

**ABITARE L'ITALIA
TERRITORI, ECONOMIE, DISEGUAGLIANZE**



XIV CONFERENZA SIU - 24/25/26 MARZO 2011

**Albano R. Una geografia degli eventi di
piccola e media grandezza a
Torino: luoghi puntiformi o flussi
continui?**

www.planum.net
ISSN 1723-0993

**XIV Conferenza SIU
ABITARE L'ITALIA. TERRITORI, ECONOMIE, DISEGUAGLIANZE**

Torino 24-25-26 marzo 2011

Atelier di riferimento: Progetti e politiche per il territorio

Autore: Albano Roberto¹

Titolo: Una geografia degli eventi di media grandezza a Torino: tra luoghi attrattivi e distretti per eventi²

In una città come Torino, che ha necessità di porsi come meta culturale di successo, per superare, in maniera vincente, il periodo della de-industrializzazione, il peso degli eventi (non per forza mega, ma soprattutto medi e micro) è crescente perché, oltre che produrre valore aggiunto economico, stimola la visibilità urbana e delle sue trasformazioni.

Il moltiplicarsi di questi spazi per eventi, per mostre ed esibizioni culturali modifica, e in parte compromette, i luoghi urbani e la struttura sia della città turistica che della città residenziale. Una nuova geografia dei luoghi, che interseca spazi, che ricadono tra il distretto culturale, i poli, i circuiti museali e lo spazio pubblico si viene a formare, generando nuove relazioni sia in termini spaziali che sociali. Spazi di retroscena, spazi di ribalta, luoghi del turismo e luoghi della vita culturale dei residenti si intersecano, spesso si ampliano, a volte si restringono.

Il contributo mostra tendenze, prospettive, periodizzazioni e tematiche sui principali eventi torinesi che si sono succeduti nel biennio 2008/2009, dedicando particolare attenzione alle *locations*, alla loro distribuzione sul territorio e alle connessioni spaziali esistenti, o molto più spesso, in progetto.

Parole chiave:

Medi eventi, spazi turistici, attrattività culturale

¹ *Dipartimento Interateneo Territorio*, Politecnico di Torino, roberto.albano@polito.it, 00393493504232.

² Il presente contributo è parte integrante di una ricerca commissionata da Torino Incontra al Gruppo Omero e ultimata nel dicembre 2010. Questa parte relativa alle caratteristiche dell'offerta di manifestazioni temporanee è compresa all'interno della ricerca *Il turismo torinese: eventi, sinergie e relazioni*, coordinata dai proff. Egidio Dansero e Alfredo Mela, insieme a Irene Ropolo e svolta nel 2010.

Una geografia degli eventi di piccola e media grandezza a Torino: luoghi puntiformi o flussi continui?

Il contributo presenta gli esiti di un lavoro di ricerca volto a comprendere e a definire il peso e la conformazione dell'offerta di eventi di breve durata (saltuari o ricorrenti) a Torino, ponendosi, quindi su un livello prevalentemente empirico e di osservazione diretta dei dati. In particolare, il lavoro si è concentrato sulla campionatura e sulla classificazione degli eventi a livello di area metropolitana torinese per individuarne e descriverne *trends* e peculiarità.

Il testo è suddiviso in tre parti: a un breve inquadramento bibliografico del tema di indagine, segue una descrizione dell'impostazione metodologica adottata per lo svolgimento della ricerca e, infine, si presentano i risultati del lavoro svolto focalizzando l'attenzione su dinamiche temporali, spaziali e tipologiche.

1_Inquadramento tematico

Esiste una letteratura ampia, completa e aggiornata sul tema dei grandi eventi e delle loro relazioni con il territorio, mentre non è possibile dire altrettanto per quanto riguarda gli eventi di minori dimensioni, dove i *report* sono spesso molto legati a un singolo evento o un contesto locale. L'importanza degli eventi per le città, soprattutto per quelle non ancora riconosciute come città turistiche e che hanno necessità di crearsi una nuova immagine, è riconosciuta da tutti, e a qualsiasi scala di riferimento. Gli eventi possono avere risonanza e dimensioni diverse e solo una piccola parte di essi appartiene alla categoria dei "Mega Eventi":

Sempre più festival musicali e cinematografici, congressi ed esposizioni, feste popolari ed eventi artistici, costituiscono occasioni per rappresentare la città e il territorio; cessano pertanto di essere semplici occasioni di consumo culturale o di loisir "a reti corte" (rivolte alla popolazione locale), per divenire veri e propri asset di una strategia di sviluppo che ha nei livelli istituzionali locali il proprio centro propulsore. (intervista a Vittorio Bo in CitY issues: Cities and Events, Ages, Torino, 2005).

