

Capitolo 5 - CULTURA E TEMPO LIBERO



5. CULTURA E TEMPO LIBERO

5.1. MOLTO DENARO PUBBLICO, POCO PRIVATO

La fine degli anni Novanta costituisce un momento di svolta per il settore culturale torinese. Per contrastare l'immagine di città ripiegata in un irreversibile declino, Torino con il primo Piano strategico decide di promuoversi anche come «città di cultura, turismo, commercio e sport», per supportare e diversificare lo sviluppo economico e accrescere la propria attrattività, sia verso i turisti sia verso i soggetti innovativi e qualificati appartenenti alla cosiddetta «classe creativa». Durante gli anni Duemila si assiste così alla ristrutturazione di molti musei, al rilancio di beni culturali, alla realizzazione di nuove strutture espositive, al moltiplicarsi di eventi e manifestazioni. Tale processo è reso possibile da un forte incremento della spesa in cultura degli enti locali e delle fondazioni di origine bancaria: tra il 2000 ed il 2005, essa cresce del 56,8%, ossia circa tre-quattro volte tanto l'aumento nello stesso periodo dei prezzi al consumo (+15,3%) o del PIL regionale a valori correnti: +16,6% (fonti: OCP, Ufficio di statistica del Comune di Torino, Istat).

È stato il Comune di Torino a farsi carico della maggior parte di quest'onere, arrivando nel 2005 a dedicare alla cultura il 7% del proprio bilancio, il valore più alto quell'anno tra le città metropolitane; gli altri contributi più consistenti sono stati erogati dalla Regione e dalle fondazioni di origini bancaria¹, i cui investimenti nel sistema culturale torinese sono cresciuti di oltre quattro volte nell'ultimo decennio, fino a pesare per quasi un quarto della spesa culturale complessiva in provincia. Il contributo statale è stato negli anni molto meno rilevante, quello della Provincia è sempre rimasto residuale.

Dal 2006 si registra un ridimensionamento delle spese, mentre molte altre metropoli incrementano i fondi destinati alla cultura². Da un lato, il debito connesso agli investimenti sostenuti per gli eventi olimpici e la scelta di privilegiare altri settori rispetto alla cultura, in

¹ Tra le fondazioni italiane, solo la Cariplo investe in assoluto più fondi in arte e cultura rispetto alla Compagnia di San Paolo e alla Fondazione CRT (dati 2006).

² Solo la Regione ha aumentato dal 2006 le proprie spese per la cultura destinate alla provincia di Torino (dopo averle progressivamente ridotte nei tre anni precedenti), proprio per cercare di supplire al ridimensionamento degli investimenti degli altri enti locali.

Tabella 5.1 – Spesa in cultura in provincia di Torino
(milioni di euro; fonte: elaborazione OCP su dati Ministero beni culturali,
Regione Piemonte, Provincia di Torino, Comuni, Osservatorio Fondazioni)

	Stato	Regione	Provincia	Comuni	Fondazioni	Totale
1998	n.d.	n.d.	3,0	55,0	15,0	n.d.
1999	n.d.	n.d.	9,2	75,0	23,2	n.d.
2000	37,6	35,6	5,0	72,9	36,0	187,1
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	66,9	4,4	94,1	61,3	261,4
2007	28,5	78,2	4,7	145,0	55,9	312,3

*il dato 2007 relativo allo stato non include la spesa delle Sovrintendenze.

un quadro di stretti vincoli di spesa, determinano una contrazione delle risorse a disposizione della Divisione Cultura del Comune (per il 2009 si preventiva un -20% circa rispetto al 2007); dall'altro le fondazioni iniziano a dirottare parte delle erogazioni sul resto del territorio regionale, dopo la concentrazione di investimenti sul capoluogo nel periodo olimpico, e verso altri settori, in particolare ricerca e welfare, anche alla luce della crisi economico-finanziaria iniziata nel 2008³.

La presumibile difficoltà per gli enti locali a mantenere in futuro i livelli di spesa dei primi anni Duemila pone la sostenibilità economica come questione chiave per il sistema culturale torinese. La crescita dell'offerta ha infatti comportato un parallelo incremento dei relativi costi di gestione⁴. La risposta dei visitatori è stata in

³ La quota di erogazioni destinate alla cultura dalla Fondazione CRT è scesa tra il 2006 ed il 2008 dal 36,8% al 30,9%. Quella della Compagnia di S. Paolo è rimasta stabile intorno al 30,5%, ma per il 2009 si preventiva una riduzione al 27%.

⁴ Tra i musei civici, ad esempio, il nuovo Museo di Arte orientale costa 2 milioni e 700 mila euro all'anno per personale, sorveglianza, pulizia, utenze, impianti. Palazzo Madama costa 5 milioni circa, la GAM 4 milioni e mezzo, il Borgo medioevale 1 milione e 800 mila euro. Manca un monitoraggio complessivo dei costi di gestione di spazi e impianti per cultura ed eventi, segno che il problema è spesso sottovalutato. Anche per gli impianti olimpici si è per anni discusso quasi solo delle spese sostenute per costruirli: il nuovo Palavela costò 55 milioni ma nel triennio postolimpico la gestione ha richiesto altri 6 milioni; il palaghiaccio di Pinerolo, costato 15 milioni, ne ha richiesti altri 2 per gestirlo finora; per quello di Torre Pellice sono stati spesi 12 milioni in costruzione e 3 in gestione.

linea con l'aumento dell'offerta: ad esempio, la spesa dedicata ai musei dal Comune di Torino è cresciuta tra il 1998 ed il 2007 del 125%, i visitatori del 129%. Il problema è che gli introiti dei musei solo in rari casi coprono più del 15-20% dei costi di gestione. È emblematico il caso della Reggia di Venaria: nel suo primo anno di apertura ha registrato un totale di 932.619 presenze, con un incasso totale di circa sette milioni di euro che, con gli altri sette stanziati dal Consorzio di gestione, hanno coperto le spese⁵. Con il completamento dei lavori di recupero della Citroniera, i costi di gestione – secondo le stime di Fitzcarraldo (2006) – supereranno i venti milioni, nell'ipotesi di organizzare una grande mostra internazionale all'anno: se il Consorzio non garantirà fondi aggiuntivi, occorrerà ogni anno convogliare verso la Reggia almeno il doppio dei visitatori del primo anno⁶.

Se dunque non basta puntare sulla crescita dei visitatori, diventa fondamentale migliorare modi e strumenti di gestione dei beni culturali, anche rafforzando monitoraggio e valutazioni di efficacia degli investimenti⁷; ma soprattutto diventa fondamentale il contri-

⁵ Hanno visitato la Reggia 794.263 persone, altre 69.856 i soli giardini, si sono registrate 68.500 presenze agli eventi collaterali, come **Teatro a Corte** di luglio 2008, i concerti del **Venaria Real Festival** da giugno a settembre 2008, l'**Anniversario a Corte** ad ottobre 2008. Il Consorzio per la valorizzazione della Reggia è stato costituito a luglio 2008. Ne fanno parte lo Stato, la Regione, la Compagnia di San Paolo (che contribuiscono ciascuno con due milioni di euro), la Fondazione per l'arte della stessa Compagnia (un milione) ed il Comune di Venaria (20.000 euro).

⁶ Sicuramente c'è ancora un ampio bacino potenziale da sfruttare: dalle altre regioni d'Italia, in particolare, è arrivato solo un terzo circa dei visitatori della Reggia, una quota decisamente più bassa rispetto agli altri due principali musei torinesi; il 77% degli italiani non ha nemmeno sentito parlare della Reggia (Ispo, 2008). Al tempo stesso, è indubbio che il numero dei visitatori del primo anno sia stato amplificato dall'«effetto novità», per cui per ampliare l'utenza andrebbero progettate strategie forti (di marketing, ma soprattutto di contenuti attrattivi nelle sale) per invogliare a tornare alla Reggia chi c'è già stato. La disposizione dei visitatori è comunque incoraggiante: il 70% è disponibile a ritornare (Siti, 2008).

⁷ Il secondo Piano strategico torinese ritiene prioritario definire «forme adeguate di gestione» di tale patrimonio. Da questo punto di vista, Torino è stata la prima città in Italia a creare nel 2002 una fondazione, Torino Musei, per gestire tutte le strutture museali civiche (GAM, Palazzo Madama, Borgo medievale, Museo di arte antica, Museo di arte orientale); ad essa è seguita nel 2004 la Fondazione Museo delle antichità egizie. L'istituto della fondazione si presenta come più solido rispetto ad altre forme associative (è stato applicato anche al Regio, allo Stabile, lo sarà forse anche all'Unione musicale); nel caso di Torino Musei, sembra effettivamente aver permesso di sfruttare le risorse con maggiore efficienza, anche se persistono difficoltà nell'unificare alcuni servizi comuni (ad esempio quelli amministrativi). Al tempo stesso, tramite queste fondazioni, gli enti locali possono finanziare la gestione dei

buto dei privati, che però costituiscono il grande assente al tavolo della cultura. Non mancano alcune iniziative di sponsorizzazione da parte delle imprese torinesi, ma restano di modesto rilievo economico⁸, pari a meno del 10% di quanto stanziato dalle due fondazioni bancarie e al 7% delle spese del Comune.

Sebbene la sponsorizzazione privata per la cultura non sia particolarmente significativa in Italia, il problema risulta più accentuato a Torino. Un caso emblematico, che permette un confronto diretto, è il festival MI.TO. Settembre Musica: a Torino l'onere sopportato dal Comune è decisamente superiore (61%) rispetto a Milano (48%), dove l'organizzazione può contare su un supporto più consistente di sponsor privati (44,8%, contro il 28,3% nel capoluogo piemontese). Il problema degli sponsor, del resto, era già emerso durante le Olimpiadi: come ha messo nero su bianco il CIO nella sua relazione a consuntivo, il vero punto debole dei Giochi sono stati gli imprenditori privati. Con l'eccezione di Fiat e San Paolo, Torino non ha potuto contare su altri sponsor locali, perdendo tra l'altro l'eccezionale vetrina offerta dallo Sponsor village allestito in piazza Solferino e le opportunità legate all'uso commerciale di loghi e immagini olimpiche; ad Atene, Barcellona, Salt Lake, Lillehammer ancora si fanno affari col merchandising olimpico.

