le collezioni della GAM più quelle acquisite con propri fondi nell'ambito del progetto Arte moderna e contemporanea).

Nelle ex OGR si era stabilito di insediare anche l'Urban center, nato nel 2005 come «luogo di confronto e consulenza tra gli attori economici, sociali e culturali implicati nei processi di trasformazione della città» e temporaneamente ospitato nella sede di Siti. In attesa di decidere che cosa fare delle ex OGR, è stato accantonato il progetto di insediamento su spina 2 dell'Urban center (che a ottobre 2007 ha traslocato in un palazzo di corso Vinzaglio, a fianco del Comitato Italia 150).

Per quanto riguarda il nuovo Centro culturale progettato dall'architetto Bellini nell'area di oltre 40.000 metri quadri ricavata dalla quasi completa demolizione delle ex fabbriche Nebiolo e Westinghouse, i lavori sarebbero dovuti partire nel 2004 e terminare per le olimpiadi; il progetto esecutivo però è via via slittato e a fine 2005 si è affacciata l'ipotesi di non farne nulla, soprattutto per i costi molto elevati: il centro costerebbe più di 220 milioni (ossia più della somma di tutti gli impianti di gara olimpici costruiti a Torino: palaisozaki, oval, palavela, palaghiaccio Tazzoli, stadio olimpico). Il destino del progetto dipende dai fondi per le celebrazioni del 2011.

Scheda 3.4 – Il potenziamento dei principali musei



Dopo anni di proposte e controproposte (tra cui quella, con polemiche, di uno spostamento nella Reggia di Venaria), nel luglio 2001 Comune e Ministero si sono accordati per mantenere il Museo egizio nella sua sede storica, raddoppiandone però la superficie espositiva (dagli attuali 3.000 mq a quasi 6.000 mq) negli spazi nel Palazzo dell'Accademia delle scienze, da liberare tramite il trasferimento della Galleria sabauda nella manica laterale di Palazzo reale.

Dal 2002 è stata costituita un'apposita commissione nominata dal Ministero (e di cui fanno parte anche enti locali, Regione e fondazioni bancarie), per promuovere studi atti a definire gli spazi di ampliamento (individuati nei sotterranei della chiesa di San Filippo, della Galleria sabauda e di Palazzo Campana).

Nel 2003, a seguito degli studi della commissione ministeriale, è stato approvato lo schema di statuto della Fondazione Museo delle antichità egizie; sono stati fissati il budget di spesa (57 milioni di euro) e il termine dei lavori di ristrutturazione e ampliamento (3 gennaio 2011).

Nell'ottobre del 2004 è stato firmato l'atto costitutivo della fondazione e da febbraio 2005 sono attivi il direttivo e il comitato scientifico. A partire dal periodo olimpico l'Egizio esibisce un nuovo allestimento dello statuario.

Nell'ottobre del 2007 lo studio Isola-Architetti si è aggiudicato la gara internazionale di progettazione per la ristrutturazione e il riallestimento del museo. La somma di 50 milioni di euro stanziata per i lavori è il frutto di un accordo di programma firmato a marzo tra Comune (10 milioni), Provincia (3), Regione (7), Compagnia di San Paolo (25) e Fondazione CRT (5). Il cantiere dovrebbe iniziare nel primo semestre del 2008 e durare tre anni (durante il periodo di ristrutturazione non è prevista la chiusura totale delle sale).

Della necessità di creare un vero e proprio «distretto» del cinema attorno alla Mole antonelliana a Torino si discute da quasi dieci anni, più o meno da quando venne approvato il progetto esecutivo del nuovo Museo del cinema. Il museo ha conteso sin dalla nascita all'Egizio il primato cittadino di visitatori ed è oggi ritenuto da molti il più importante museo generalista sulla cinematografia in Europa, con il parigino Musée Langlois.

Rimane però un grave problema di spazi: servirebbero almeno altri 1.000 mq (i progetti più grandi ne ipotizzano fino a 5.000) per arricchire il museo di un centro di ricerca e studio sul cinema, dove possano confluire i vari archivi oggi sparpagliati – oltre alla Mole – in quattro magazzini: via San Pietro in Vincoli, via Sospello, Palazzo Chiabrese e presso l'archivio fotografico di via Montebello.

Da anni, appunto, si discute di come ampliare gli spazi dedicati al cinema attorno alla Mole, creando una sorta di «Cineborgo», con aree museali, uffici, archivi, sale cinematografiche, ma anche servizi commerciali a tema. Dal 2000, in particolare, l'amministrazione locale cerca di convincere la RAI a cedere l'ex Teatro Scribe (dove potrebbero collocarsi la direzione del *Torino film festival* e una nuova sala da oltre 1.000 posti) e il Palazzo della radio di via Verdi (potrebbe diventare l'ingresso principale al Museo e contenere parte delle esposizioni storiche su radio e TV).

Negli anni sono anche emerse ipotesi di ripiego, almeno per raccogliere i materiali del Museo in un deposito visitabile unico. Non è però stata individuata una sede precisa: fino a tutto il 2006 si ipotizzava l'ex Superga in spina 3, mentre nel 2007 è emersa l'ipotesi di costruire ex novo un edificio in un'area di proprietà comunale tra via Ferrari e via Verdi, ora parcheggio per i dipendenti RAI.

La disponibilità finanziaria da parte del museo è però molto esigua.

Lascia perplessi, infine, il fatto che – nel catalogo dei progetti per il Centocinquantenario del 2011 – non sia stato incluso l'ampliamento del Museo del cinema.

Per la disponibilità di spazi per fiere, saloni e congressi il nodo cruciale è quello del futuro del centro Lingotto Fiere, dove si svolgono *Salone del gusto*, *Fiera del libro*, *Artissima*. Ai dubbi gestionali degli anni scorsi (l'impianto è giudicato dagli operatori bello, ma molto caro rispetto ad altri spazi fieristici nazionali e stranieri) si sommano le incertezze sul futuro dell'oval: negli anni preolimpici pareva assodato un utilizzo esclusivo come padiglione aggiuntivo del Lingotto fiere, ma nel corso del 2007 è tornata l'incertezza attorno a quello che il direttore della Fondazione postolimpica TOP ha definito «un sito per il quale è ulteriormente da discutere la destinazione» (Bellino, 2007, p. 10). Anche per Torino Esposizioni – usato come secondo palaghiaccio durante i Giochi – si era sempre prospettato un utilizzo postolimpico come «spazio fieristico»; dopo le olimpiadi, però, questa ipotesi sembra essere sfumata, così come l'idea di farne una sorta di GAM-2. Lo storico padiglione che risale ai tempi di *Italia '61* pare ora destinato a ospitare lo Science Center, altro progetto di cui si discute da circa dieci anni senza averne mai individuato in via definitiva i contenuti, genericamente caratterizzato come «parco tematico di divulgazione scientifica». Lo Science Center potrebbe comunque essere realizzato almeno in parte in vista del 2010 (quando a Torino si terrà il congresso mondiale dell'Esof – Euroscience Open Forum) e dovrebbe raccogliere l'eredità di *Experimenta*, mostra di divulgazione scientifica da 100.000 visitatori annui, che però ha chiuso dopo le olimpiadi.

Scheda 3.5 – Il polo fieristico



Il Centro Lingotto fiere era stato ceduto nel 1998 dalla Fiat alla società Promotor International (di Alfredo Cazzola, organizzatore del *Motor Show*). Da allora gli enti locali non hanno mai nascosto una certa insoddisfazione per la gestione di Promotor: il Lingotto fiere non è affatto decollato, anzi ha perso nel 2002 il *Salone dell'automobile*, la più importante fiera torinese, con un pubblico tre volte superiore alla *Fiera del libro*.

Non a caso, nel secondo Piano strategico viene ribadito come «fondamentale per lo sviluppo del sistema congressuale torinese [...] l'acquisizione da parte degli enti locali, in particolare della Città di Torino, del Centro congressi Lingotto arricchito dal padiglione oval, da gestire attraverso un ente in collaborazione con Torino Convention Bureau, a cui va comunque demandata la funzione di promuovere e elaborare candidature, come avviene per i più importanti convention bureau europei» (Torino Internazionale, 2006, p. 136).

Nel 2005 Cazzola aveva offerto i quattro padiglioni espositivi, uffici e spazi di ristoro agli enti locali, chiedendo complessivamente 50 milioni. A luglio 2007, è stata resa nota la perizia di Siti (incaricato dal Comune), che ritiene eccessiva tale richiesta.

Nel frattempo, è subentrata nelle trattative la società francese GL Events, che ha acquisito le strutture e che potrebbe comprare anche l'oval, collegandolo al Lingotto fiere tramite un nuovo padiglione.

Quanto al Centro congressi, la gestione operativa sta passando da Expo 2000 (società partecipata dalla Regione, che da anni chiude in passivo) alla Fiat. Permangono tuttavia forti preoccupazioni per la perdurante assenza di progetti e certezze sulle modalità di utilizzo futuro degli spazi fieristici torinesi²⁷.

²⁷ Si discute da anni di un possibile «asse» fieristico Milano-Torino (di cui certamente quello torinese sarebbe il polo minore), talvolta in alternativa a un'alleanza strategica con le Fiere di Bologna-Rimini e di Roma. I promotori dell'Expo di Milano 2015 – ben prima di sapere del successo della candidatura – avevano già sondato la disponibilità degli spazi fieristici del capoluogo piemontese, a supporto di quelli milanesi.