Gli eventi che vengono definiti "grandi" o "mega" sono soltanto una piccola parte di quell'ampia categoria di festival e manifestazioni turistiche straordinari organizzati al di fuori ed oltre i normali programmi di attività turistiche e che basano il proprio successo sulla unicità, identificabilità nella unicità, e sulle correlazioni tempo-luogo per la loro organizzazione. Intorno all'evento vengono organizzati nuovi flussi di visitatori che utilizzano le strutture e i servizi turistici già esistenti. (Montanari A., 761)

In letteratura si trovano numerose definizioni e classificazioni degli eventi, quella proposta da Hiller (2000), può essere estesa anche agli eventi di media grandezza, essendo definiti come "interventi di breve durata e di alto profilo", che durano generalmente pochi giorni, o comunque per un periodo temporale finito e coinvolgono numeri consistenti di utenti sia locali che provenienti da altre parti del mondo (Hall, 1992; Getz, 1997).

Per quanto riguarda la classificazione degli eventi Guala C. (2002) oltrepassa quella proposta da Roche M. (2000), che a sua volta riprendeva Hall (1989), e propone la suddivisione riportata in figura, in cui attributi tematici/tipologici affiancano quelli dimensionali che suddividono tra: mega-events, special events, hallmark events, community events.

Tutti questi eventi hanno un target di riferimento e un rapporto diverso con le televisioni e con i media in genere.

Gli eventi considerati in questo contributo rientrano solamente in alcune delle categorie riportate in tabella e presentano tutti essenzialmente tre caratteristiche: la durata temporale limitata (si tratta infatti di manifestazioni che, magari con cadenza annuale o

biennale, in pochissimi casi triennale, animano la vita della città che li ospita per poche ore, pochi giorni e pochi mesi).

Tipologia di evento	Esempio	Target	Copertura TV
eventi «mega & media»	olimpiadi estive/invernali, finali coppa del mondo di calcio	globale	diretta TV
mega-eventi	expo mondiali	globale	servizi TV
eventi sportivi speciali	finali sportive specialistiche, mondiali di atletica, <i>Grand Prix</i> (F1), motociclismo, mondiali di sci, Giochi Panamericani, <i>America's Cup</i> di vela	globale e/o macroregionale	diretta TV
eventi politici speciali	summits internazionali (es. G7/G8)	globale/macroregionale	servizi TV
eventi economici speciali	fiere internazionali specialistiche (es. <i>Salone dell'auto /Motorshow, Euroflora/Floralies, Salone del libro, Salone della nautica</i>)	internazionale/nazionale	servizi TV
eventi culturali speciali	festival del cinema, teatro, balletto, <i>networks</i> «città educative», «città europee della cultura», grandi mostre d'arte, <i>Tall Ships Race and Meetings</i>	internazionale/nazionale	servizi TV
eventi religiosi speciali	giubileo (Roma), ostensione Sindone (Torino)	globale	servizi TV
grandi opere	Alexanderplatz (Berlino), Millennium Dome (Londra), Guggenheim (Bilbao), Ponte Vasco Da Gama (Lisbona), recupero dei <i>waterfronts</i> (Baltimora, Barcellona, Genova)	impatto nazionale e regionale	servizi TV

Sono tutti ospitati in strutture non costruite *ad hoc*, ma già utilizzate in precedenza, molte delle quali appartengono all'eredità dell'Evento Olimpico e presentano o un elevato livello di attrattività locale (concerti) o un bacino di utenza che sia almeno sovra regionale (prevalentemente congressi). Sono eventi che offrono un elevato interesse economico, la cui unicità (Hall, 1989) non è sempre garantita e non sono generalmente responsabili di alcun rinnovamento/rigenerazione, significativa e duratura, dell'ambiente urbano.