Alla base della scarsa propensione dei privati torinesi ad investire in cultura ed eventi paiono esservi non tanto le difficoltà attraversate dall'economia locale negli ultimi anni⁹ né il presunto under-

musei e di altre attività culturali senza ricorrere unicamente alla spesa corrente. La Regione sta anche studiando con l'Ires Piemonte e con l'Università i criteri per passare dal sistema dei contributi a quello dei contratti, come già fatto con il Guggenheim di Vercelli, che l'ente pubblico stipula con un'istituzione culturale per un determinato numero di mostre, cui segue una verifica del raggiungimento degli obiettivi previsti di pubblico e introiti. Il problema della sostenibilità economica caratterizza anche le rassegne di spettacoli estivi, spesso organizzate in passato in modo non ottimale (ad esempio con troppi eventi simili concentrati in pochi giorni), sovente pubblicizzate in ritardo, quasi sempre prive di riscontri su presenze e gradimento.

⁸ La Consulta per la valorizzazione dei beni artistici e culturali di Torino, ad esempio, pur comprendendo 29 aziende ed enti associati del livello di Fiat, Ferrero, Pirelli, Telecom, Camera di commercio ecc., investe mediamente ogni anno in provincia di Torino meno di 800.000 euro (circa 27.586 euro per ogni impresa socia). Fondiaria SAI, Lavazza, Reale Mutua, Intesa San Paolo e Unicredit hanno complessivamente elargito nel 2006 quattro milioni di euro a enti e associazioni culturali (AA.VV., 2007); la Fiat ha stanziato 400.000 euro nel 2007 per sponsorizzare per due anni il Teatro Stabile; l'edizione del 2008 del festival musicale Traffic ha visto il proprio budget, pari a circa un milione di euro, garantito per metà da sponsor privati.

⁹ Se consideriamo le gerarchie per PIL delle maggiori metropoli italiane, Torino è rimasta nel 2006 più o meno dov'era nel 1989, sempre distante da Milano e da Bologna, un po' più lontana da Firenze e da Roma.

statement sabauda (fare piuttosto che apparire), quanto un certo ritardo culturale (definito dal presidente del CIO «short term vision»): un'assenza cioè di visione prospettica sul ruolo strategico che cultura, eventi, loisir possono giocare in termini di business. Decenni di fordismo e **welfare state** hanno radicato nella società torinese¹⁰ la convinzione che a cultura ed eventi debbano pensare gli enti pubblici o, al massimo, la grande impresa; le imprese medio-piccole, abituate a contare su commesse della Fiat, hanno sviluppato talvolta la propensione ad investire in innovazione tecnologica ma ben di rado su aspetti simbolici e d'immagine¹¹.

¹⁰ Il problema non riguarda solo le imprese, ma anche i singoli cittadini. Un museo come il Moma di New York trae l'11% delle proprie entrate da privati e il 17% dai rendimenti degli investimenti realizzati grazie alle donazioni di singole persone (Dal Pozzolo, 2008). In questo senso, potrebbe giocare un ruolo importante la Fondazione di comunità, che Torino internazionale e Compagnia di San Paolo stanno cercando di attivare per incentivare le donazioni filantropiche di cittadini e famiglie destinate a progetti culturali torinesi.

¹¹ Una parte della responsabilità va anche attribuita al settore pubblico, poco efficace nel coinvolgere i privati. Si prenda il caso del post-olimpico: nonostante già nel 2003 uno studio commissionato dal comitato organizzatore avesse indicato l'urgenza di affidare gli impianti dei Giochi per ottimizzarne la gestione, solo nel novembre 2008 – a quasi tre anni dalle gare, con l'appel olimpico ormai declinato – la Fondazione 20 marzo ha indetto la gara internazionale per la cessione a uno o più partner della quota di maggioranza di TOP (Torino Olympic Park) che gestisce e promuove tali impianti. L'aggiudicazione è prevista verso la metà del 2009; il nuovo regime di gestione dovrebbe riguardare Palaisozaki, Palavela, locali sotto le arcate del villaggio olimpico, villaggio olimpico, impianti di snow board a Bardonecchia e di biathlon a Pragelato, olympic center a San Sicario, stadio del ghiaccio di Torre Pellice, trampolini di salto a Pragelato e pista da bob a Cesana. Per altri cinque anni la fondazione post olimpica continuerà invece a gestire il palazzetto del ghiaccio di Pinerolo. L'obiettivo strategico è coinvolgere operatori internazionali del settore dell'intrattenimento in grado di proporre soluzioni innovative, per riuscire ad arrivare a un pareggio di bilancio nel 2011 (nel maggio 2008 è stato approvato il bilancio consuntivo della Fondazione, con un passivo di 6,3 milioni contro i 9 previsti). Sono economicamente ben poco sostenibili soprattutto gli impianti costruiti nelle valli montane, in particolare la pista da bob di Cesana e il trampolino del salto a Pragelato: nel 2008 hanno di nuovo chiuso in passivo, i trampolini di 573.000 euro, la pista da bob di un milione e mezzo di euro. Dopo i Giochi, la stessa Regione aveva riconosciuto che – vista la cronica difficoltà di utilizzo e valorizzazione – l'unica scelta sostenibile sarebbe stata l'abbattimento: soluzione finora non adottata, da un lato, per timore di un contraccolpo d'immagine, dall'altro per l'assenza delle necessarie risorse economiche per le operazioni di smantellamento e di ripristino dei versanti. Il problema di una carente pianificazione del futuro, comunque, ha interessato in questi anni non solo gli impianti permanenti ma anche quelli provvisori, come Atrium o le strutture per la Medal Plaza olimpica, con enormi difficoltà e ritardi nell'avviarne lo smontaggio e la vendita a soggetti interessati a riutilizzarli altrove; smaltire strutture effimere di

A conferma di questa tesi, si possono confrontare i quattro megaeventi torinesi dell'ultimo secolo. Nel 1902 e nel 1911 le due enormi esposizioni internazionali furono promosse e organizzate quasi interamente dai privati, chiudendo con grandi utili e straordinari successi di pubblico. Italia '61 fu un altro trionfo, ma organizzato quasi interamente dal settore pubblico: si chiuse in attivo (+295 milioni di lire), ma con la zavorra di molti contenitori vuoti di cui non si è più saputo che fare. Le Olimpiadi del 2006 hanno potuto contare ben poco sull'apporto privato e hanno chiuso in passivo di 33 milioni.

Ovviamente, la crisi economica che si è innescata a fine 2008 rende ancora più improbabile una maggiore propensione futura dei privati a investire in cultura, proprio nel momento in cui, invece, ve ne sarebbe maggiormente bisogno per mantenere l'offerta culturale ai livelli raggiunti negli ultimi anni.

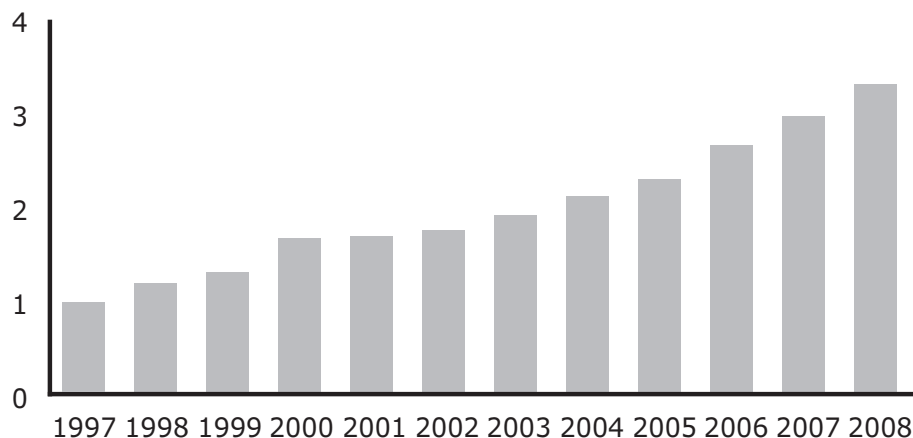
5.2. MUSEI: UN SISTEMA IN CRESCITA

Il sistema museale torinese, come anticipato, ha conosciuto un costante sviluppo in termini di visitatori nel corso dell'ultimo decennio: gli ingressi totali sono passati dai 1.010.412 del 1997 ai circa 3.350.000 del 2008 (dato provvisorio a marzo 2009), aumentando del 231% (fonte: OCP)¹².

grandi dimensioni, d'altronde, non è mai stato agevole: dopo l'esposizione internazionale del 1911, occorsero più di dieci anni per rimuovere i grandi padiglioni costruiti lungo il Po (per altro, ci fu di mezzo una Guerra mondiale).

¹² Ha giocato un ruolo significativo anche l'introduzione di tessere, abbonamenti, sconti nei musei, soprattutto per incentivare i visitatori locali a frequentarne un maggior numero: la tessera Abbonamento Musei era posseduta da 6.000 persone nel 1998, salite oggi a 50.000 (per 364.145 visite complessive). Dal 2002 la Torino card permette visite in un arco da due a sette giorni, rivolgendosi quindi ai turisti: grazie ad essa, ad esempio, nel 2007 sono state effettuate 151.706 visite. Il rilievo dei turisti nei musei torinesi non è uniforme: secondo un'indagine condotta dall'Osservatorio culturale del Piemonte nell'inverno del 2007, i musei con la più alta percentuale di stranieri tra i propri visitatori sono Palazzo Madama (11,9%), Museo del cinema (10,7%) e GAM (10,1%); il Museo egizio ha una percentuale minore di stranieri (7,4%), ma presenta la quota più alta di visitatori provenienti da altre regioni italiane (63,6%, contro il 59% del Museo del cinema, il 35,1% di Palazzo Madama, il 26,9% della GAM, il 18,5% di Palazzo Bricherasio). Recentemente, sulla scia della collaborazione avviata con la comune rassegna musicale del mese di settembre (MI.TO), i Comuni di Milano e di Torino hanno lanciato il progetto di una tessera musei unica per le due metropoli.