3.4. UNA VIVACE PRODUZIONE CULTURALE

Se quarant'anni fa la stagione dell'Arte povera²⁸ fu certamente per Torino un momento d'eccellenza grazie a singoli soggetti privati (artisti, galleristi e collezionisti capaci di creare un milieu propulsivo e attrattivo anche a livello internazionale), la fase attuale delle arti visive torinesi si caratterizza invece per il forte protagonismo istituzionale, di enti pubblici e fondazioni, in termini sia economici sia progettuali²⁹ (Bertolino et al., 2004).

I segni di tale impegno sono ravvisabili, ad esempio, nella promozione di opere d'arte negli spazi pubblici urbani³⁰, a partire dalle aree di trasformazione, come lungo la spina (dove già sorgono l'igloo di Merz, il giardino di Penone e la scultura in mattoni di Kirkeby in largo Orbassano; nei prossimi anni potrebbero essere installate altre otto opere), nelle zone olimpiche (le sculture di Tony Cragg in piazza D'Armi, il parco di arte vivente di Piero Gilardi in via Giordano Bruno), in periferia (alla porta Sud di Torino, Italia '61, sorgono la *Triade* di colonne firmata da Arnaldo Pomodoro, nel quartiere Mirafiori nord sono state installate quattro opere³¹, lungo la linea del tram 4 sono installate sculture di giovani artisti promosse dall'associazione Arte Giovane con Torino Incontra).

Altre iniziative di questi anni sono le già citate *Luci d'artista* (che

²⁸ L'Arte povera sorse alla metà degli anni Sessanta tra Roma e Torino, con l'idea guida di abbandonare tecniche e supporti tradizionali a favore di materiali «poveri» (terra, legno, ferro, stracci, plastica), per evocare i «linguaggi» tipici della contemporaneità. Tra i principali esponenti di questa tendenza artistica, si possono ricordare Mario Merz, Michelangelo Pistoletto, Alighiero Boetti, Giulio Paolini.

²⁹ Queste strategie di promozione artistica – pur generalmente apprezzate – mostrano forse qualche punto debole in una certa dispersività (si lamenta la mancanza di una «casa degli artisti» per rafforzare la residenzialità degli artisti sul territorio, garantire una sede unica per le varie rassegne e migliorarne la visibilità), nel privilegiare i giovani (a discapito degli artisti «a metà carriera»), in un certo localismo che favorisce gli artisti torinesi trascurando però le relazioni nazionali e internazionali, penalizzando anche la visibilità esterna degli artisti di casa (Bertolino, 2004).

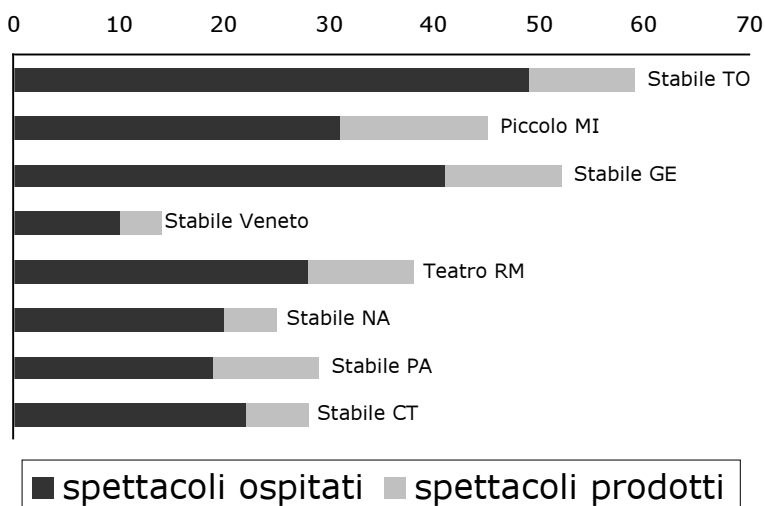
³⁰ Officina Città Torino ha censito complessivamente in città 72 opere di arte contemporanea installate in spazi pubblici (fonte: OCT).

³¹ Nell'ambito del programma di riqualificazione Urban 2, i cittadini sono stati coinvolti in un progetto di arte pubblica partecipata, che ha prodotto la trasformazione di una cappella settecentesca in uno spazio didattico, una grande scultura abitabile di Lucy Orta lungo la striscia verde di corso Tazzoli, un campo gioco multifunzionale ideato da Stefano Arienti, un cortile verde progettato da Claudia Losi all'interno di un complesso di edilizia pubblica. Anche nel quartiere Campidoglio, dal 2001, i cittadini sono stati coinvolti nella realizzazione di una quarantina di affreschi e sculture pubbliche.

ha dotato la città – dal 1998 a oggi – di 29 installazioni luminose appositamente progettate da artisti torinesi e internazionali), *Manifesto* (decine di manifesti d'artista affissi in città e confluiti poi in un fondo alla GAM), *Torino Triennale Tremusei* (alla maggior parte degli artisti sono stati finanziati il soggiorno in città e la produzione dell'opera, coinvolgendo imprese e artigiani torinesi)³².

Nella stagione 2007-08, il Teatro Stabile ha offerto il più ricco cartellone tra tutti i teatri stabili delle città metropolitane, con dieci spettacoli prodotti³³ e un gran numero di spettacoli ospiti (tra cui gli appuntamenti dell'*UTE Festival* dei teatri d'Europa) che, tra l'altro, permettono di aumentare la visibilità delle compagnie minori³⁴ (OCP, 2003 b). Un cartellone importante per le compagnie minori è inoltre quello della Casa del teatro ragazzi e giovani: 45 titoli in programma nella stagione 2007-08 (con una prevalenza di spettacoli per infanzia e adolescenza), 8 dei quali prodotti internamente e 18 da altre compagnie piemontesi.

Figura 3.7 – Cartelloni dei teatri stabili delle città metropolitane – 2007-08
(numero di spettacoli; fonte: elaborazione L'Eau Vive, Comitato Rota su dati dei singoli teatri)



³² Comune, Provincia e Regione sostengono i giovani artisti con contributi alla realizzazione delle opere (iniziative *Nuovi arrivi* ed *Eco e Narciso*) o per stage formativi (*Proposte*). Palazzo Bricherasio, con la rassegna *Outside*, invita artisti contemporanei a realizzare installazioni nello spazio antistante la facciata.

³³ Nel 2006-07, invece, gli spettacoli prodotti dal Teatro stabile torinese sono stati quindici, di cui otto prodotti col supporto del Sistema Teatro Torino.

³⁴ Iniziative specificamente destinate alle compagnie teatrali minori sono, ad esempio, *Ri-generazione* (da un paio d'anni Comune, Sistema Teatro Torino e Re-

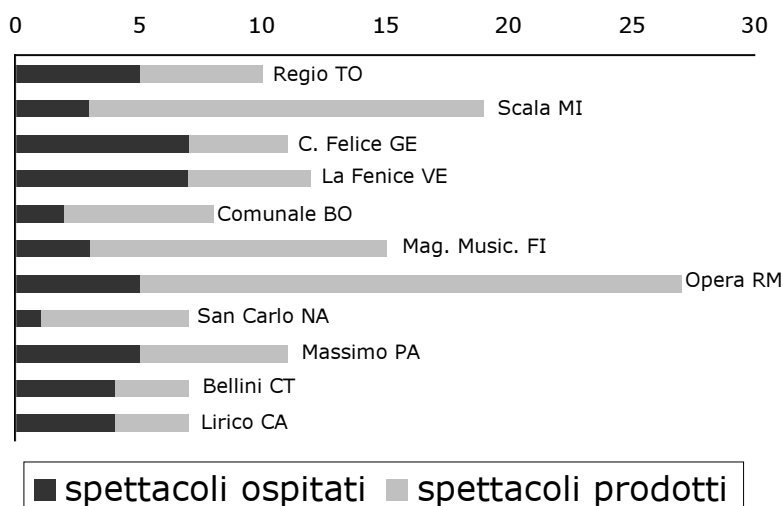
Passando all'ambito musicale, la scena torinese è dominata dal Teatro Regio, la cui stagione 2007-08 – con dieci spettacoli – si colloca più o meno nella media dei teatri lirici delle metropoli italiane, sebbene a notevole distanza dalla Scala di Milano (che ha il doppio di spettacoli) e soprattutto dall'Opera di Roma (27). Più o meno la metà degli allestimenti in cartellone a Torino ogni anno viene prodotta dallo stesso Teatro Regio, meno di quanti vengono prodotti da altri grandi teatri lirici nazionali. Si tratta di una scelta precisa, come spiega il Sovrintendente Walter Vergnano: «Tra fare un nuovo allestimento molto costoso e riproporre un bellissimo allestimento fatto al Teatro San Carlo di Napoli che i torinesi non hanno mai visto, io preferisco ospitare quest'ultimo. Non vorrei che si facessero le stagioni pensando ai critici e non al pubblico, perché tanti nuovi allestimenti sono quelli che fanno avere una recensione sui giornali; sono molto più attento al mio pubblico, per cui preferisco fare un minimo di allestimenti e utilizzare le risorse che non spendo in allestimenti per ospitare altre produzioni». Anche se «l'obiettivo futuro, ferma restando la qualità, sarà di aumentare la quantità produttiva» (nostra intervista).

Il numero complessivo delle rappresentazioni del Teatro Regio è cresciuto dalle 348 del 2000 alle 461 del 2006, con un incremento soprattutto di concerti in varie sedi cittadine e regionali (un terzo delle rappresentazioni fa parte delle iniziative *Il Regio itinerante* e *RegioneInTour*). Per gli spettacoli in cartellone, il Regio fa quasi il tutto esaurito, con una media di spettatori pari al 93% dei posti disponibili³⁵.

gione finanziano la produzione di un nuovo spettacolo alle migliori giovani compagnie) e *Marginalia* al Teatro Espace (da una decina d'anni offre opportunità di visibilità alle giovani compagnie).