Ad alcuni di questi eventi è, tuttavia, riconosciuta una capacità attrattiva utile per mantenere viva l'attenzione oltre che verso i contenitori per eventi, anche verso realtà museali che altrimenti, dati alla mano, continuerebbero a perdere pubblico e visibilità.

Premesse le differenti caratteristiche tipologico-dimensionali riportate in figura e prima di presentare alcuni esiti è comunque doveroso ricordare i seguenti postulati;

Ogni evento ha una sua scala di applicazione e può essere definito grande nella dimensione locale, regionale, nazionale o globale;

Solo se un grande evento è originale e unico, e quindi irripetibile, riesce ad attrarre l'attenzione anche oltre i confini del luogo in cui si svolge e del territorio a cui si rivolge;

Un evento, inoltre, può essere definito «mega» non tanto per le sue dimensioni o per la quantità di visitatori che riesce ad attrarre, quanto per la sua ampia diffusione internazionale tramite la stampa, la radio, la televisione e il Web (Montanari, 2002);

Una catalogazione completa degli eventi non esiste e difficilmente potrà esistere perché è una situazione in continuo aggiornamento come sottolineato da Watt (1998), dopo aver pubblicato una lista comprendente oltre 40 tipologie di eventi;

2_Metodologia³

La prima grande difficoltà che si è dovuta superare attraverso un'impostazione metodologica specifica riguardava la definizione, e la successiva definizione, dell'oggetto dell'analisi. Essendo uno degli obiettivi principali definire il peso specifico e la specializzazione dei diversi comparti, da quello fieristico congressuale, a quello sportivo, senza trascurare le manifestazioni culturali e i festival, a cui il sistema Torino attribuisce grande importanza, si è deciso di non introdurre una variabile temporale, relativa alla durata, per ridurre il campo di studi, ma si è scelto di considerare eventi la cui durata complessiva può essere di uno o più giorni (sono infatti state incluse anche mostre temporanee con durate di oltre 100 giorni di apertura). Questa scelta, che presenta il rischio di avere un *database* di eventi più ampio e più difficile da confrontare, ha consentito, però, di possedere un quadro d'insieme in grado di descrivere correttamente il panorama degli eventi (e all'interno della parola eventi sono inclusi sia i festival che le esibizioni temporanee) in modo da essere in grado di osservare direttamente la rilevanza di ciascun comparto.

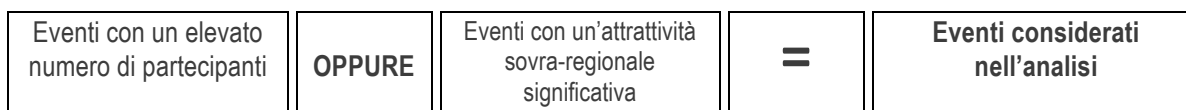
³ *Esclusioni e limiti dell'analisi:* La ricerca si pone l'obiettivo di risultare il più possibile completa, ma è tuttavia necessario ribadire alcuni criteri che sono alla base della scelta degli eventi considerati ed introdurre alcune specificazioni:

- sono stati inseriti solamente gli eventi a cui è stata attribuita una capacità attrattiva significativa in termini numerici o un bacino attrattivo sovralocale. Per tutte le manifestazioni considerate, per un totale di oltre 300, si è ritenuto che il pubblico arrivi almeno dalle regioni limitrofe;
- non sono state considerate, dal punto di vista quantitativo, le programmazioni teatrali, le stagioni concertistiche di teatri ed auditorium e i campionati di calcio di serie A e B. Queste manifestazioni non si crede rientrino all'interno di quella che è l'offerta di eventi della città perché appartenenti a circuiti stabili di una differente tipologia;
- i dati relativi agli ingressi e alle presenze derivano da fonti diverse e rischiano, in alcuni casi, di essere distorte da due fattori prevalenti. Per primo, il numero di visite derivanti dalle scuole che appartengono, in genere ad un bacino di attrattività in prevalenza locale. Secondariamente dalla difficoltà nel separare, nei casi in cui alcune mostre siano ospitate all'interno di strutture museali, tra il pubblico realmente interessato alla mostra e quello che avrebbe egualmente visitato la collezione permanente;
- i dati relativi all'affluenza sono comunque da considerare come dati di massima di riferimento perché la loro raccolta presenta sempre alcune limitazioni: prima tra tutte è da segnalare escludendo alcune manifestazioni ospitate negli spazi pubblici della città (Biennale Democrazia o Portici di Carta, ad esempio), per i quali è risultato difficoltoso ottenere un riscontro delle presenze;
- alcune valutazioni relative all'attrattività delle manifestazioni sono state indicate dagli organizzatori, mentre altre sono state effettuate direttamente dal gruppo di ricerca e presentano, quindi, un certo grado di discrezionalità.
- i soggetti diversi possono considerare in modo differente le richieste a loro sottoposte, relative, ad esempio, al bacino di attrattività o al numero di presenze; la programmazione del *Centro Congressi Torino Incontra* è stata considerata con i volumi attrattivi forniti dall'ufficio stampa del Centro Congressi, mentre per quanto riguarda i singoli eventi principali e la loro distribuzione temporale si è fatto riferimento all'elenco recuperato da *Torino Convention Bureau* (non completo, e quindi confrontato con l'archivio eventi disponibile sul sito www.torinoincontra.org per avvicinare i dati direttamente forniti dal Centro Congressi relativi ai congressi a valenza internazionale).