Figura 5.1 – Visitatori del sistema museale dell'area torinese
(milioni; dato 2008 provvisorio; fonte: OCP, Associazione Torino città capitale europea)



La crescita è legata al rafforzamento dell'offerta museale, soprattutto grazie al recupero nel decennio di strutture espositive che erano chiuse (spesso da molto tempo), inagibili, largamente sottoutilizzate. Nel 2000 è stato inaugurato il nuovo Museo del cinema, con una brillante soluzione di rilancio, contemporaneamente, di un museo fino agli anni Ottanta ospitato in una sede angusta e fatiscente (nella manica tra Palazzo Reale e la chiesa di San Lorenzo) e della Mole Antonelliana, simbolo cittadino per eccellenza, ma anche sede di difficile utilizzo, solo saltuariamente valorizzata in precedenza da qualche mostra temporanea. Tra 2006 e 2007 sono quindi stati recuperati altri due poli di grande rilievo, quali la Reggia di Venaria e Palazzo Madama, entrambi, per decenni, abbandonati al degrado.

Anche gli altri principali musei torinesi hanno visto crescere in progressione i visitatori nell'ultimo decennio. Il Museo Egizio, ad esempio, ha praticamente raddoppiato i biglietti venduti¹³, aumenti ancora più consistenti hanno interessato Palazzo Reale o il Museo di antichità.

Torino si è poi andata caratterizzando nel decennio per l'arricchimento dell'offerta di musei di arte contemporanea: al Castello di

¹³ Tra i venti musei statali più visitati, solo il complesso costituito da Colosseo e Foro romano (+161%) ha registrato tra il 1997 ed il 2007 incrementi di visitatori maggiori rispetto all'Egizio.

Tabella 5.2 – Visitatori dei venti principali musei dell'area torinese
(fonte: OCP)

	1997	% su Tot musei	2002	2006	2008	% su Tot musei
Reggia Venaria	34.176	3,4	16.175	66.693	690.932	20,6
Museo Cinema	-	-	308.694	534.655	532.196	15,9
Museo Egizio	267.086	26,4	302.488	529.911	510.952	15,3
Palazzo Madama	-	-	48.539	147.132	192.282	5,7
Palazzo Bricherasio	48.656	4,8	125.903	114.943	175.696	5,2
Palazzo Reale	40.227	4,0	94.489	141.248	130.185	3,9
Museo Scienze naturali	44.299	4,4	32.276	66.946	118.045	3,5
Castello Rivoli	63.029	6,2	95.431	103.896	106.353	3,2
GAM	91.299	9,0	117.117	133.476	92.061	2,7
Fondazione Sandretto	-	-	-	65.140	91.538	2,7
Museo Montagna	39.103	3,9	40.333	58.051	64.189	1,9
Pinacoteca Agnelli	-	-	42.128	56.535	62.665	1,9
Borgo e Rocca medioevale	52.669	5,2	51.379	47.360	59.948	1,8
Museo Automobile	64.211	6,4	35.161	78.661	53.336	1,6
A come Ambiente	-	-	19.084	37.628	47.242	1,4
Tombe e basilica Superga	-	-	28.211	37.359	43.701	1,3
Armeria Reale	21.434	2,1	39.525	65.468	40.572	1,2
Infini.to	-	-	-	-	38.314	1,1
Galleria Sabauda	33.104	3,3	38.000	42.469	27.422	0,8
Museo Arti Orientali	-	-	-	-	23.214	0,7

Rivoli e alla GAM¹⁴ (il primo con pubblico in crescita, la seconda più o meno stabile) si sono aggiunti, dal 2002, la Fondazione Sandretto

¹⁴ Sulla GAM pesa l'insufficiente valorizzazione delle opere, stipate in buona parte nei magazzini sotterranei (e la cui rilevanza è emersa con tutta evidenza quando 250 di esse sono state esposte nella mostra **Museo museo museo**, organizzata tra il 2006 ed il 2007). Tra il 2002 e 2003 il Comune aveva bandito un concorso internazionale di progettazione per destinare le ex OGR al raddoppio della GAM, spendendo anche circa 2,6 milioni per la progettazione e ipotizzando l'inaugurazione della nuova sede in tempo per le Olimpiadi. I lavori però non sono mai partiti, nella perenne attesa di un passaggio di proprietà dell'area dalle Ferrovie all'Amministrazione civica. Nel 2007 il Comune ha firmato un comodato d'uso delle OGR, realizzandone poi manutenzione straordinaria e messa in sicurezza. L'anno successivo la Fondazione CRT ha proposto alle Ferrovie di acquistare la struttura per farne un polo dell'arte contemporanea (GAM, ma anche le raccolte acquisite negli anni dalla Fondazione): il destino del progetto è per ora incerto, sia perché la trattativa con le Ferrovie per l'acquisizione definitiva delle OGR non si è ancora conclusa, sia per i dubbi sull'opportunità di avviare un'opera così onerosa, tanto più in un momento di grave crisi economica.

Re Rebaudengo e la Pinacoteca Agnelli, quindi dal 2005 la Fondazione Merz (oltre a Palazzo Bricherasio, che però ospita anche mostre di arte non contemporanea). Nel caso dei musei dell'arte contemporanea, si pone oggi un problema di sostenibilità complessiva, essendo finora emersa solo sporadicamente una regia «di sistema» capace di coordinare e promuovere congiuntamente i diversi poli espositivi.

I dati del 2008 sembrano inoltre indicare che il trend di crescita sta esaurendosi per alcuni musei: Museo del cinema ed Egizio sono stabili, Palazzo Madama si è fermato a meno di 200.000 visitatori, e solo la performance di Venaria (per la prima volta aperta per un intero anno solare) ha permesso di superare il numero di visitatori dell'intero sistema museale registrato nell'anno precedente.

Diventa quindi particolarmente urgente sfruttare a pieno quelle potenzialità dell'offerta museale per il momento sottoutilizzate. È il caso, ad esempio, del Borgo medievale, sul quale pure sono stati condotti negli anni diversi interventi di restauro e ammodernamento, ma che rimane più o meno attorno a 50-60.000 visitatori annui. Le potenzialità sarebbero notevoli, tenendo conto del suo carattere scenografico di grande appeal sul pubblico: ad esempio, a Grazzano Visconti (in provincia di Piacenza, dove sorge un altro borgo ricostruito un secolo fa, nel periodo di trionfo del neogotico) i visitatori annui sono centinaia di migliaia¹⁵. Sull'altra sponda del Po, il Museo della montagna ha completamente mancato l'occasione di rilanciarsi grazie alle Olimpiadi, che avrebbero dovuto costituire un traino naturale per un museo – tra l'altro praticamente unico in Italia, come testimonia la sua definizione di «nazionale» – centrato sul tema della montagna e della neve. Invece, nonostante restauri e riallestimento, è rimasto marginale e poco visibile tra i musei cittadini. Un discorso analogo vale anche per il Museo dell'automobile, primo in Italia e considerato uno dei più importanti d'Europa, ma da anni penalizzato da una sede praticamente ferma all'anno d'inaugurazione – il 1960 – e da un contorto piano di riallestimento: un primo restyling molto parziale in vista delle Olimpiadi, quindi una nuova chiusura (con parziale trasloco della collezione a Torino Esposizioni) per realizzare un progetto di profonda ristrutturazione.

Anche i principali musei torinesi, nonostante la grande crescita in termini di visitatori, continuano ad avere problemi più o meno con-

¹⁵ Pesa certamente sul mancato decollo del Borgo medievale, come su altri poli nell'area del Valentino, la mancata implementazione dell'asse «della cultura e del loisir» lungo il Po, prevista dal Piano regolatore del 1995 (si veda il capitolo 3).

sistenti, da un lato di potenziamento delle rispettive sedi, dall'altro di pieno sfruttamento – anche attraverso opportune strategie di immagine¹⁶ – del proprio enorme potenziale. Nel caso del Museo del cinema, il progetto di rilancio complessivo prevedeva, oltre all'allestimento interno alla Mole, la creazione negli anni di un vero e proprio distretto del cinema (denominato Cineborgo), con ulteriori spazi museali, oltre ad uffici, archivi, sale cinematografiche, servizi commerciali a tema, in cui tra l'altro celebrare anche l'annuale Festival del cinema (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2008)¹⁷. In proposito, nel 2000 il Comune aveva intavolato trattative per ottenere dalla RAI gli edifici dell'ex teatro Scribe e del Palazzo della radio di via Verdi (utilizzabili entrambi per ampliare il Museo), che non hanno però prodotto alcun risultato per le incomprensibili ed ondivaghe strategie dell'ente radiotelevisivo nazionale; dopo aver quindi prospettato nel 2006 un Cineborgo nell'area di Spina 3, che avrebbe però snaturato il progetto originario di un distretto fisicamente omogeneo attorno alla Mole, si è affacciata dal 2007 una nuova ipotesi (costruire *ex novo* un edificio al posto del parcheggio della RAI in via Verdi) che, però, di nuovo, non ha ancora prodotto alcun esito operativo. All'inizio del 2009 si è ricominciato a parlare di un possibile accordo con la RAI sul teatro Scribe.

Anche la vicenda del potenziamento dell'altro principale museo cittadino, l'Egizio, è lunga e tormentata. Riassumendo, nell'ultimo

¹⁶ A dimostrazione dell'importanza del marketing, si prenda il caso dello zoo di Roma: una strategia di rilancio basata più sull'invenzione di un nuovo nome (Bioparco) e su una promozione capillare che non su una trasformazione di spazi e strutture ha permesso di far crescere i visitatori del 230% dal 1997 al 2007.