³⁵ Una delle criticità del Regio è la scarsa presenza di attività che diano visibilità esterna: ad esempio (salvo rare eccezioni), non commercializza registrazioni su DVD né trasmette via radio propri spettacoli, attività che comporta più costi che incassi ma che dà molta visibilità a teatri quali la Scala, il Maggio fiorentino, il San Carlo o la Fenice. Il teatro torinese punta a incrementare questo tipo di produzione nei prossimi anni.

Figura 3.8 – **Cartelloni dei teatri lirici delle città metropolitane – 2007-08**
(numero di spettacoli; fonte: elaborazione L'Eau Vive, Comitato Rota su dati dei singoli teatri)



Il secondo importante soggetto del panorama torinese della musica «colta» è l'orchestra sinfonica della RAI: tiene mediamente un centinaio di concerti all'anno, la rassegna *Nuova Musica* (dedicata alla produzione contemporanea, spesso con prime esecuzioni, molte composte su commissione), concerti sinfonici e da camera nell'ambito di *Settembre musica*, nel resto della regione (*Piemonte in musica*), in tournée in Italia e all'estero. L'orchestra ha anche una ricca attività discografica, specialmente per la musica contemporanea.

Gli altri generi musicali scontano la debolezza del tessuto imprenditoriale specializzato in produzione e organizzazione di eventi e spettacoli (come già ricordato nel Par. 2.3, ad esempio nessuna grande etichetta discografica è presente a Torino). Le poche iniziative che avrebbero potuto contribuire a innalzare il profilo industriale del settore musicale torinese sono fallite: si pensi al *Salone della musica*, che ha chiuso nel 2000 dopo cinque edizioni e che portava oltre 150.000 visitatori al Lingotto, oppure al fallimento dell'imprenditiva società Vitaminic, forse troppo pionieristica nella vendita di file on line (CNA, 2006).

Anche per quanto riguarda l'intervento pubblico nel settore musicale, uno dei limiti sta proprio nella scarsa attenzione all'aspetto pro-

duttivo: «La maggior parte dell'investimento pubblico è rivolto all'organizzazione di attività live [...] orientate da una parte alla fruizione del pubblico di massa, e dall'altra ai giovani emergenti che richiedono spazi e occasioni per esibirsi e rafforzare le proprie vocazioni. In sintesi, il "pubblico" sostiene lo stadio e la cantina, ma non sembra vedere i faticosi percorsi d'emersione e consolidamento professionale di tipo "intermedio"» (CNA, 2006, p. 117)³⁶.

Per quanto riguarda la produzione editoriale e audiovisiva³⁷, Torino è la seconda metropoli italiana per tiratura assoluta di opere, la prima nel campo dell'editoria scolastica. Nella provincia torinese – dove ha sede il 7% degli editori italiani – si produce il 12,1% della tiratura complessiva nazionale (ben il 36,9% nel caso dei libri per la scuola).

Le politiche pubbliche in Piemonte più che agli editori³⁸ si rivolgono al versante della domanda, sia per ampliare il bacino di lettori sia per consolidare la domanda esistente³⁹.

³⁶ Il Comune di Torino ha avviato nel 1978 (dal 2000 vi partecipa anche la Regione) il *Progetto musica*, che promuove i gruppi cittadini con *Stati generali del rock* (rassegna dei migliori gruppi emergenti del Piemonte, selezione per *Arezzo wave*, il più importante rock festival italiano), cura un database dei musicisti torinesi (oltre un migliaio di schede, ultimamente on line), fornisce a musicisti e gruppi consulenze normative, fiscali, contatti per spazi prova e registrazioni. Il progetto *Piemonte Groove*, ideato nel 2002 dalla Regione e dall'associazione *Situazione Xplosiva*, promuove la scena dance/elettronica piemontese a livello internazionale.

³⁷ Una certa ibridazione – ad esempio, grazie al digitale – tra editoria e audiovisivi rende per certi versi i confini dei due settori piuttosto sfumati, tanto che spesso vengono analizzati congiuntamente, trattandoli come un unico settore «della comunicazione» (OCP, 2004).

³⁸ Gli editori vorrebbero, ad esempio, incentivi come quelli erogati dalla Regione Lazio con le Camere di commercio, che finanziano i costi degli editori romani per la partecipazione a fiere e saloni.

³⁹ Regione e Comune di Torino hanno aderito al progetto nazionale *Nati per leggere*, che mira a introdurre i bambini al mondo della lettura con laboratori in biblioteche, asili, scuole. La Regione ha anche promosso il Circolo dei lettori, dedicato a incontri e dibattiti con autori e alla lettura dal vivo.

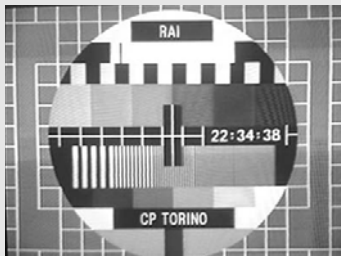
Tabella 3.6 – Tiratura delle opere pubblicate nelle province metropolitane – 2005
(n° copie stampate, fonte: Istat)

	Adulti	Scolastica	Ragazzi	Totale
Torino	11.636	24.600	367	36.603
Milano	111.666	12.255	14.834	138.756
Genova	900	1	36	936
Venezia	1.325	-	2	1.327
Bologna	6.165	3.405	99	9.669
Firenze	4.755	1.088	104	5.947
Roma	10.719	467	377	11.564
Napoli	1.169	1.559	15	2.744
Bari	1.900	366	108	2.375
Palermo	1.562	597	-	2.158
Catania	181	25	2	208
Cagliari	138	2	4	144
ITALIA	182.246	53.339	25.469	261.054

Il settore dell'audiovideo nell'area torinese è in forte ristrutturazione. È calata nettamente la domanda da parte delle industrie, non adeguatamente rimpiazzata dal terziario e solo in parte compensata dall'incremento di committenza pubblica; nemmeno l'evento olimpico del 2006 ha permesso alle imprese di audiovisivi di recuperare terreno, visto che la gran parte della produzione è stata di livello sovralocale. A ciò, si aggiungono i problemi sia del Centro di produzione RAI (Scheda 3.6) sia del Virtual Reality & Multimedia Park (Scheda 3.7).

Anche il polo di produzione Telecittà di San Giusto Canavese (legato a Mediaset) vive una fase critica, dopo la chiusura della soap *Vivere*, che con *Cento vetrine* ne costituiva l'attività principale, dando lavoro a circa duecento persone. Le televisioni locali poi – come già ricordato – a Torino e in Piemonte sono molto deboli, terminali del ciclo di vita di molti prodotti (spettacoli già trasmessi da reti nazionali o che non hanno mercato nei circuiti nazionali), non producono che piccole trasmissioni di informazione locale (OCP, 2006 d).

Scheda 3.6 – Il Centro di produzione RAI



Il Centro di produzione della RAI dispone a Torino di sei studi di registrazione (di cui uno predisposto come set virtuale), svolge attività di produzione, post-produzione, messa in onda, allestimento di scenografie. La strategia dell'ente televisivo di Stato di rafforzare l'asse Roma-Milano l'ha fortemente penalizzato: dal 1989 al 2004 gli addetti del polo RAI torinese si sono ridotti da circa 2.000 a 1.200, con un ridimensionamento significativo soprattutto del personale del Centro ricerche (-50%) e del Centro di produzione (-35%).

In più la sede torinese rimane decisamente sottoutilizzata: si stima che il Centro di produzione di Torino lavori appena al 20% delle proprie potenzialità, poiché produce ormai solo l'1% circa dei programmi della RAI (CNA, 2006): il centro ha visto nel corso degli anni la chiusura di trasmissioni come la *Tv delle ragazze*, *Il regno degli animali*, *Timbuctù*; inoltre, non ha strutture di ideazione dei programmi: tutte le produzioni torinesi sono create da autori esterni.

Il centro mantiene una presenza essenzialmente in due ambiti, quello della TV per ragazzi (*Melevisione*, *Trebisonda*, *Videogiornale del Fantabosco*, *L'Albero azzurro*, *È domenica papà*, *Screensaver*, *Voyager ragazzi*), una nicchia in sinergia con scuole, società di produzione torinesi ed enti locali, e quello scientifico (*Passaggio a Nord-Ovest*, *Voyager natura*, *Ambiente Italia*, *Leonardo*, *Montagne*), che però trova poco spazio sui canali generalisti, in attesa di canali digitali tematici⁴⁰.

Per la sede RAI torinese, soprattutto, manca finora un vero piano industriale, con indicazioni precise su attività e occupazione. Il Comune aveva intavolato negli anni scorsi una trattativa (cui s'è già accennato) per indurre la RAI a incrementare la produzione a Torino e ottenere per il Cineborgo il Palazzo della radio e l'ex Teatro Scribe (si veda il Par. 3.3), concedendo in cambio il via libera alla cessione del palazzo uffici di via Cernaia (la RAI vorrebbe venderlo, ma essendo vincolato serve il consenso dell'ente locale). Visto il fallimento di questa strategia, la Regione ha ipotizzato di rilanciare il Centro di produzione RAI entrandovi direttamente, magari con la Film commission.

⁴⁰ Sulla partita del digitale satellitare e terrestre Torino finora non è mai stata realmente in corsa, nonostante vaghe promesse della dirigenza RAI sull'assegnazione di nuovi canali digitali e il coinvolgimento del Centro ricerche di corso Giambone (cui la RAI destina lo 0,3% dei suoi investimenti). Nel dicembre del 2007, Regione, Ministero delle comunicazioni e Consorzio DGTvi' hanno firmato un protocollo d'intesa per anticipare in Piemonte il processo di transizione al digitale terrestre al 2009 (rispetto al 2011 delle altre regioni); l'iniziativa potrebbe anche rilanciare il ruolo del Centro ricerche RAI.