I criteri di selezione degli eventi non risultano quindi particolarmente restrittivi perché l'obiettivo è considerare un campione il più ampio possibile, ma sono rimasti esclusi dall'analisi tutti quelli che:

- possiedono una rilevanza mediatica ed attrattiva tale essere classificati come megaeventi;
- possiedono una dimensione ridotta tale da considerarli eventi di quartiere o con bacino limitato alla scala urbana o provinciale.

Sono stati quindi ritenuti idonei gli eventi in grado di mostrare una rilevante attrattività in termini numerici di afflusso (con soglia minima individuata al di sopra di 1000 partecipanti) o eventi minori che presentino una particolare rilevanza, che sia almeno nazionale.



La raccolta **dati** è iniziata nel maggio del 2010. Sono stati richiesti e poi catalogati i dati relativi al triennio 2008/2010 ma sono stati considerati dal punto di vista numerico e quantitativo solamente quelli relativi al biennio **2008/2009**, perché comprensivi dell'annualità completa di dodici mesi. Tale intervallo di tempo (biennale) ha consentito di avere un panorama più completo includendo anche quegli eventi che avvengono ogni due anni che altrimenti ne sarebbero rimasti esclusi.

E' stato deciso di limitare l'analisi alla **città di Torino e alla prima cintura dell'area metropolitana** che comprende alcuni siti che non sarebbe altrimenti stato corretto escludere da un ragionamento ampio e complessivo dell'offerta del sistema culturale dell'area torinese. Tra i luoghi considerati esterni al confine comunale torinese: Reggia di Venaria, Castello di Rivoli, Festival Musicali di Collegno e Borgaro Torinese.

La raccolta dei dati è stata effettuata attraverso tre canali principali che potremmo chiamare: diretti, indiretti e promozionali. Appartengono ai dati raccolti *direttamente* quelli forniti dai gestori degli spazi o dagli organizzatori degli eventi, rientrano invece nella categoria dei dati indiretti quelli estrapolati dalle relazioni di alcuni soggetti specifici o enti di ricerca che hanno approfondito i temi oggetto dell'analisi, mentre rientrano in quella categoria di fonti che è stata chiamata promozionale, l'insieme delle informazioni che derivano da brochure pubblicitarie e dalla comunicazione che avviene attraverso i comunicati stampa e le *newsletter* che il Comune di Torino promulga e diffonde all'esterno.

Al fine di riuscire a costituire un campione completo e significativo degli eventi che si sono svolti a Torino nel biennio in esame si è deciso di iniziare con l'individuazione delle tipologie di manifestazioni da prendere in considerazione: fiere, congressi, festival, concerti, eventi sportivi e mostre temporanee.

La tabella seguente raggruppa le informazioni che sono state raccolte per gli eventi individuati, cercando di arrivare ad una matrice d'insieme quanto più possibile completa e significativa.