¹⁷ Il settore cinematografico torinese, più in generale, ha conosciuto una grande vivacità progettuale nell'ultimo decennio, esplicitamente alla riscoperta del suo glorioso passato, quando era probabilmente – un secolo fa – la capitale italiana del cinema. Negli anni un progetto che ha prodotto risultati rilevanti (ma anche parecchio costoso) è stato quello della Film commission, che dal 2000 promuove Torino e Piemonte come location per produzioni cinematografiche e televisive: finora oltre 300. Da fine 2008, tali produzioni dovrebbero essere favorite dal nuovo Cineporto, centro di uffici e magazzini in grado di accogliere contemporaneamente cinque o sei produzioni video (in un'area di 9.000 metri quadri; progetto finanziato con otto milioni da Regione e Comune). Decisamente accidentato è stato invece negli anni il cammino del parco tecnologico Virtual Reality & Multimedia Park, istituito nel 1999 – come SpA partecipata da Comune, Provincia, Finpiemonte e atenei negli ex studi cinematografici Fert di corso Lombardia – per sviluppare prodotti di realtà virtuale. Le diverse società di gestione (prima Lumiq, poi W&Media) hanno però accumulato una mole crescente di milioni di debiti, più volte ripianati dagli enti locali ma senza reali strategie di rilancio; il rischio di una sua chiusura si è riaffacciato all'inizio del 2009.

decennio si sono dapprima scontrate due opposte strategie: rafforzare il museo nella sede attuale, come punta di diamante di un distretto museale centrale, oppure traslocarlo alla Reggia di Venaria. Nel 2001 Comune e Ministero hanno sottoscritto un accordo per mantenere l'Egizio nell'attuale sede, potenziandone gli spazi espositivi da 6.000 a 10.000 metri quadri, allargandosi nel contiguo edificio dell'Accademia delle scienze¹⁸. Il piano originario prevedeva di completare il nuovo museo entro il 2006, per sfruttare appieno la grande ribalta dei Giochi olimpici, ma i tempi si sono allungati ben oltre: anche in occasione del prossimo grande evento, il Centocinquantesimo dell'Unità nazionale nel 2011, del nuovo Museo egizio dovrebbe essere visitabile – forse – solo il primo piano, mentre il secondo e il terzo dovrebbero essere aperti nel 2013¹⁹.

In ogni caso, oltre al potenziamento della sede, bisognerebbe forse pensare anche a un rilancio dell'immagine del Museo egizio, le cui enormi potenzialità paiono ancora ben lungi dall'essere sfruttate. Non va trascurato che l'antico Egitto è uno dei «luoghi» di maggior appeal per l'immaginario collettivo (con Roma e Grecia antiche e col Medioevo): lo dimostra, per fare un solo esempio, il successo dei programmi televisivi dedicati al mondo dei Faraoni. Torino ha la fortuna di possedere la seconda collezione più importante di reperti – oltre 5.000 – costruita a partire dalla disinvoltata intraprendenza dell'archeologo ottocentesco Bernardino Drovetti; di meglio al mondo c'è solo il Museo del Cairo. Dunque non appare azzardato ipotizzare di puntare in futuro per Torino anche sull'immagine di «capitale» europea dell'antico Egitto.

Uno dei maggiori problemi per i musei dell'area centrale torinese è poi che – in un decennio – non si è ancora usciti dall'impasse a proposito della più opportuna strategia promozionale. Il primo

¹⁸ Col senno di poi, l'idea di trasferire il Museo egizio a Venaria, avanzata una decina di anni fa, avrebbe meritato un approfondimento maggiore (mentre non è mai stata nemmeno oggetto di un vero studio di fattibilità). Tuttora, infatti, la Reggia rimane un contenitore spettacolare senza contenuti particolarmente attrattivi, il Museo Egizio, all'opposto, presenta una collezione di assoluto richiamo, ma in un edificio che – nonostante gli sforzi di ristrutturazione e restyling – rimane non certo di grande attrattività oltre tutto con un accesso quasi secondario e poco visibile.

¹⁹ Potrebbero però esserci ulteriori ritardi, legati anche al fatto che, nel frattempo, l'edificio dell'Accademia delle scienze deve essere liberato dalla Galleria sabauda (che verrebbe riallestita nella manica di Palazzo reale, anche se recentemente si è affacciata l'ipotesi di un suo trasferimento a Venaria); per questa operazione, sono stati finora stanziati 20 milioni dalla Compagnia di San Paolo e 9,5 milioni dai fondi statali del gioco del Lotto; mancano ancora 11,5 milioni, che per altro il Governo aveva promesso in vista dei festeggiamenti del 2011.

Piano strategico aveva lanciato a fine anni Novanta l'idea di creare in centro un vero sistema museale, allo scopo di fare sinergie: gestione centralizzata dei servizi, ma soprattutto coordinamento delle politiche promozionali e lancio di un marchio unico e riconosciuto dei musei centrali. Negli anni, il progetto non ha mai davvero preso forma: il secondo Piano strategico del 2006 ha cercato di rilanciarlo, col nome di «Distretto museale centrale» e individuando un'area più precisa (ellissoidale) comprensiva dei principali poli: Mole Antonelliana, Museo Egizio, Palazzo Madama, Palazzo Reale ecc. (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2008). Il vero problema sembra rappresentato dall'assenza della volontà politica di fare da «traino» al progetto, mettendo d'accordo i numerosi soggetti che dovrebbero farsi parte attiva nell'operazione: enti locali, fondazioni, istituzioni artistiche, museali e teatrali, università. In più non aiutano le forti asimmetrie dimensionali tra i musei coinvolti: Museo del cinema ed Egizio presentano infatti «massa critica», visibilità²⁰ e potenzialità tali da permettere a ciascuno proprie strategie promozionali, mentre per i musei minori il «fare sistema» potrebbe diventare vitale per la sostenibilità economica nei prossimi anni.

Anche per le residenze sabaude si pone un problema simile. L'idea del «circuitto» nasce sostanzialmente nel 1997, con l'inserimento tra i patrimoni mondiali dell'umanità dell'Unesco di quindici dimore storiche dei Savoia, cinque a Torino, sei in cintura e provincia (la cosiddetta **Corona di delitiae**), quattro in provincia di Cuneo. Negli anni si è ripetutamente ipotizzata una strategia gestionale comune, sul modello esemplare dei castelli della Loira: una biglietteria unificata, un servizio di navette per collegare le diverse residenze, soprattutto sinergie sul piano della promozione e del marketing. Qualcosa negli anni è stato fatto: la Regione e diversi portali e servizi turistici offrono un panorama di insieme sulle quindici residenze; tuttavia proprio questa offerta indistinta emerge come problematica per il decollo del sistema delle residenze. Anche lungo la Loira, in realtà, i castelli e le dimore storiche sono molti di più (circa 300), ma qualunque tour ne propone dieci-quindici e gran parte dei turisti non ne visita che tre o quattro. Le residenze sabaude sono molto diverse tra loro per caratteri architettonici ed estetici, in alcuni casi di richiamo turistico, in quanto vicini agli archetipi del castel-

²⁰ I due maggiori musei torinesi sono anche gli unici con una visibilità sovralocale (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2005); non a caso, anche durante i Giochi olimpici, sono stati sostanzialmente i soli in cui si sia registrata una corposa impennata di presenze (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2007).

lo radicati nell'immaginario collettivo (mai tuttavia quanto i manieri sulla Loira), più spesso apprezzabili soprattutto da un pubblico di «addetti ai lavori»²¹. Le diverse residenze, poi, differiscono per stati di conservazione, livelli di «visitabilità», collocazione territoriale: dal punto di vista sia promozionale sia logistico, convogliare flussi di turisti verso i centralissimi Palazzo Reale e Palazzo Madama risulta relativamente agevole, più difficile indurre a spostarsi fino al Castello del Valentino o alla Villa della Regina, ancor più complesso è incentivare il turismo verso i castelli decentrati in provincia. Un'ipotesi sostenibile per i prossimi anni potrebbe essere proprio quella di selezionare quattro-cinque residenze «imperdibili» per i turisti, indirizzando verso le altre un pubblico di nicchia.

Prima tra le dimore «imperdibili» è certamente la Reggia di Venaria²². I lavori di restauro avviati nel 1999 sono stati lunghi e molto onerosi, anche per lo stato di degrado nel quale un secolo e mezzo di uso militare (come caserma) aveva ridotto edifici e giardini. Se in un decennio si sono sostanzialmente completati i lavori sul «contenitore», lo stesso non può dirsi a proposito dei contenuti. Secondo il Primo piano strategico la Reggia avrebbe dovuto essere «promossa come sede espositiva internazionale»; nella prima metà del nuovo decennio sono state formulate varie ipotesi, più che veri progetti. Attorno al 2004 sembrava raggiunto un accordo tra Regione e Ministero per creare un parco tematico interattivo sulle residenze

²¹ La stessa Unesco ha inserito le residenze sabaude come circuito proprio perché «offrono un panorama completo dell'architettura monumentale europea del XVII e XVIII secolo [e] illustrano in modo straordinario in termini materiali la dottrina predominante della monarchia assoluta». Forse, come dimostra la recente esperienza di Agliè, con un boom di turismo per la notorietà seguita alla fiction *Elisa di Rivombrosa*, potrebbe essere un'idea efficace puntare sulle residenze come scenari per location, a patto di mettere in conto flussi turistici discontinui, come tipico dei luoghi legati ad eventi, sapendo reggere anche nei periodi di «bassa». La Regione ha di recente lanciato un piano per valorizzare residenze sabaude e altre decine di dimore storiche piemontesi (ville nobiliari, conventi, antichi cascinali ecc.) proprio come sedi per congressi e turismo d'affari.

²² Quanto a potenziale attrattivo turistico, forse non molto dopo Venaria – anche se a Torino se ne parla poco – verrebbe la Palazzina di caccia di Stupinigi, per certi versi persino superiore a Venaria, per la sua prospettiva aulica, con le cascate storiche come maniche laterali, senza insediamenti circostanti di disturbo. Le potenzialità di Stupinigi – appena restaurata, tra l'altro – sono testimoniate dal fatto che, pur in assenza di iniziative ed eventi, la palazzina e il parco sono comunque meta frequente di turisti domenicali, cittadini, fotografi, sposi ecc. La Palazzina – che resta di proprietà dell'Ordine Mauriziano, mentre la Regione ha di recente acquistato i terreni e gli immobili che la circondano – ospita il Museo dell'ammobigliamento ed arredamento, chiuso da gennaio 2007 per i restauri in vista del 2011.

sabaude e le corti barocche, idea abbandonata a poco a poco negli anni successivi. Si è quindi arrivati all'inaugurazione con una Reggia che – come ha sottolineato la presidente regionale Bresso – è sostanzialmente uno «scenario di sé», rinviando ancora nel tempo un progetto operativo per farne, anche, un contenitore di mostre ed eventi davvero di richiamo. La stessa Regione ammette però che, viste le attuali condizioni di ristrettezza economica, a Venaria potrebbe oggi essere allestita, nella migliore delle ipotesi, non più di una grande mostra all'anno²³ (in ogni caso, all'inizio del 2009, non è ancora stato varato il piano triennale per le esposizioni 2009-2011).