Scheda 3.7 – Il Virtual Reality & Multimedia Park



Il parco tecnologico Virtual Reality & Multimedia Park, istituito nel 1999 come SpA partecipata da Comune, Provincia, Finpiemonte e atenei, sorge negli ex studi cinematografici Fert di corso Lombardia.

La sua *mission* è di sviluppare prodotti multimediali, in particolare applicazioni di realtà virtuale, attraverso attività di formazione, ricerca e produzione. Le prime due sono gestite direttamente dal Parco, la terza è stata affidata nel 2002 alla società Lumiq Studios (composta in gran parte da aziende private, come Fata, Euphon, Harold, Alenia), cui sono stati dati in concessione 8.000 metri quadrati, con quattro teatri di posa per presa diretta e riprese virtuali.

La società Lumiq ha palesato da subito difficoltà, accumulando tre milioni di debiti; a luglio del 2005 – per non farla fallire – il VR&MMP ne acquisisce il 49%, gli enti pubblici ricapitalizzano la società (il Comune con tre milioni e mezzo, Finpiemonte con uno, la Provincia con mezzo milione). A marzo 2006 l'88% delle azioni di Lumiq viene ceduto alla società W&Media, che dichiara di puntare a un fatturato annuo di dodici milioni, ma che nel giro di un anno accumula altri due milioni di passivo, a causa dell'assenza di un piano industriale, del ritardo nell'avvio di nuove produzioni, di debiti ancora pendenti dalla precedente gestione.

Nel giugno del 2007 si ripropone quindi la questione del fallimento della società Lumiq e del conseguente rischio di liquidazione dello stesso Parco tecnologico. Il Virtual Reality & Multimedia Park acquisisce allora per intero la società, puntando in prospettiva a suddividerne le diverse attività (studi cinematografici, animazione, post-produzione, audio) tra varie società specializzate in ciascun settore.

Il giudizio degli operatori di settore sul Parco tecnologico di corso Lombardia è decisamente critico; valga per tutti l'affermazione di uno degli intervistati: «Il Virtual Reality & Multimedia Park avrebbe dovuto essere il polo d'attrazione capace di generare una grossa ricaduta sulle piccole e medie imprese, mentre ha fatto esattamente l'opposto: è diventato un pozzo senza fondo che ha iniziato a fare concorrenza alle imprese locali che lavoravano in quel settore».

L'ambito indubbiamente più vitale del settore audiovisivo torinese è quello propriamente cinematografico. La produzione realizzata in loco è notevolmente aumentata negli anni scorsi, soprattutto grazie al lavoro della Film commission: tra il 2001 e il 2006 sono stati girati a Torino e in Piemonte 69 film e altrettanti cortometraggi, 34 fiction, 19 spot e videoclip e 11 edizioni di soap opera, per un totale di 202 produzioni. Nel complesso sono stati coinvolti mediamente ogni anno

quasi 600 tecnici locali, 250 attori locali e 9.000 comparse, generando sul territorio un investimento totale pari a circa 170 milioni di euro. L'impatto locale dell'attività della Film commission avrebbe probabilmente potuto essere più consistente se essa avesse maggiormente indotto le produzioni ospitate a utilizzare il Virtual Reality & Multimedia Park nelle lavorazioni di post-produzione.

Il problema della Film commission piemontese non è tanto la distanza che la separa dall'omologa romana (che nello stesso periodo ha fatto realizzare 327 film, 989 cortometraggi, 285 fiction, 767 spot e videoclip), ma soprattutto la recente proliferazione di altre Film commission in tutta Italia: il rischio è che la competizione si sposti tutta sul piano strettamente economico, perdendo i vantaggi legati alla presenza locale di un ampio spettro di professionalità. Dal 2008, comunque, la Film commission dovrebbe disporre a Torino di una carta in più per attrarre i produttori: il Cineporto⁴¹.

Per sostenere il settore specifico del documentario, nel 2007 la Regione, per prima in Italia, ha creato un fondo – *Piemonte doc film fund* – destinato sia a documentaristi (autori e società) piemontesi sia a documentari prodotti sul territorio piemontese che coinvolgano nella post-produzione professionisti operanti in regione. Nel febbraio del 2008 risultavano finanziati 57 progetti, per un totale di 658 mila euro⁴².

Per valutare notorietà e rilevanza dei principali «prodotti culturali» dell'area torinese – e compararli con la produzione culturale delle altre metropoli – abbiamo condotto una specifica indagine su alcune riviste

⁴¹ Il progetto del Cineporto è stato promosso dalla Film commission nel 2002 per creare nell'ex lanificio Colongo di corso Verona un centro di servizi con spazi attrezzati per le troupe cinematografiche al lavoro sui set torinesi. I lavori sono iniziati nel 2004, per un impegno di spesa pari a circa otto milioni di euro (divisi tra Comune e Regione); avrebbero dovuto concludersi nel 2005, ma a causa del fallimento dell'azienda impegnata nel cantiere, la data prevista per l'inaugurazione è slittata all'autunno 2008. Il Cineporto si svilupperà su 9.400 metri quadri, divisi in uffici per la Film commission, cinque moduli a disposizione di altrettante produzioni (ciascuno con uffici, locali per costumi e scenografie leggere, segreterie di produzione), servizi comuni (sala per visionare gli spezzoni giornalieri, falegnameria, sala casting), locali di ristoro aperti anche ai cittadini, spazi per aziende del settore audiovideo (per favorire le interazioni con le produzioni ospiti).

⁴² A questo fondo dovrebbe affiancarsene un altro (erogato da Regione e partner privati internazionali), di cui si discute da un paio d'anni, finalizzato a sostenere co-produzioni cinematografiche nelle diverse fasi realizzative.

È stato sottolineato (OCP, 2005 a) come, oltre che con il supporto finanziario, gli enti pubblici dovrebbero sostenere il settore documentaristico anche regolamentando con chiarezza modalità e costi di consultazione e acquisizione dei materiali audiovisivi d'archivio, incentivando la diffusione nei cinema dei documentari di autori e produttori locali e sostenendo questi nella ricerca di partner e coproduzioni.

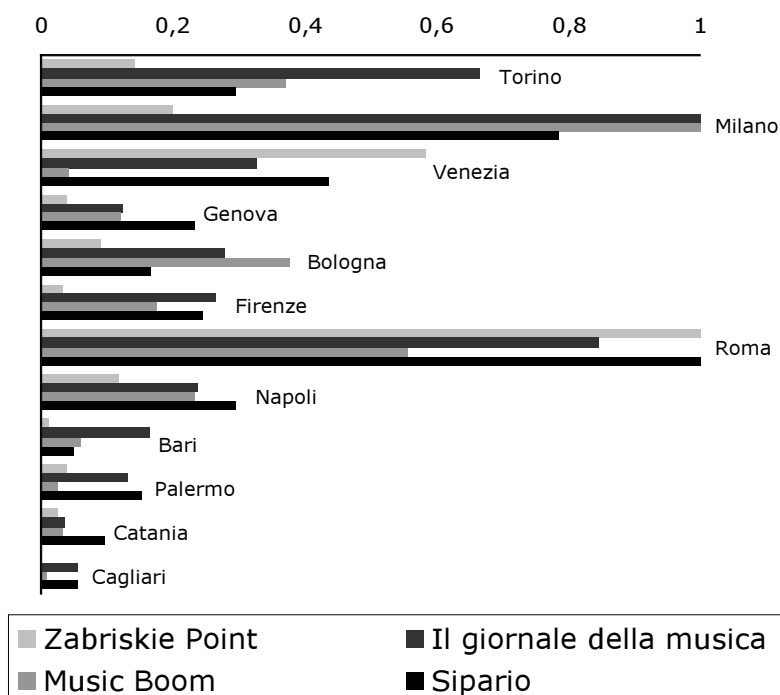
specializzate, una sul cinema (*Zabriskie Point*), due musicali (*Il giornale della musica* per la classica e *Music Boom*), una sul teatro (*Sipario*)⁴³.

A livello generale, si è rilevato innanzitutto un dato per certi versi ovvio, cioè una fortissima sovraesposizione di Roma e Milano in quasi tutti i settori culturali considerati, nettamente superiore rispetto alle altre città. Torino ha una buona esposizione soprattutto sulle riviste di musica, al terzo posto per numero di citazioni sia sul *Giornale della musica* sia su *Music Boom*. Per quanto riguarda il cinema e il teatro, il capoluogo piemontese viene superato per numero di citazioni, oltre che da Roma e Milano, anche da Venezia.

Figura 3.9 – **Esposizione delle province metropolitane su riviste culturali specializzate**

(fatto pari a 1 il valore della città più citata su ciascuna rivista;

fonte: L'Eau Vive, Comitato Rota, su archivi web delle riviste, dicembre 2007)



⁴³ La scelta è caduta su queste riviste a seguito di una preventiva consultazione della bibliografia e degli esperti di settore, selezionando poi tra le riviste più autorevoli quelle che permettono di effettuare ricerche sul proprio archivio web. Per ciascuna rivista è stato conteggiato il numero delle citazioni delle singole metropoli, senza porre limiti temporali alla ricerca.