Ragionando in termini più ampi sulla sostenibilità complessiva della Reggia, rimane da risolvere anche la questione del miglioramento dell'accessibilità. Negli anni la pianificazione della mobilità nell'area circostante è stata abbondantemente trascurata, abbandonando i progetti di potenziamento dell'accesso in treno (oggi si arriva solo dalla marginale stazione torinese di Dora alla stazione di Venaria, distante mezz'ora a piedi dalla Reggia), di trasformazione del tram numero 3 in un metrò leggero tra Torino e Venaria, di costruzione del movicentro (interscambio con navette per la Reggia, progetto bloccato da oltre cinque anni). Dal capoluogo, oltre a due normali linee di bus urbani, funziona solo una navetta che parte più o meno ogni ora (e, tra l'altro, ha un biglietto che costa il doppio rispetto agli altri bus di linea); tutte le piste ciclabili si fermano ai confini di Venaria, obbligando i malcapitati cicloturisti a proseguire su rettilinei stretti e trafficati.

Non a caso, dunque, l'87% dei visitatori della Reggia arriva con mezzi a motore privati, di questi il 90% in auto, il 10% con bus turistici (Siti, 2008). Soprattutto nei giorni festivi è inevitabile la congestione da traffico attorno a Venaria: oltre agli impatti ambientali e sociali, questa disincentiva a tornare alla Reggia (un quinto dei visitatori automobilisti lamenta grandi difficoltà a trovare parcheggio) e impatta negativamente sui – già deboli – flussi turistici diretti al Parco della Mandria o verso le Valli di Lanzo.

²³ Il problema delle grandi mostre permane da tempo: negli anni scorsi ben poche esposizioni torinesi hanno superato la soglia dei 100.000 visitatori, collocando la città a grande distanza da Milano, Venezia, Roma (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2008). Per il 2009, il Ministero dei Beni culturali ha selezionato le 41 mostre «più importanti a livello nazionale per singolarità e caratteristiche» (<http://www.beniculturali.it>): 15 si svolgono a Roma, 6 a Milano, 4 a Firenze, 2 a Napoli, 1 a Bologna e a Venezia, nessuna a Torino. Il Piemonte nel suo complesso risulta l'ultima tra le regioni del Centro-nord, con una sola mostra segnalata: **Regine a Racconigi, la promenade**.

5.3. FIERE E FESTIVAL IN CHIAROSCURO

Già il primo Piano Strategico sottolineava l'esigenza di incentivare lo sviluppo del settore degli eventi quale potente attrattore di turismo – professionale e non – oltre che di visibilità pubblica e mediatica. Una delle principali linee strategiche prospettate dieci anni fa era di potenziare il polo fieristico e, in particolare, «le manifestazioni dedicate all'automotive, alla cultura e spettacolo e all'enogastronomia, individuando nuovi precisi ambiti di intervento di livello nazionale e internazionale» (Torino Internazionale, 2000).

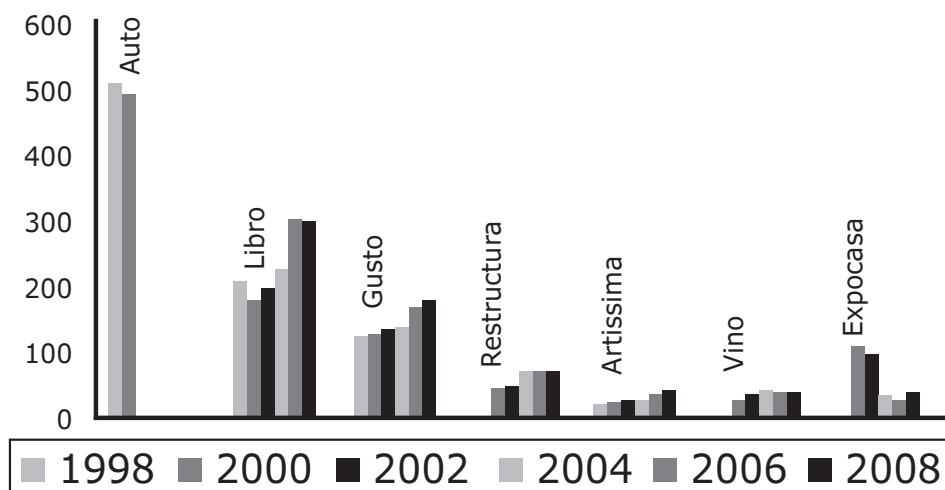
Di recente, il Secondo piano strategico continua a insistere sull'importanza di rafforzare le politiche per il turismo fieristico e congressuale, anche perché nel frattempo il sistema è tutt'altro che decollato. Il Lingotto ha ospitato qualche salone di buona rilevanza nazionale e in costante crescita: la Fiera del libro, innanzitutto (con +45% di visitatori tra 1998 e 2008 è diventata la fiera del settore più visitata d'Europa), il Salone del gusto (+43% di visitatori) e la fiera internazionale di arte contemporanea Artissima, che ha più che raddoppiato il numero dei visitatori. In compenso, altre fiere – come Restructura, Expocasa e il Salone del vino – non sono mai decollate né hanno insidiato le principali manifestazioni concorrenti nazionali²⁴. Soprattutto, rispetto a dieci anni fa, Torino ha perso – nel 2002 – lo storico Salone dell'automobile, il cui pubblico era più che doppio rispetto a quello della Fiera del libro, con un rilievo fortissimo sull'immagine della città: ancora tre anni dopo la sua chiusura, alla domanda «Ricorda qualche evento che si è svolto o si svolge regolarmente a Torino?» (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2005), il 40,8% degli italiani indicava il Salone dell'automobile, quasi il doppio di coloro che ricordavano la Fiera del libro (22,1%), quattro volte tanto rispetto al Salone del gusto (10,3%), che per altro era agli inizi.

Il sistema fieristico torinese – nonostante gli auspici del Piano strategico – rimane dunque del tutto marginale nel panorama nazionale e, ancor più, internazionale, dominato da Milano²⁵. A con-

²⁴ La fiera torinese Restructura, ad esempio, registra poco più di 70.000 visitatori contro i 300.000 del Saie di Bologna ed i 200.000 del Made di Milano; le 40.000 presenze di Expocasa sono ben distanti dalle 160.000 del Macef milanese; Vinitaly a Verona raggiunge 157.000 presenze, più del triplo dell'analogo salone torinese.

²⁵ Proprio la vicinanza con l'importantissimo polo milanese è una delle spiegazioni del mancato decollo del polo torinese. In questo senso paiono del tutto velleitarie le proposte di creare una sorta di «asse» fieristico tra i capoluoghi

Figura 5.2 – Principali saloni e fiere a Torino
(migliaia di ingressi; fonte: Ufficio di statistica del Comune di Torino, OCP, Lingotto Fiere)

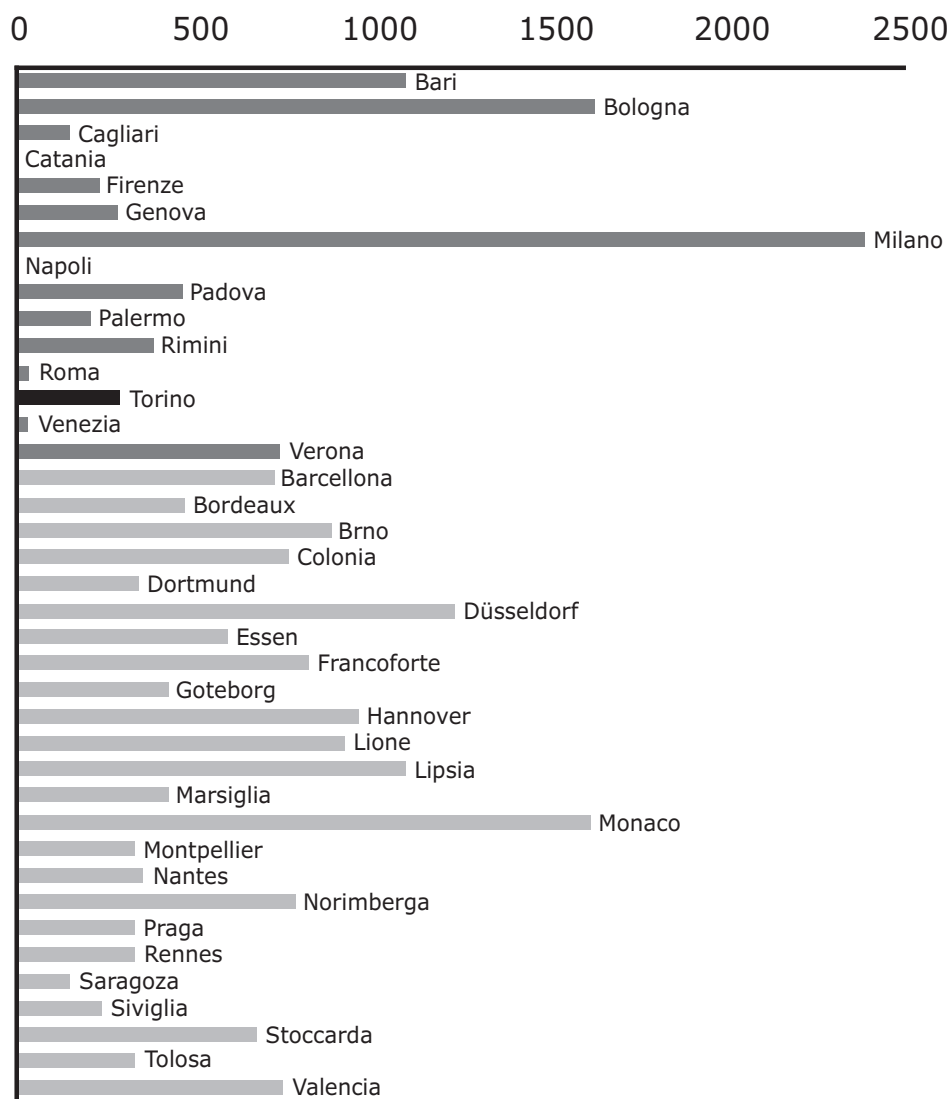


ferma del declino di Torino come polo fieristico, si tenga conto che negli anni Ottanta il capoluogo piemontese oscillava tra il terzo e il quarto posto tra le città italiane per numero di fiere (Censis, 1989).

Oltre a patire la vicinanza del «colosso» milanese, il sistema fieristico torinese ha dovuto fare i conti con non pochi problemi gestionali. In particolare, nel 1997, con la cessione del centro fiere del Lingotto dalla Fiat alla Promotor di Alfredo Cazzola (l'inventore del **Motor Show** bolognese), si sperava che la struttura potesse finalmente decollare. Negli anni però la nuova gestione non ha funzionato: il centro fiere ha continuato a presentare bilanci in rosso. Nel 2007 la società francese GL Event ha acquisito le strutture fieristiche del Lingotto e ad inizio 2009 ha ottenuto in concessione l'Oval e il ramo Fiere di Expo 2000; la gestione operativa del centro congressi è invece passata dalla società Expo 2000 (partecipata dalla Regione) alla Fiat.

lombardo e piemontese, specialmente in vista dell'esposizione universale del 2015: occorre realisticamente tener presente che, almeno in campo fieristico, il rapporto è quello tra una capitale europea (Milano) e una piccola cittadina di provincia (Torino). Al massimo, il capoluogo piemontese potrebbe puntare su un ruolo di complementarità, sia in termini di accoglienza e servizi (che può offrire a prezzi minori), sia come incubatore di nuovi eventi e fiere, destinati poi ad essere promossi da Milano su una scala più ampia nel caso abbiano successo (Russo, 2004).

Figura 5.3 - Fiere internazionali nelle metropoli europee - 2007
(migliaia di visitatori; fonte: Euro Fair Statistics)



Le perduranti difficoltà che i tanti attori – pubblici e privati – hanno dimostrato in questi anni dipendono forse anche da scelte strutturali compiute nei decenni (e anni) scorsi, che rivelano sempre più chiaramente la loro insostenibilità. Negli ultimi cinquant'anni, a Torino sono sorti cinque grandi spazi per fiere e saloni: Palavela, Palazzo del Lavoro e Torino Esposizioni per Italia '61, il Lingotto negli anni Ottanta, l'Oval nel 2006. Pur realizzati in periodi molto diversi, sono accomunati da un curioso destino paradossale: universalmente riconosciuti come ottimi interventi architettonici, questi

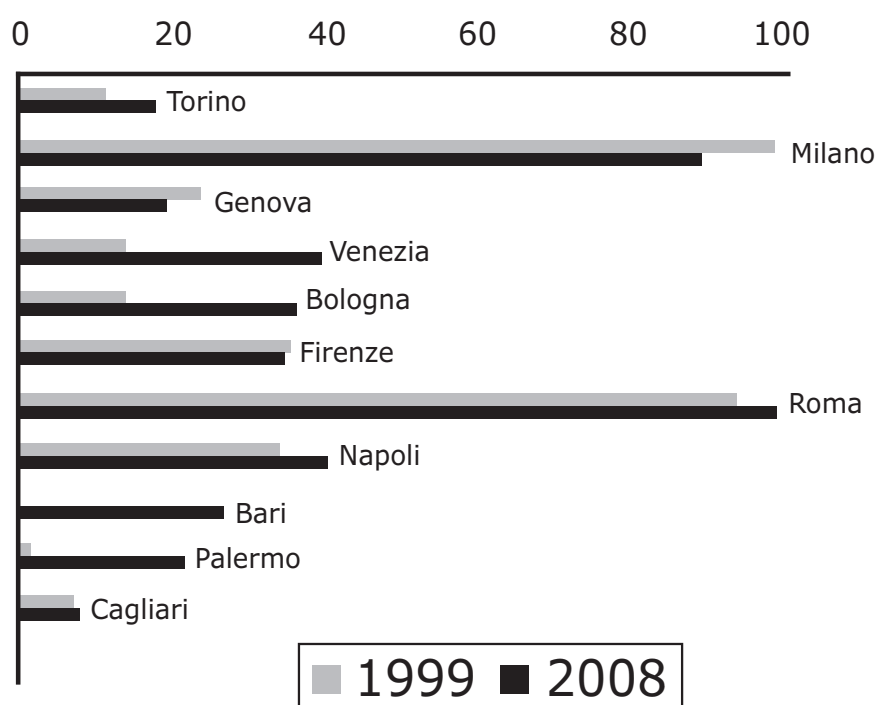
impianti si sono però rivelati sostanzialmente inadatti a ospitare grandi fiere, quasi sempre a causa degli elevatissimi costi di gestione e mantenimento: per riscaldamento, sicurezza ecc. Non favorisce questi edifici nemmeno la collocazione all'interno di quartieri compatti e semicentrali, relativamente distanti dai principali accessi autostradali, con scarse risorse in termini di parcheggi e di accessibilità con altri mezzi di trasporto, il treno in primo luogo²⁶. Le principali aree fieristiche del Nord sono invece distese di padiglioni, spesso brutti, ma progettati e costruiti sin dall'origine come spazi fieristici (dunque più sostenibili sul piano economico) e generalmente in prossimità di svincoli autostradali (talvolta di stazioni ferroviarie), quindi facilmente accessibili.

Torino rivela una perdurante debolezza anche nel settore congressuale. Nel 1999 risultava ultima tra le metropoli del Centronord e nettamente superata anche da Napoli. Nel primo Piano strategico si sottolineava l'esigenza di «potenziare il polo congressuale creando il Convention Bureau, per attivare una politica unitaria nella promozione delle attività congressuali» (struttura poi effettivamente avviata a maggio del 2000). In dieci anni, il numero di congressi e congressisti a Torino è aumentato, meno però di quanto fosse lecito attendersi, anche tenendo conto della grande crescita di visibilità della città grazie alle Olimpiadi. Secondo i dati dell'osservatorio congressuale italiano, la posizione di Torino nel panorama naziona-

²⁶ Il caso dell'Oval è emblematico: qualche anno fa, l'idea di spostarlo dalla sua originaria collocazione alle Vallette (prevista nel dossier di candidatura olimpica) in prossimità del Centro fiere mirava a rilanciare il polo del Lingotto con l'apertura di nuovi spazi, non permessi dalle rigidità e dalle esigenze di conservazione della fabbrica storica. Nel 2006 si era persino animato il dibattito circa la difficoltà di riuscire a far convivere all'Oval le fiere con l'attività della nazionale di velocità su ghiaccio (eredità olimpica e dell'entusiasmo collettivo per le imprese di Fabris e compagni). Nel biennio successivo ai Giochi, l'Oval è stato poi usato pochissimo per le gare (Universiadi e una gara di Coppa del mondo), quindi sostanzialmente abbandonato dal patinaggio, ufficialmente per i costi eccessivi d'affitto. Per fiere ed eventi non è andata molto meglio: nel 2007, dopo le Universiadi ha ospitato solo cinque piccoli eventi, per tredici giorni complessivi di utilizzo. Nel 2008 è andata meglio – anche grazie al Salone del gusto, che si tiene solo negli anni pari – con 45 giorni di eventi e un'ottantina per allestire e smontare le strutture: per circa due terzi dell'anno l'impianto è rimasto comunque inutilizzato. In compenso, in occasione delle (rare, per fortuna, da questo punto di vista) manifestazioni attrattive di pubblico, si creano attorno all'impianto drammatiche condizioni di blocco del traffico, con automobilisti intrappolati talvolta per ore: questo perché, in attesa del prolungamento della linea 1 del metrò, non esistono linee rapide ed efficienti di trasporto pubblico né piste ciclabili non è più stata sfruttata (dopo i Giochi) la grande opportunità derivante dalla scelta strategica di costruire l'Oval a fianco di una delle principali stazioni ferroviarie cittadine.

le è diventata ancora più marginale, superata ormai anche da quasi tutte le metropoli del Mezzogiorno²⁷.

Figura 5.4 – Congressi nelle metropoli italiane
(numero di partecipanti, fatto 100 il valore della città col maggior numero;
fonte: Osservatorio congressuale italiano)



²⁷ Quanto a provenienza dei congressisti, Torino si colloca nella media nazionale, con circa tre quarti di appuntamenti con un bacino locale/regionale, un quinto nazionale, il resto (attorno al 5%) di rilevanza internazionale. Nel 2008, Torino ha ospitato il grande e prestigioso 23° Congresso dell'Unione internazionale degli architetti, cui hanno preso parte 10.000 professionisti (più di quelli delle precedenti edizioni: 7.500 a Istanbul 2005, 5.000 a Berlino 2002). A luglio del 2010 si terrà a Torino un altro importante congresso internazionale, l'Euroscience Open Forum (Esof), che dovrebbe riunire oltre 2.000 ricercatori provenienti da tutta Europa. Torino nel 2008 è stata anche World Design Capital: per tale manifestazione sono state organizzate circa 340 iniziative (il 40% delle quali mostre, una cinquantina i convegni, 24 workshop, una ventina i concorsi); di queste il 76% si è svolto a Torino, l'11% in provincia, il 13% nel resto della regione. Le sei mostre direttamente organizzate dal Comitato (L'Oro del design italiano, Olivetti. Una bella società, Torino Geodesign, Flexibility. Design in a fast-changing society, International Design Casa, Dream. L'auto del futuro dal 1950) sono state visitate da circa 130.000 persone.

Tra gli altri eventi culturali ricorrenti a Torino, hanno assunto negli anni ruoli più rilevanti la rassegna musicale Settembre musica e il Film festival²⁸. La lenta e costante crescita di presenze nel decennio trascorso ha avuto un'impennata qualche tempo fa, grazie a ben precisi cambi di strategia: per Settembre musica la sinergia promozionale e organizzativa con Milano – attraverso la creazione nel 2007 della rassegna MI.TO. – pur non determinando un incremento degli spettatori complessivi, come mostra la figura 5.5, ha prodotto un significativo aumento (+31% tra 2006 e 2007) del pubblico pagante, oltre al primo posto per rilevanza mediatica tra i festival musicali italiani (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2008); per il Festival del cinema, l'avvento di Nanni Moretti alla direzione ha prodotto una grande ricaduta d'immagine, mediatica e quindi di presenze: +94% di spettatori in un anno²⁹.