3.5. MOLTI EVENTI GRANDI E PICCOLI

Quando una manifestazione riesce a superare una certa soglia (di notorietà, di pubblico ecc.) riesce a imporsi come *evento*. Negli ultimi decenni, quello degli eventi è certamente un settore in crescita, uno degli assi strategici battuto con più insistenza da città e metropoli in cerca di visibilità internazionale per attrarre risorse. In particolare, i cosiddetti «grandi eventi» hanno la capacità di convogliare su un'area urbana un livello d'attenzione del tutto straordinario, riuscendo in genere ad associare al nome e all'identità di quella città immagini positive (ad esempio, di vivacità e ricchezza di opportunità), che possono diventare fondamentali fattori attrattivi per quella «classe creativa» che gioca un ruolo chiave nell'economia della conoscenza.

Nel caso di Torino – città che ha ospitato due anni fa uno dei massimi eventi mondiali, i Giochi olimpici – uno degli obiettivi è di individuare altri eventi che permettano di mantenere almeno parzialmente elevati i livelli di interesse, di notorietà, di gradimento sperimentati nel periodo olimpico.

Il Comune pubblica annualmente un elenco di «eventi»; in realtà si tratta di una raccolta disomogenea, oltre che troppo lunga: più di cento manifestazioni. Gli esperti di grandi eventi sottolineano che un evento può diventare veramente «grande» solo a patto di durare per un periodo limitato – se «spalmato» su più mesi rischia di perdere appeal – e di godere di una esposizione mediatica fuori del comune (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2007)⁴⁴.

I decenni precedenti i Giochi del 2006 erano stati per Torino decisamente poveri di eventi di un certo rilievo (eccezion fatta per tre ostensioni della Sindone); poi, grazie all'«onda lunga» olimpica, la città ha ospitato diverse importanti manifestazioni, soprattutto sportive, Universiadi e Mondiali di scherma su tutte.

Tra gli eventi culturali a Torino⁴⁵, emergono soprattutto la *Fiera*

⁴⁴ Vi sono poi requisiti secondari – non sempre necessariamente riscontrabili in tutti i grandi eventi – quali la partecipazione fisica di un vasto pubblico e interventi di riqualificazione urbana e/o di potenziamento delle infrastrutture.

⁴⁵ Un evento culturale ha accompagnato i Giochi olimpici, le cosiddette *olimpiadi della cultura Italyart*. Tra novembre 2005 e marzo 2006 è stato allestito, su richiesta del CIO, un ampio cartellone di manifestazioni: 35 mostre, 25 spettacoli cinematografici e appuntamenti letterari, 20 concerti, 16 spettacoli di teatro e danza, oltre agli eventi speciali organizzati per le due notti bianche, ai concerti per le premiazioni olimpiche, all'apertura straordinaria dei musei; si stima che in

del libro e il *Salone del gusto* (con la correlata rassegna *Terra madre*, dal 2004), *Artissima*, *Torino film festival* e *Settembre musica Mi.To*. Il vantaggio degli eventi ricorrenti è quello di poter sfruttare una certa fidelizzazione sia del pubblico sia dei media e di consolidare negli anni la propria immagine e notorietà (riconoscibilità del marchio ecc.). Così gli investimenti effettuati possono produrre benefici su un arco temporale anche piuttosto lungo, senza essere «bruciati» immediatamente dal rapido esaurirsi dell'evento.

La *Fiera internazionale del libro* rimane il principale evento culturale ricorrente del panorama torinese⁴⁶, organizzato ogni anno a maggio dalla Fondazione per il libro, la musica e la cultura. In occasione della sua ventesima edizione, nel 2007, ha totalizzato quasi 303.000 visitatori (metà dei quali provenienti da fuori Torino), pari al 40% degli ingressi totali annui al Lingotto fiere⁴⁷, superando per visitatori l'altra fiera del libro più nota d'Europa, la *Buchmesse* di Francoforte.

Il *Salone del gusto*, che si tiene negli anni pari, è la seconda fiera torinese per numero di visitatori; nel 2006 ha totalizzato 172.400 ingressi, con una crescita notevole rispetto a tutte le precedenti edizioni: il pubblico non aveva mai superato le 140.000 presenze. La rassegna è giunta nell'ottobre 2006 alla sesta edizione, viene organizzata dall'associazione Slow Food per promuovere la tutela delle tradizioni gastronomiche tipiche e si caratterizza come una delle maggiori

totale abbiano assistito agli spettacoli di *Italyart* e ai concerti nella Medal plaza rispettivamente 500.000 e 120.000 spettatori, mentre abbiano preso parte alle Notti bianche complessivamente 600.000 persone.

⁴⁶ Il numero dei visitatori è cresciuto del 70% rispetto al 2000; la *Fiera del libro* ospita anche 15.000 operatori professionali, 1.200 espositori, 2.400 giornalisti accreditati, 2.500 relatori distribuiti in più di 800 incontri e tavole rotonde. Le presenze medie quotidiane sono 64.000, più di quelle registrate nei siti delle gare olimpiche del 2006 (52.700 al giorno). La *Fiera del libro* torinese è piuttosto nota in Italia e all'estero, anche tra il grande pubblico. In un sondaggio di qualche anno fa (*L'Eau Vive*, Comitato Rota, 2005), tra gli eventi ricorrenti a Torino quello della *Fiera del libro* era di gran lunga il più noto agli italiani (se ne ricordava l'8,2%), precedendo il *Salone del gusto* (4,5%). Molto distanti risultavano altri eventi torinesi: *Cioccolato* era menzionato dallo 0,6% degli intervistati, il *Torino film festival* e *Settembre musica* dallo 0,5%.

⁴⁷ Complessivamente, al Lingotto fiere nel 2007 ci sono stati 16 appuntamenti fieristici (il numero di fiere, dal 2000 a oggi, è oscillato tra 13 e 20). Dopo le fiere del libro e del gusto, la più visitata del 2007 è *Expocasa-Ideasposa* (con 93.004 visitatori); seguono *Automotoretrò*, salone del collezionismo motoristico, che ha avuto 22.300 visitatori, e il nuovo salone biennale *Alpi365 Expo*, che rinnova la tradizione dello storico salone della montagna, con oltre 20.000 visitatori.

fiere gastronomiche nazionali⁴⁸: precede nettamente l'altra rassegna di Slow food⁴⁹ (la braidese *Cheese*, 150.000 visitatori), la parmense *Cibus* (90.000), la riminese *Mostra internazionale dell'alimentazione* (80.000), la genovese *Slow Fish* (30.000), la milanese *Tuttofood* (20.000)⁵⁰.

La fiera internazionale d'arte contemporanea *Artissima* nella quindicesima edizione – novembre 2007 – è stata visitata da 40.000 persone (+6,7% rispetto alla precedente edizione, +48,1% rispetto al 2000), esponendo 4.000 opere di circa 200 gallerie – per metà straniere – e coinvolgendo 1.600 giornalisti. *Artissima* si conferma per presenze la principale fiera nazionale dell'arte contemporanea insieme ad *Artefiera art first* di Bologna (che ha lo stesso numero di visitatori) e precede la milanese *Miart* (32.368 visitatori)⁵¹.

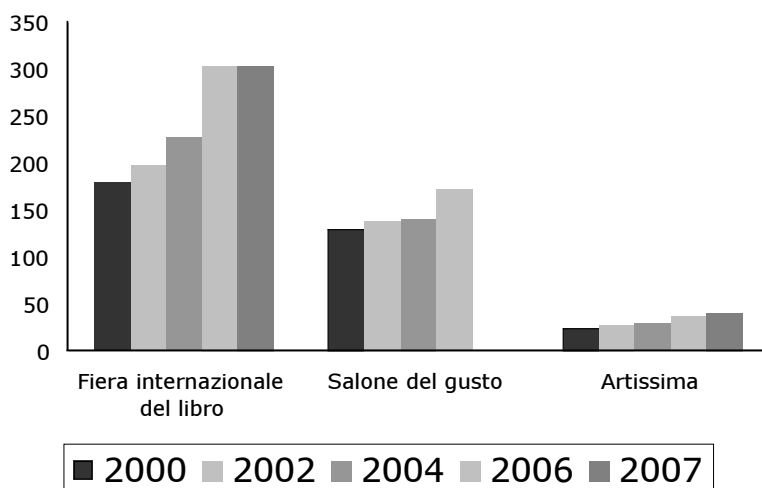
⁴⁸ Il Salone contiene al suo interno la rassegna *Terra madre*; quest'ultima, nata nel 2004, si è tenuta nel 2006 negli spazi dell'oval e ha accolto delegati provenienti da 150 paesi, 1.000 cuochi e 400 docenti e rappresentanti di 250 Università (fonte: Lingotto fiere).

⁴⁹ È abbastanza curioso che tra le principali fiere gastronomiche nazionali – pure organizzate dalla stessa associazione e distanti tra loro meno di sessanta chilometri – non vi siano significative sinergie né reciproco «traino»; nelle campagne promozionali messe in atto a Torino, ad esempio, la rassegna braidese dei formaggi non viene praticamente mai citata.

⁵⁰ Un caso a sé è quello delle fiere gastronomiche in piazza, non comparabili in quanto senza biglietto di ingresso. Tra queste, c'è la torinese *Cioccolatò* (che dura una settimana, tra marzo e aprile): per l'edizione 2007, la stima è di circa 900.000 visitatori, poco meno di quelli stimati per *Eurochocolate* di Perugia (un milione); dal punto di vista commerciale, comunque, la ricaduta di una rassegna come *Cioccolatò* risulta decisamente modesta.

⁵¹ Da quest'anno fa concorrenza a queste fiere di arte contemporanea la rassegna *Road of contemporary art*, tenutasi a Roma dal 28 febbraio al 2 marzo; si tratta di una mostra mercato di carattere «diffuso», con opere esposte in sei edifici storici della capitale (tra cui le terme di Diocleziano e il tempio di Adriano) e che coinvolge una cinquantina di gallerie d'arte.