Il rilancio del Torino film festival è stato reso possibile anche dalla cospicua crescita degli stanziamenti³⁰, da due a tre milioni, tra 2006

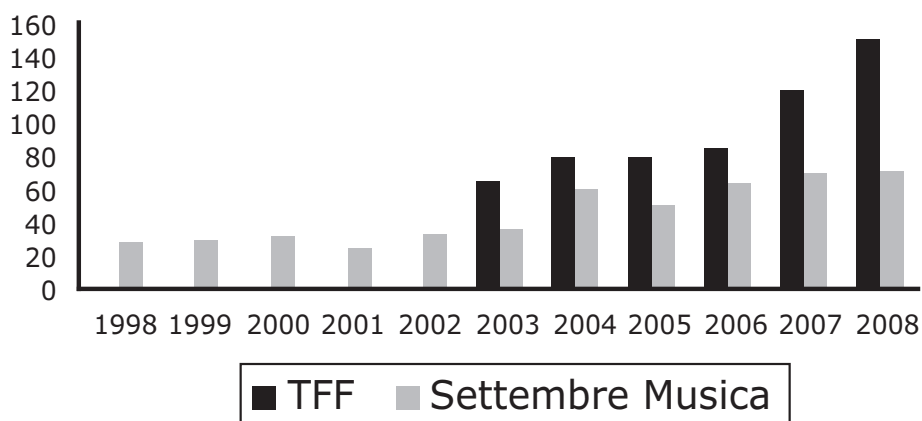
²⁸ Due eventi che, al contrario, pur avendo grandi potenzialità di pubblico e di attenzione mediatica, non sono mai decollati sono Cioccolato ed Experimenta. Il primo, per una città che punta sull'immagine di città dell'enogastronomia e del buon vivere, avrebbe potuto assumere un ruolo simbolico strategico, ma patendo la concorrenza della rassegna perugina Eurochocolate non è mai riuscito a superare la dimensione di kermesse locale (nemmeno dalle grandi ricadute commerciali, nonostante la gratuità d'accesso). La vicenda di Experimenta fa parte di un più generale fallimento delle strategie tese a creare eventi nel campo della scienza-intrattenimento, settore per altro strategico: si tenga conto, ad esempio, che il museo milanese della Scienza viene ogni anno visitato da quasi mezzo milione di persone. Experimenta è stata organizzata per anni in un luogo un po' decadente (tra le gabbie abbandonate dell'ex zoo), per periodi forse troppo lunghi (quasi deserta in autunno), senza mai superare un rilievo locale: persino durante le Olimpiadi era uno dei pochi eventi trascurati dai turisti; dal 2007 ha chiuso i battenti per problemi finanziari. Anche il Museo dello spazio a Pino torinese – uno dei pochissimi in Italia – è rimasto abbastanza marginale e poco visibile (si veda il capitolo 3). Quanto allo Science Center, nonostante entrambi i Piani strategici ne abbiano ribadito il ruolo fondamentale e l'istituto Siti abbia realizzato uno studio di fattibilità per collocarlo a Torino Esposizioni (dove a ottobre 2008 sono invece state inaugurate aule universitarie), da tempo notevoli perplessità gravano sulla reale sostenibilità di questo progetto per natura molto costoso, soprattutto in fase di gestione, tra manutenzione e rinnovo continuo degli exhibit offerti al pubblico.

²⁹ Fino a pochi anni fa sia il Torino film festival sia Settembre musica erano praticamente sconosciuti a livello sovralocale, se non in ristrette cerchie di addetti ai lavori: nel già citato sondaggio sugli eventi associati a Torino (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2005), appena lo 0,9% degli italiani ricordava il TFF, lo 0,6% Settembre musica.

³⁰ Vi è sostanzialmente una certa corrispondenza tra investimenti e ricadute mediatiche: il festival cinematografico torinese, ad esempio, ha un budget pari a un quarto e un'esposizione mediatica pari a un quinto del festival veneziano, il 20% di

e 2007: metà dalla Regione, un quarto dal Comune, il resto da sponsor privati. Si tratterà di capire se questo sforzo straordinario si rivelerà sostenibile, sia tenendo conto delle difficoltà finanziarie degli enti locali sia dei probabili effetti della crisi economica sugli sponsor privati³¹.

Figura 5.5 – Spettatori del Torino film festival e di Settembre Musica (migliaia; per Settembre musica spettatori paganti e non dei soli concerti svolti a Torino; per TFF dati disponibili solo dal 2003; fonte: Rapporti L'Eau Vive, Comitato Rota; www.mitosettembremusica.it)



5.4. EVENTI GRANDI, EVENTI PICCOLI

Nel prossimo biennio due grandi eventi sono previsti a Torino, entrambi dal forte potere simbolico e mediatico, l'ostensione della Sindone e il Centocinquantesimo dell'Unità d'Italia. Nel 1998 la penultima ostensione fece affluire in città 2.106.000 pellegrini (36.000 al giorno), 1.050.000 la successiva edizione del 2000; le

budget e il 16% di esposizione rispetto alla Berlinale, il 14% del budget e il 10% di esposizione rispetto al festival di Cannes (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2008).

³¹ Negli ultimi mesi diversi segnali fanno pensare che la spinta propulsiva del «biennio d'oro» di Film festival e Settembre musica possa essere in via di esaurimento: Nanni Moretti ha abbandonato la direzione del TFF (sostituito da un altro regista, Gianni Amelio), Settembre musica non ha più visto crescere il numero di spettatori (mentre ai concerti milanesi l'aumento è stato del 16% circa). È molto probabile che il Comune debba tagliare gli investimenti diretti al festival musicale, al contrario di Milano, che invece potrebbe incrementarli ancora.

manifestazioni per l'ultima grande celebrazione dell'Unità nazionale, quella del 1961, furono visitate da otto milioni e mezzo di persone. Si tratta evidentemente di una cifra esorbitante – si pensi che gli spettatori presso tutti gli impianti olimpici nel 2006 sono stati «appena» un milione e mezzo – ma che certamente non si produce spontaneamente, bensì attraverso un lungo e paziente processo di costruzione dell'evento, sul versante sia organizzativo sia promozionale.

Dopo le Olimpiadi del 2006, molti hanno cominciato ad alimentare l'attesa per questi due nuovi grandi appuntamenti, indicandoli come grandi opportunità per Torino di rimanere sulla cresta dell'onda (di visibilità, mediatica, turistica ecc.) generata dai Giochi³². Tuttavia proprio la forte prossimità temporale con l'evento olimpico – e tra loro – non ha certo favorito i due eventi: osservatori e organizzatori concordano nel sottolineare che, dopo le Olimpiadi, si è registrata una sorta di collettiva caduta di tensione, di capacità progettuale, di creatività, di impegno, di voglia di fare governance interistituzionale verso un comune obiettivo.

I contenuti delle manifestazioni del 2011, così, sono rimasti a lungo decisamente vaghi: «un programma straordinario di attività culturali, sportive e di intrattenimento dedicate all'Italia, alle sue eccellenze riconosciute e ai suoi valori inediti» (<http://www.italia150.it>). Solo ad inizio 2009 si è giunti ad una definizione relativamente più dettagliata³³: i principali eventi dovrebbero riguardare le «esperienze» relative a «bellezza e saper vivere» (dall'arte all'eno-gastronomia) alla Reggia di Venaria, «storia e identità» nazionale e «lavoro, scienza e tecnologia» alle OGR, «ambiente ed energia» a Parco Dora, «natura e paesaggio» al Valentino. Uno dei problemi più consistenti, soprattutto in termini di sostenibilità socioeconomica, è che per il 2011 si intende proporre – com'è tipico delle grandi espo-

³² Il comitato organizzatore delle celebrazioni, Italia 150, ribadisce esplicitamente: «Dopo i Giochi Olimpici Invernali del 2006, il 150° anniversario dell'unità d'Italia è il nuovo obiettivo della comunità torinese e piemontese» (<http://www.italia150.it>).

³³ Non due ma tre anni prima delle celebrazioni del Centenario dell'Unità si era passati alla progettazione organizzativa delle principali manifestazioni, essendone i contenuti ormai chiari e stabiliti da tempo: una mostra storica sull'Unità nazionale, una sulle regioni italiane, l'esposizione internazionale del lavoro e come eventi collaterali una mostra internazionale sui fiori, un festival cinematografico, il Circarama (film su schermi a 360 gradi), un grande luna park. Nel caso più recente dei Giochi del 2006, il calendario dei principali eventi, almeno quelli strettamente sportivi, era stabilito con chiarezza fin dal bando di candidatura del CIO.

sizioni – un calendario spalmato su oltre otto mesi. Ciò evidentemente richiede investimenti molto consistenti (per gestire e promuovere mostre ed eventi, ma anche ad esempio per potenziare i trasporti pubblici), per i quali diventa sempre più difficile reperire le risorse necessarie³⁴.

Anche per quanto riguarda i «contenitori», è evidente la differenza netta con la strategia adottata per le Olimpiadi, sempre per le minori disponibilità economiche pubbliche e private: l'unico progetto di costruzione di un nuovo edificio – la grande biblioteca civica in Spina 2 progettata una decina di anni fa dall'architetto Bellini – pare definitivamente destinato a rimanere nel libro dei sogni; gli investimenti per il 2011 avrebbero dovuto concentrarsi quindi sul completamento di una serie di progetti – soprattutto restauri e ampliamento di musei centrali – predisposti da tempo, a volte già avviati.

Sebbene l'insieme degli investimenti per i «contenitori» degli eventi del 2011 sia pari a meno di un terzo di quanto speso per gli impianti olimpici, stanno emergendo evidenti segnali di criticità: dopo aver ridimensionato l'iniziale richiesta di 600 milioni, il comitato organizzatore aveva ottenuto dal governo Prodi l'assegnazione (sulla carta) di 152 milioni, ossia un terzo dell'ammontare nazionale. Finora però è arrivata a Torino solo una prima tranche di 36,8 milioni che, insieme agli investimenti locali, ha permesso di appaltare nel 2007 i lavori per la realizzazione del Parco Dora (si veda il capitolo 3)³⁵. Una grande incertezza grava invece sulla seconda tranche di fondi statali, pari a 54 milioni, già prevista per il 2008; nel febbraio 2009 il Comitato organizzatore torinese ha deciso di avviare le gare d'appalto per i sei interventi relativi a questa seconda tranche, utilizzando le risorse messe a disposizione dagli enti locali,

³⁴ Lo stesso bassissimo interesse dei privati per il 2011 – prima ancora della crisi economica – non è incoraggiante: il comitato organizzatore è sorto per iniziativa esclusivamente pubblica, è formato da enti locali, atenei, camere di commercio e fondazioni bancarie. Da luglio 2008 a gennaio 2009 il comitato organizzatore ha cercato, con due appositi bandi, sponsor privati per gli eventi del 2011 e idee per creare il logo delle celebrazioni; è significativo che per quest'ultimo siano state presentate appena 3 proposte, mentre ad esempio il logo di Torino 2006 (il triangolo celeste traforato) era risultato vincitore tra 1.341 bozzetti in concorso.