Figura 3.10 – **Visitatori delle principali fiere torinesi a carattere culturale**
(migliaia di visitatori; fonte: elaborazione L'Eau Vive, Comitato Rota su dati Lingotto fiere)



Per quanto riguarda i festival ricorrenti, quello maggiormente consolidato a Torino è *Settembre musica*, che ha alle spalle quasi trent'anni di attività; nel 2007 ha puntato a un salto di livello, gemellandosi con Milano in un'unica rassegna musicale⁵², *Mi.To. Settembre musica festival internazionale della musica*, con un cartellone di 115 concerti di musica classica, 50 di jazz, pop, rock, etnica, 8 spettacoli di danza, 21 incontri (film, maratone musicali ecc.), per un totale di 194 appuntamenti (quasi la metà dei quali gratuiti). Il gemellaggio pare aver giovato alla rassegna: complessivamente gli spettatori sono stati 160.000, di cui 100.000 paganti; ai concerti torinesi hanno assistito 55.000 spettatori paganti, 13.000 in più della precedente edizione di *Settembre musica*.

Anche per il *Torino film festival* la rinnovata strategia (cambio di

⁵² Di unificare le rassegne musicali torinesi e milanesi si discuteva da circa trent'anni, più o meno dalla nascita di *Settembre musica*. La rassegna *Mi.To.* è stata da molti indicata come uno dei primi concreti segnali di rafforzamento dell'alleanza tra i due capoluoghi, che dovrebbe consolidarsi con la linea ferroviaria veloce. Per quanto riguarda le spese, il festival *Mi.To.* è costato complessivamente poco più di 10 milioni di euro (6 spesi a Milano, 4 a Torino), un budget ben inferiore rispetto a quello di alcuni tra i maggiori festival musicali europei come quelli di Lucerna (20 milioni e 142.000 spettatori) o di Salisburgo (70 milioni e 250.000 spettatori).

direzione artistica e aumento del budget da due a tre milioni⁵³) ha prodotto benefici di immagine e crescita del pubblico, con un boom di presenze: nel 2007 i biglietti venduti (14.793) sono cresciuti del 94% rispetto all'edizione dell'anno precedente⁵⁴, gli ingressi totali (150.000) dell'80%, gli accrediti (2.146) del 44%.

Anche dal punto di vista dell'esposizione mediatica a livello nazionale, la crescita del *Torino film festival* è stata molto rilevante: nel 2007, ad esempio, *La Repubblica* e il *Corriere della Sera* hanno pubblicato complessivamente 71 articoli sul festival, contro i 32 dell'anno precedente. Le tre grandi fiere torinesi seguono a notevole distanza: sulla *Fiera del libro* sono stati pubblicati 17 articoli, sul *Salone del gusto 15*, su *Artissima 12*.

Quanto alla rilevanza su internet⁵⁵, è possibile confrontare gli eventi torinesi con i loro principali «competitori». La *Fiera del libro* risulta il primo evento torinese per presenza sul web, anche se raggiunge appena la metà dei link della sua concorrente, la tedesca *Buchmesse* (che ha invece superato per numero di visitatori). Anche la notorietà del *Torino film festival* si conferma di buon livello, benché ancora decisamente inferiore agli altri maggiori festival⁵⁶. Sono inve-

⁵³ Il budget della manifestazione torinese (1,5 milioni dalla Regione, 700.000 euro dal Comune, altrettanti dagli sponsor Lancia e Intesa Sanpaolo, 90.000 dal Ministero) rimane comunque pari ad appena un terzo di quanto investito per il festival di Locarno, a un quarto di quanto spende Venezia per la *Mostra internazionale d'arte cinematografica*, un quinto della *Berlinale*, un quinto della *Festa del cinema* di Roma, meno di un settimo del *Festival di Cannes*.

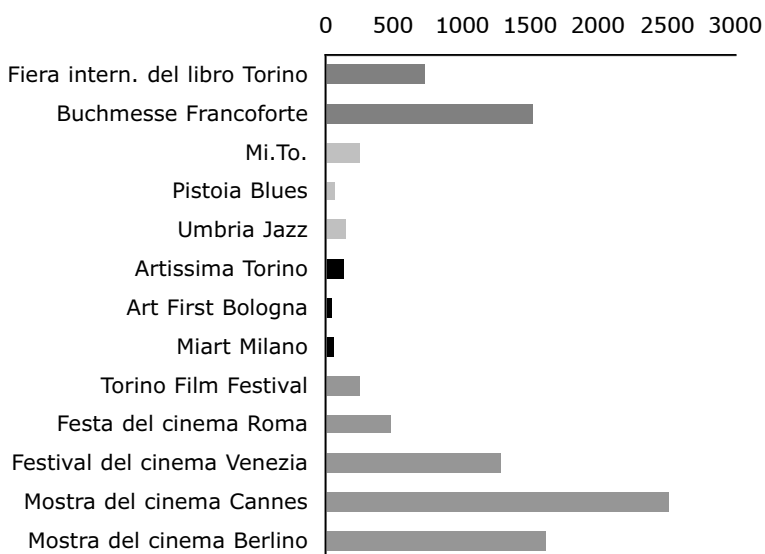
⁵⁴ Tra i festival cinematografici minori che si svolgono a Torino, i più seguiti sono *Da Sodoma a Hollywood* (35.000 spettatori nel 2007), *Sottodiciotto* (21.000) e *Cinema ambiente* (16.000).

⁵⁵ In questo caso si è fatto riferimento al numero di pagine web che contengono collegamenti (link) al sito dell'evento: tale indicatore è significativo, poiché permette di misurare quanti siti abbiano ritenuto un evento così significativo da prevedere un collegamento diretto al suo sito. Per tener conto della nati-mortalità dei siti web e della variabilità dei loro contenuti nel tempo, si è effettuata una media dei valori raccolti in cinque distinte rilevazioni (da noi effettuate tra ottobre 2007 e febbraio 2008), nel corso delle quali è stato inserito in Google l'indirizzo web del sito di ciascun evento (utilizzando la funzione di «ricerca avanzata» e quindi il comando «cerca pagine che contengano collegamenti alla seguente pagina»).

⁵⁶ Rispetto agli altri due festival cinematografici nazionali, si può osservare come il distacco da Venezia corrisponda esattamente alle differenze di budget (quattro volte superiore quello del festival veneziano); la *Festa del cinema* di Roma, pur potendo contare su un budget cinque volte superiore al festival torinese, ha una rilevanza web appena doppia; ciò parrebbe confermare quanto più volte ribadito dagli addetti ai lavori, e cioè che il festival torinese sarebbe maggiormente apprezzato dagli «specialisti», mentre quello romano si indirizzerebbe a un pubblico e a media «generalisti».

ce decisamente meno presenti sul web le rassegne *Settembre Musica Mi.To.* e *Artissima*, che comunque, al confronto delle rispettive concorrenti, registrano un numero decisamente superiore di collegamenti in rete.

Figura 3.11 – **Esposizione sul web di alcuni eventi europei e italiani – dicembre 2007**
(numero di link al sito dell'evento; fonte: indagine L'Eau Vive, Comitato Rota su motore di ricerca Google)



Ci sono poi gli eventi straordinari, quelli non ricorrenti. Torino, ad esempio, ha condiviso con Roma dall'aprile del 2006 all'aprile del 2007 il titolo di *Capitale mondiale del libro*, nominata dall'Unesco (dopo Madrid, Alessandria d'Egitto, Nuova Delhi, Anversa e Montreal). Tale manifestazione, per anni presentata come uno dei maggiori eventi postolimpici, si è in realtà rivelata poi un vero flop: gli appuntamenti inseriti nel programma (incontri, spettacoli, esposizioni, dibattiti, concerti) quasi mai hanno assunto particolare rilievo né evidenza pubblica e anche dal punto di vista dell'immagine, logo e nome di *Torino capitale mondiale del libro* hanno avuto ben poca visibilità sui media e sul web (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2007). Il potersi fregiare del titolo di «capitale mondiale», tra l'altro, avrebbe dovuto giocare un ruolo da traino per la *Fiera del libro*, ma paradossalmente proprio nel 2007 – dopo anni di impetuosa crescita – si è registrato per la prima volta un lieve calo di presenze tra gli stand della fiera.

L'infelice esperienza da capitale mondiale del libro dovrebbe far riflettere sulla difficoltà di riuscire a far diventare veri eventi manifestazioni così diluite nel tempo e soprattutto senza momenti di spicco in grado di richiamare l'attenzione di cittadini e mass media⁵⁷, finendo per confondersi nel già ricco e articolato panorama della «normale» offerta culturale cittadina.

Tale riflessione pare quanto mai urgente, anche perché Torino nel 2008 è di nuovo capitale mondiale, questa volta del design. *World design capital* è un progetto pilota assegnato alla città nel settembre 2005 dall'International council of societies of industrial design, che raccoglie in 52 nazioni imprese, associazioni professionali e agenzie formative del settore. Secondo gli organizzatori si tratta di «un riconoscimento delle eccellenze nel campo del design della città e della regione». Il progetto è molto ambizioso e punta ufficialmente a coinvolgere «almeno due milioni di persone» (ben più del pubblico delle olimpiadi del 2006).

Il programma si articola nei quattro trimestri del 2008 in altrettante fasi, dedicate ciascuna a interlocutori diversi: *Public design* dedicata ai cittadini, *Economy and design* alle imprese, *Education and design* al mondo formativo, *Design policies* alle istituzioni. Ogni fase comprende una serie di manifestazioni minori, alcune nuove e costruite ad hoc, altre che si inseriscono in iniziative preesistenti (ad esempio, la *Bookdesign exhibition* all'interno della *Fiera del libro*); vi è poi in ciascuna fase un «evento principale» che serve a dare visibilità, coinvolgere pubblico, richiamare l'attenzione dei media⁵⁸. L'evento caratterizzante il primo trimestre è però saltato: il *Capodanno del design* in piazza Castello – con la città adobbata di stendardi verdi – è stato annullato a causa del lutto cittadino per i morti alla Thyssen Krupp; l'idea di un'inaugurazione importante e festosa non è poi stata recuperata in altra data, così l'anno del design è partito in sordina, mentre il primo trimestre se-

⁵⁷ Nel caso di *Torino capitale mondiale del libro* non c'è stata alcuna visibilità aggiuntiva oltre a quella consueta dei cinque giorni di *Fiera del libro*, fatta forse eccezione per una minima attenzione mediatica durante la serata inaugurale al palaisozaki.

⁵⁸ L'evento di spicco primaverile dovrebbe essere *Torino geodesign* (concorso internazionale per designer e imprese, con mostra finale a Porta Palazzo), quello estivo una *Summer school* internazionale di design per ricercatori e dottorandi, il principale evento autunnale (*Case internazionali del design*) produrrà allestimenti in città curati da organismi internazionali del design. È stato confermato inoltre quello che viene considerato dagli organizzatori l'evento degli eventi: la consegna – per la prima volta non a Milano – del *Compasso d'oro*, prestigioso premio europeo per designer.

condo gli organizzatori doveva essere quello decisivo per «coinvolgere il grande pubblico»⁵⁹: «l'obiettivo più ambizioso – si legge nel programma ufficiale – è la volontà di sensibilizzare il pubblico alla comprensione del design come strumento adatto a migliorare la nostra vita, allargando la percezione attuale che lo vede connotato come mera disciplina estetica e di tendenza».

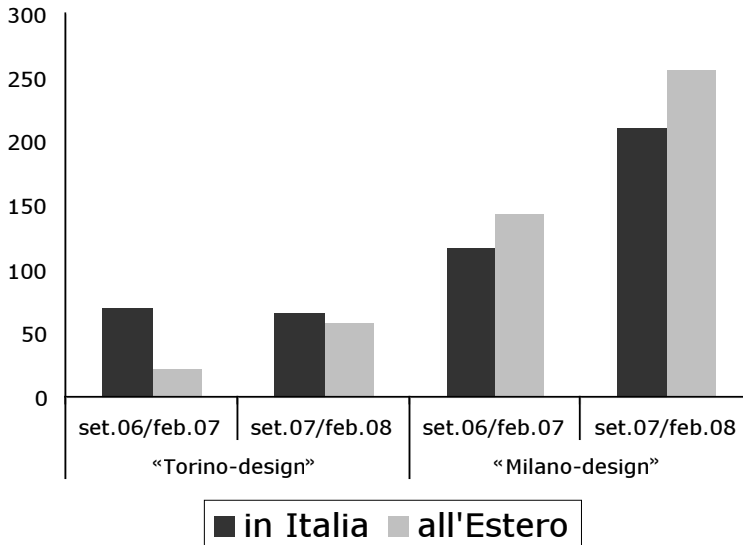
È ancora troppo presto per un bilancio complessivo, ma è certo che i primi mesi dell'anno del design hanno coinvolto ben poco la popolazione, ribadendo anzi proprio l'immagine piuttosto elitaria dei designer⁶⁰. Soprattutto, visto che un grande evento dovrebbe pro-

⁵⁹ Altri eventi di grande rilevanza avrebbero dovuto rilanciare l'immagine dell'abbinamento torinese tra auto e design. A parte il fatto che la notevole risonanza negativa della crisi alla Bertone certo non ha giovato a tale rilancio, uno dei punti di forza poteva essere quello del Museo dell'automobile (rinnovato per i Giochi del 2006, con un allestimento multimediale sulla storia dell'automobile, in collaborazione col Museo del cinema); il Museo di corso Unità d'Italia è però stato di nuovo chiuso – per una più radicale ristrutturazione –, così si è ripiegato su una mostra in tono minore (*Novecento*) a Torino Esposizioni, con solo parte della collezione del Museo. L'altro progetto di spicco sul rapporto con l'auto è quello per il Centro del design nell'area della Fiat Mirafiori: su una superficie di 9.700 metri quadri verranno ospitate attività didattiche (per 2.000 studenti del Politecnico), di ricerca, imprese; il costo complessivo dell'operazione è di 17 milioni. Il progetto ha però avuto un percorso travagliato: TNE aveva deliberato un bando di appalto integrato (per accorciare i tempi affidando a una stessa impresa sia la realizzazione del progetto esecutivo sia la costruzione), che però è saltato a causa di un contemporaneo decreto ministeriale di riforma degli appalti, mettendo anche a rischio i finanziamenti UE; il Politecnico si è allora assunto il compito della progettazione esecutiva, completata entro il 2007, pubblicando a gennaio del 2008 la procedura per l'assegnazione dei lavori di costruzione. Il progetto verrà completato solo nel 2009 e si sta lavorando per cercare di inaugurarne almeno un primo lotto prima che scada l'anno di Torino capitale del design.

⁶⁰ «C'è un oggetto misterioso in città – sottolinea sarcasticamente Luigi La Spina sulla *Stampa* del 1° febbraio –: la capitale mondiale del design. [...] A meno che, il sospetto è provocatorio, ma è anche lecito, la "congiura del silenzio" non dispiaccia troppo: perché turbare con un successo di massa, con moltitudini di "incompetenti", con folle di massaie e di borgatari, la tranquillità di quei laboratori artigianali dove esoterici artisti coltivano la loro creatività? Perché mischiare linguaggi volgari alle astratte elucubrazioni di immaginifici fabbricatori, anche di parole?». Un significativo saggio dell'immaginifico linguaggio è contenuto proprio nel programma del *Torino world design capital*, là dove si cerca di legittimare l'iniziativa come un vero grande evento per la città: «Un evento di grande dimensione è una specie di architettura estrema. Non si sa come pensarla, come programmarla, come utilizzarla. La grande dimensione si basa su regimi di libertà, sull'assemblaggio appropriato delle massime differenze. [...] Solo la grande dimensione può e deve attivare quel regime di complessità che coinvolge la piena espressione del progetto e generare un insieme di mutazioni, un'altra specie di programmazione, infinitamente più ricca, straordinariamente intelligente e sovversiva» (<http://www.torinoworlddesigncapital.it>).

durre un consistente aumento d'attenzione per la città che lo ospita, l'immagine di Capitale del design non pare finora aver granché giovato: nel semestre a cavallo dell'inaugurazione non si rileva infatti alcuna «impennata» di attenzione per l'abbinamento Torino-design (che anzi sui giornali italiani risulta addirittura in calo)⁶¹. La distanza da Milano risulta notevolmente amplificata: i mass media hanno dato ad esempio molto rilievo a *Made*, prima fiera di design e architettura, tenutasi ai primi di febbraio del 2008 nel capoluogo lombardo.

Figura 3.12 – **Esposizione mediatica del design a Torino e a Milano**
(fonte: L'Eau Vive, Comitato Rota, 2008)



L'altro atteso evento del 2008 è il 23° congresso triennale dell'Unione internazionale degli architetti, quest'anno sul tema *Comunicare architettura* (l'architettura «che comunica e che viene comunicata»)⁶². La

⁶¹ Sono state prese in considerazione per quest'analisi le maggiori testate italiane e straniere (aggiungendo il *Sole 24 Ore* e il *Financial Times*, vista la caratterizzazione a forte valenza economica dell'evento sul design). La presenza dell'abbinamento Torino-design aumenta un po' – rispetto al semestre dell'anno precedente – proprio sulla prestigiosa testata economica britannica, comunque meno rispetto alla crescita di Milano nello stesso periodo.

⁶² Come si spiega sul sito dell'Unione internazionale degli architetti, «il titolo intende racchiudere due aspetti complementari: l'architettura che comunica il

cerimonia di apertura è fissata per il 29 giugno al palaisozaki, poi fino al 3 luglio si incontreranno al Lingotto fiere circa 10.000 professionisti⁶³. Oltre al congresso, sono previsti alcuni appuntamenti collaterali, come *Afterville* (rassegna dedicata a progetto e fantascienza nel XX secolo), tavole rotonde e una festa sulle sponde del Po.

Quello degli architetti non sarà forse il maggiore congresso ospitato da Torino recentemente (non dovrebbe superare per partecipanti quello dei diabetologi dell'autunno 2007)⁶⁴, tuttavia ha un'innegabile rilievo simbolico per una città che sta attraversando profonde trasformazioni urbanistiche e accoglie gli edifici di alcuni tra i maggiori architetti contemporanei⁶⁵.

Nel 2010 Torino ridiventerà poi – per la terza volta in quattro anni – «capitale»: dopo il libro e il design, sarà la volta della scienza. Ai primi di luglio, infatti, il Lingotto ospiterà *l'Euroscience open forum-Esof*, ritenuto il più importante incontro europeo tra scienziati⁶⁶. Oltre al congresso

senso della sua azione, progettuale e sociale, ma che contemporaneamente vuole raccogliere, come un'antenna, le energie positive e i fenomeni emergenti espressi dalla società» (<http://www.uia2008torino.org>).