³⁵ Prima delle Olimpiadi si ipotizzava di concentrare contenitori ed eventi per il 2011 nella cintura Nordovest (Campo volo di Collegno, area Bor.Set.To., sulla Reggia di Venaria), simmetricamente alla scelta di cinquant'anni fa, quando il Centenario era stata l'occasione per riqualificare l'accesso Sud alla città. Il progetto per il 2011 è stato poi radicalmente modificato, puntando a completare interventi già previsti, quasi tutti nel centro cittadino; l'intervento sul Parco Dora rimane l'unico in area non centrale.

il mese successivo il Governo³⁶ ha annunciato che la cifra verrà certamente ridimensionata. L'incertezza riguarda anche i progetti: alcuni, che pur compaiono ancora nella lista ufficiale – come lo Science center – sono ultimamente decaduti, altri potrebbero ancora essere modificati (come il trasferimento della Galleria Sabauda).

Tabella 5.3 – Progetti nell'area torinese per il Centocinquantesimo del 2011
(milioni di euro, fonte: Italia150)

	Investimento totale	di cui risorse locali (%)
Interventi finanziati e appaltati		
Parco Dora Spina 3	65,5	44,0
Interventi parzialmente finanziati		
Reggia di Venaria	38,5	48,1
Borgo Medievale	9,0	31,1
Polo Reale (Galleria Sabauda)	31,5	63,0
Parco del Valentino	15,0	53,0
Mastio della Cittadella	10,0	26,0
Museo del Risorgimento	4,0	50,0
Interventi da finanziare		
Venaria Reale - riqualificazione Borgo Castello	12,0	40,0
Interventi per la navigabilità del Po	10,0	40,0
Collegamento stradale Torino-Venaria	25,0	40,0
Palazzo Carignano	10,0	40,0
Castello del Valentino	12,0	58,3
Parco Stura	7,0	28,6
Science Center	30,0	66,7

Nella primavera del 2010, come detto, si celebrerà l'ostensione della Sindone. Il comitato organizzatore, costituito a novembre del 2008, è formato da enti locali, diocesi e fondazioni bancarie, cui è stato chiesto di coprire metà dei costi organizzativi, peraltro di un ordine di grandezza assolutamente incomparabile rispetto a quelli (almeno teorici) per il Centocinquantesimo dell'anno successivo: 10 milioni circa, contro i 280 milioni almeno ufficialmente preventivati per le celebrazioni del 2011. Anche nel caso dell'ostensione, comun-

³⁶ Per il Ministero dei Beni culturali la celebrazione del 2011 rimane – almeno per ora – certamente non prioritaria: sul sito ufficiale, a marzo 2009, il Centocinquantesimo non compare né nella sezione progetti né in quella grandi eventi.

que, pare ragionevole attendersi un successo inferiore al passato, un po' perché si tratta della terza in dieci anni (dopo un ventennio, dal 1978 al 1998, in cui la Sindone era rimasta chiusa nella sua teca), un po' per l'assenza di eventi collaterali di richiamo, che la stessa curia non auspica, temendo di far perdere centralità alla dimensione spirituale dell'evento. Dovrebbero quindi essere allestite due mostre nel Duomo, alcuni appuntamenti culturali e spettacoli in musei, alla Reggia di Venaria, ai teatri Regio e Stabile.

Saltando dal sacro al profano, un altro settore di grandi eventi di richiamo – anzi, il più rilevante in assoluto, almeno come dimensioni economiche e umane mobilitate – è quello dello sport. Non a caso, nel primo Piano strategico torinese lo sviluppo di eventi sportivi veniva indicato come un asse fondamentale per sostenere lo sforzo verso maggiore internazionalizzazione e promozione turistica³⁷: «Lo sport – argomentava il Piano – è una delle caratteristiche forti e specifiche di Torino, costituisce uno degli elementi su cui fondare il processo di internazionalizzazione. [...] L'assenza di un'azione di promozione dello sport locale aumenta il grado di marginalizzazione nazionale e internazionale dello sport torinese» (p.122). Nelle considerazioni del Piano si nota una curiosa dissonanza temporale: si usa il tempo presente nel parlare della forza del sistema sportivo locale. In verità, alla fine degli anni Novanta il quadro a Torino era ormai decisamente deprimente: sul piano dei grandi eventi internazionali, l'ultimo ospitato in città risaliva a venti anni prima³⁸ (gli Europei di basket del 1979), su quello dello sport business (o «sport spettacolo», secondo la dizione del Piano strategico) la Juventus era rimasta sola nel deserto lasciato dal declino di ex gloriose squadre dei principali sport, tutte retrocesse in serie minori, sparite dall'orizzonte mediatico, sovente fallite.

³⁷ Il Piano strategico, allo stesso tempo, dimostrava attenzione anche per la pratica sportiva di base, strumento per accrescere sostenibilità sociale, integrazione, qualità della vita, «momento di relax, di fruizione degli aspetti naturali e paesaggistici, [e per ridurre] i livelli di disagio giovanile» (Torino Internazionale, 2000, pp. 122-123). Su questo fronte, un ruolo fondamentale svolge **Sportinsieme**, pluridecennale iniziativa del Comune, che affida gli impianti ad associazioni per garantire la pratica sportiva a prezzi assolutamente popolari e con un occhio di riguardo per anziani e minori. Anche Regione e Provincia hanno messo in atto diverse iniziative promozionali (**Sport per tutti**, **Top school project**), volte soprattutto a incentivare nelle scuole la pratica degli sport invernali.

³⁸ In quel ventennio si erano tenute tre partite degli Europei di calcio nel 1980, cinque dei Mondiali del 1990 e i Mondiali di sci, però a Sestriere e – a differenza di quanto accadrà in occasione delle olimpiadi del 2006 – senza coinvolgere granché il capoluogo.

L'arrivo – assolutamente inatteso – delle Olimpiadi invernali a Torino servì anche, nei primi anni Duemila, ad alimentare l'attesa di una resurrezione del settore degli eventi sportivi. Sul piano dei grandi appuntamenti internazionali effettivamente l'onda olimpica ha prodotto ricadute, essenzialmente grazie all'impegno del settore pubblico (enti locali e di promozione sportiva): con Olimpiadi, Paralimpiadi, Mondiali di scherma e Universiadi, nel biennio 2006-2007 Torino accumula un numero di eventi sportivi internazionali tale da salire al sesto posto tra le città europee, dopo Atene, Barcellona, Madrid, Budapest e Roma. Tra 2008 e 2010 Torino è ancora sede degli Europei di ginnastica ritmica, di **short track**, di atletica indoor, di tuffi e dei Mondiali di pattinaggio artistico e degli sport dell'aria.

Invece, sul fronte dello sport business – terreno riservato per lo più ai privati – nel decennio si registra un completo fallimento: la Juventus rimane l'unica squadra competitiva, benché il suo storico prestigio subisca pesanti contraccolpi dal coinvolgimento in due grandi scandali (doping e corruzione degli arbitri) e da una retrocessione. L'altra squadra di calcio cittadina, il Torino, rimane declassata al rango di una «provinciale», perennemente oscillante tra serie B e bassifondi della A e con una strutturale instabilità gestionale: 11 presidenti diversi e 30 allenatori negli ultimi vent'anni, oltre al fallimento del 2005. Quanto agli altri maggiori sport di squadra, la migliore compagine torinese di pallavolo milita oggi in quarta serie (sfidando ad esempio le squadre di San Mauro, Caluso e Busca), stessa categoria in cui gioca la squadra di rugby, mentre le migliori del basket militano in quinta serie.

Neppure la creazione dei nuovi impianti olimpici ha incentivato investimenti privati nel settore, come si sperava, forse con un eccesso di ottimismo, stante il pessimo stato di salute dello sport business locale³⁹. La latitanza dei privati è rimasta pressoché totale, peggio che nel campo degli eventi culturali. È significativo in proposito il commento della testata specializzata Tuttohockey.com:

³⁹ La situazione risulta oggi paradossale: a fronte, ad esempio, della totale assenza di squadre professionistiche di basket e pallavolo, vi sono nell'area torinese ben otto palasport (cinque a Torino e tre nella prima cintura) in grado di ospitare una squadra di serie A. Questi impianti vengono talvolta utilizzati per lo sport di base (allenamenti, corsi ecc.), ma si tratta evidentemente di un uso improprio e insostenibile economicamente. Il caso del palaghiaccio Tazzoli è emblematico: un impianto da 2.300 posti (con costi gestionali da grande struttura) che viene utilizzato per il 97% del tempo per attività amatoriali (L'Eau Vive, Comitato Rota, 2008), con tribune pressoché deserte, e quindi in perenne deficit.

«Soldi pochissimi, niente sponsor privati con un minimo di consistenza, indecenti le aziende torinesi-piemontesi nel non mettere qualche decina di migliaia di euro nella squadra della città olimpica»⁴⁰. Mentre ancora negli anni Ottanta Torino contendeva ogni stagione a Milano il ruolo di capitale sportiva nazionale, non appena il sistema Fiat s'è ritirato dal settore – che abbondantemente sosteneva, attraverso Sisport, sponsorizzazioni, imprese dell'indotto – non è più emerso un solo imprenditore locale in grado di creare business attraverso gli eventi sportivi⁴¹.

⁴⁰ Secondo le ambiziose intenzioni preolimpiche, Torino sarebbe dovuta diventare la «capitale italiana del ghiaccio» grazie all'effetto traino dei Giochi e ai tanti nuovi impianti: negli ultimi sei-sette anni le squadre dell'hockey torinese non solo non sono mai riuscite a raggiungere la serie A, ma hanno collezionato due retrocessioni dalla seconda serie e due fallimenti societari.

⁴¹ Anche i tentativi di attirare imprenditori da fuori non hanno sostanzialmente avuto successo: nel calcio, ad esempio, due non torinesi hanno investito sulla squadra granata (il gruppo di Massimo Vidulich, quindi Urbano Cairo) senza però risollevarne le sorti; negli altri sport diversi tentativi sono falliti in partenza.