⁶³ Il rilievo del Congresso mondiale degli architetti – almeno sotto il profilo delle presenze – si è attenuato negli ultimi anni e l'edizione di Torino punta a recuperare partecipanti rispetto a Istanbul 2005 (7.500 congressisti) e a Berlino 2002 (5.000); a Barcellona 1996 si erano registrate 14.000 presenze, a Pechino 1999 addirittura 96.000. Per quanto riguarda Torino, altri eventi di un certo rilievo del 2008 sono la conferenza internazionale del World political forum sui cambiamenti climatici (a marzo), la finale della Uleb Cup di basket (ad aprile) e gli Europei di ginnastica ritmica (a giugno); nel 2009 ci saranno gli europei di short track (a gennaio al palavela), quelli indoor di atletica (a marzo) e a giugno i mondiali dell'aria (gare di aerei, alianti, mongolfiere, deltaplani, paracadutisti ecc.). Nel 2010, prima del congresso internazionale dell'Esof, Torino ospiterà i mondiali di pattinaggio di figura (in marzo al palavela).

⁶⁴ Nel 2007, il settore congressuale a Torino ha registrato in tutto circa 3.428 appuntamenti (con un +30,2% dei congressi aventi oltre cinquanta partecipanti), cui hanno partecipato in totale 660.000 persone; il 52,6% degli incontri si è tenuto in alberghi, solo il 24,3% in centri congressi; il 20,5% dei congressi era di rilievo nazionale, il 5,6% internazionale.

⁶⁵ Anche in questo caso l'avvicinamento all'evento non risulta finora particolarmente coinvolgente per la città; l'anno scorso gli organizzatori annunciavano «una rassegna di appuntamenti da novembre 2007, tra cui un workshop internazionale a febbraio»: tali eventi o sono saltati o non hanno avuto alcun particolare rilievo; a due mesi dall'inaugurazione non c'è traccia evidente a Torino del congresso mondiale.

⁶⁶ La candidatura di Torino (che ha avuto la meglio su Copenhagen, Parigi e Breslavia) è stata promossa dalla Compagnia di San Paolo con i centri (dell'Università di Torino) Scienza onlus e Agorà scienza; il budget ipotizzato per la manifestazione è di circa 3,5 milioni di euro, metà dai promotori locali, metà da orga-

vero e proprio, è previsto anche in questo caso un «programma di eventi e manifestazioni nella città ospitante, [...] un'esposizione ed eventi sociali e collaterali: con oltre un centinaio di appuntamenti concentrati in pochi giorni» (<http://www.esof2010.org>). L'Esof potrebbe anche costituire l'occasione per dare finalmente il giusto rilievo al più volte auspicato polo scientifico torinese: esso dovrebbe comprendere i diversi musei scientifici già sorti o in via di realizzazione, come il Museo regionale di scienze naturali (il principale della città, ma di scarso rilievo a livello nazionale; si veda il Par. 4.1), il polo delle scienze positive (Museo di anatomia e Museo della frutta, cui si stanno per aggiungere il Museo Lombroso e il Museo dell'antropologia), il nuovo museo astronomico di Pino torinese e, in prospettiva, lo Science center. Nonostante siano in gran parte concentrati lungo l'asse del Po, questi musei non hanno finora sviluppato significative strategie di rete.

Nel 2011 si celebrerà poi la scadenza storica del centocinquantésimo anniversario dell'Unità d'Italia⁶⁷, attorno alla quale però vi sono finora ben poche certezze, a parte il periodo delle celebrazioni (dal 17 marzo al 31 ottobre). La richiesta finanziaria del Comitato promotore⁶⁸ al governo nazionale era di 600 milioni; finora lo Stato ne ha messi a disposizione 98⁶⁹. Gli enti locali dovrebbero garantire un cofinanziamento pari al 4% dell'investimento complessivo⁷⁰.

nizzazioni europee. Le prime due edizioni dell'Esof (Stoccolma 2004 e Monaco 2006) hanno totalizzato ciascuna circa 2.000 congressisti; Barcellona 2008 – come Torino 2010 – punta alla quota di 5.000 congressisti e 100.000 partecipanti agli eventi collaterali.

⁶⁷ Il Cinquantenario e il Centenario dell'Unità d'Italia furono celebrati a Torino e in Piemonte con due grandi manifestazioni (*l'Esposizione internazionale dell'industria e del lavoro e Italia '61*), che totalizzarono rispettivamente 7,5 e 8,5 milioni di visitatori.

⁶⁸ Fanno parte del Comitato promotore gli enti locali, le due fondazioni di origine bancaria, la Camera di commercio di Torino e gli atenei, mentre sono come di consueto del tutto assenti gli attori privati profit.

⁶⁹ La strategia nazionale complessiva per il 2011, a meno di tre anni dall'evento, risulta non chiaramente definita e il cambiamento di governo certo non ha contribuito ad accelerare i tempi del chiarimento. Ciò che pareva assodato – prima della caduta del governo Prodi – era che, a differenza delle olimpiadi, non si sarebbe varata alcuna legge ad hoc per snellire tempi e procedure, ma un ufficio centrale del Ministero (e non un'Agenzia locale come nel 2006) dovrebbe gestire direttamente bandi, appalti e cantieri.

⁷⁰ Tutti gli esperti indicano come uno dei maggiori fattori di successo per un grande evento la partnership (organizzativa ed economica) tra pubblico e privato. Per le celebrazioni del 2011, però, non risulta finora alcun significativo contributo privato, se non da parte delle solite fondazioni bancarie: se partirà il cantiere per la nuova Biblioteca civica, ad esempio, la Compagnia di San Paolo dovrebbe contribui-

Il comitato promotore torinese aveva inizialmente ipotizzato, in vista del 2011, un progetto «forte» (creando nell'area delle Basse di Stura una sorta di «piattaforma» dedicata allo sviluppo dell'idrogeno). Poi, attraverso una serie di successive mediazioni, nel 2007 il Comune ha progressivamente esteso le celebrazioni ad altri temi e ad altre aree: spina 2, Mirafiori, Valentino, Parco Dora, Venaria. All'inizio del 2008, la situazione risulta ancora da definire: se saranno confermati gli importi dei finanziamenti statali, dovrebbero partire i cantieri della nuova Biblioteca civica su spina 2 (si veda il Par. 3.3) e diversi interventi su beni culturali statali (spostamento della Galleria sabauda a Palazzo reale, completamento dei restauri di Palazzo reale, Palazzo Carignano, Stupinigi ecc.)⁷¹.

Quanto ai contenuti, il Comitato torinese – primo comitato locale nominato in Italia per il 2011 – ha obiettivi molto ambiziosi («un cartellone di eventi che coinvolga l'intero paese ma anche le comunità internazionali legate all'Italia»). Nella delibera del 2007 con cui Regione, Provincia e Comune hanno costituito il Comitato Italia 150, si annunciava un elenco eterogeneo di non meglio precisati «eventi»: mostre sulla storia d'Italia, sviluppo scientifico e tecnologico, arte moderna e contemporanea italiana, made in Italy, mobilità, aerospazio, sostenibilità ambientale, eno-gastronomia, flora. Un anno dopo, la definizione delle manifestazioni non pare aver fatto grandi passi avanti, anche se paiono decise le manifestazioni principali: rassegne alla Reggia di Venaria, una mostra storica nella nuova biblioteca, una sul made in Italy alle OGR, il Centro della scienza a Torino esposizioni, un mobility village a Mirafiori, mostre nei parchi⁷².

L'obiettivo ancora più ambizioso è di attirare a Torino tra sette e

re, dopo aver già finanziato il concorso per la progettazione. Anche in occasione di *Italia '61*, in realtà, l'onere economico venne sopportato quasi per intero dagli enti pubblici (eccezion fatta per la Fiat che creò con la Disney il Circarama, cinema cilindrico con schermo a 360°); solo che all'epoca le sponsorizzazioni private di eventi culturali non erano molto diffuse, a differenza degli ultimi vent'anni.

⁷¹ Diverse città italiane approfittano del 2011 per costruire (o riqualificare) edifici per la cultura: ad esempio, Roma intende costruire il Centro per la scienza e la tecnologia, Firenze un nuovo Auditorium, Venezia il nuovo Palazzo del cinema e dei congressi, Reggio Calabria ha in progetto di raddoppiare il Museo archeologico.

⁷² La parola d'ordine non sembra più «eventi», bensì «esperienze». Il sito ufficiale del Comitato ne elenca ben dieci tipi diversi: «Esperienza di paesaggi, di persone e di progetti», «di passato, di presente e di futuro», «di democrazia e di cultura», «di scienza e di ricerca», «di storia e di memoria», «di città, di regione, di nazione, di globalizzazione», «di vita quotidiana, di Made in Italy e di Italian Style», «di conoscenza e di coscienza», «di alterità e di identità», «di passione e di innovazione».

otto milioni di visitatori, ossia cercare di raggiungere i livelli dell'esposizione del 1911 e di *Italia '61*; ma, se questo è il risultato che si intende raggiungere, i ritardi di programmazione devono cominciare a preoccupare: tre anni prima di *Italia '61*, infatti, erano già stati definiti con chiarezza sia la fisionomia delle tre manifestazioni «di punta» (la Mostra storica dell'Unità, la Mostra delle regioni italiane, l'Esposizione internazionale del lavoro) sia buona parte della ventina di manifestazioni collaterali; inoltre erano già stati individuati l'area – lungo via Ventimiglia – e i principali «contenitori» degli eventi: Palazzo del lavoro, Palavela, Palazzine delle regioni⁷³ (<http://www.italia61.it/>).

⁷³ Proprio le tre grandi mostre fecero da traino all'enorme successo di *Italia '61*, visitate da più di metà dei visitatori totali. Gli altri maggiori eventi per partecipazione di pubblico furono il grande luna-park allestito accanto al Museo dell'automobile (2,5 milioni di visitatori), il Circarama (2 milioni) e la monorotaia (2 milioni).