Informazione	Descrizione
Nome Manifestazione e tipologia	Oltre al nome dell'iniziativa, si è provveduto a raggruppare gli eventi tra le seguenti tipologie: eventi, congressi, fiere, mostre, circuito/festival
Settore di appartenenza	A ciascuno è stato attribuito uno tra i seguenti settori: sport, cinema, arte, architettura, design, scienza, motori, musica, spettacolo, varie
Organizzatori e partner ⁴	Sono riportati i principali soggetti che hanno contribuito all'iniziativa
Eventuale appartenenza a un circuito	Nel caso di alcuni eventi che rientrano all'interno di un più ampio circuito è stato indicato il circuito di appartenenza (<i>Contemporary Art, Mi.To</i> , ecc.)
Location	Si indica la sede della manifestazione, anche nel caso essa avvenga in piazze e spazi pubblici
Periodo	Si riporta il mese in cui si è svolto l'evento
Durata	Si indica il numero di giorni dell'evento, in modo tale da ottenere immediatamente anche il dato relativo al numero di visite al giorno
Ingresso Libero	Si segnala la gratuità e l'apertura dell'evento
Pubblico	Si riporta il numero di presenze ⁵ attratte dall'evento
Pubblico Giornaliero	Pubblico/durata
Bacino di attrazione	Si ipotizza (discrezionale) il bacino di attrazione dell'evento classificandolo tra: regionale/nord ovest, nazionale e internazionale

⁴ Informazione incompleta

⁵ Esso può essere indicato direttamente dall'organizzatore, essere estrapolato dalle relazioni analizzate o in altri casi stimato

3_Esiti dell'analisi

Sono stati raccolti i dati relativi ad oltre 150 manifestazioni per anno, per un totale di oltre 300 nel biennio 2008/2009, ai quali si aggiungono quelli relativi al centinaio di eventi che hanno avuto luogo nel 2010. I dati raccolti consentono di effettuare valutazioni di diverso tipo in grado di bene rappresentare la geografia dei principali spazi nella realtà urbana, la stagionalità dei flussi e delle attrazioni, la diversificazione dell'offerta e le sue principali caratteristiche di gratuità, attrattività e ricorrenza. L'insieme dei dati è stato suddiviso in cinque diverse tipologie: eventi, mostre, fiere, congressi e festival.

Tutti questi settori hanno mobilitato, nel loro insieme, circa 6 milioni di spettatori tra il 2008 e il 2009, con una media di circa 3 milioni all'anno⁶. Le motivazioni di questo numero di spettatori, che potrebbe sembrare elevato ma che ripartito mediamente sui 365 giorni dell'anno porta a valori giornalieri inferiori ai 10.000 individui che si muovono per fiere, concerti, eventi in genere, saloni, festival o congressi, stanno nella, più o meno continua, programmazione di eventi temporanei che connota l'offerta della sola area metropolitana di Torino. E' da segnalare il fatto che tali dati non significano che a questi eventi ha partecipato un pubblico di 3 milioni di individui diversi, ma è verosimile pensare che vi sia un bacino di gravitazione ridotto, probabilmente anche a meno di un milione di persone, che partecipa a più eventi, ed in questo senso la Torino Card contribuisce molto a fidelizzare i torinesi e a invogliare loro a partecipare a più eventi durante lo stesso anno solare. Seppur quindi con tutte le premesse già riportate, è comunque un dato significativo che induce a ragionare a e a soffermarsi sull'importanza di questi eventi per il territorio e per l'economia locale da essi stimolata.

I dati raccolti e le successive elaborazioni consentono di effettuare valutazioni di sintesi relative a:

- la tipologia e la differenziazione dell'offerta;
- la distribuzione temporale dell'offerta;
- le *locations* e la distribuzione spaziale dei principali poli dell'offerta;

3.1_La tipologia e la differenziazione dell'offerta

Si è scelto di suddividere gli Eventi nelle seguenti cinque differenti categorie che presentano attributi, tra loro anche fortemente differenziati.

- *Mostre*: si considerano le esposizioni temporanee all'interno delle strutture individuate. L'anomalia delle mostre (e dei festival) rispetto a fiere, eventi e congressi è che hanno uno sviluppo temporale che, generalmente, si estende su più mensilità e lo stesso pubblico (con un bacino di utenza molto differenziato) è propenso a visitarne più di una all'anno;
- *Fiere*: sono state considerate le fiere divulgative o commerciali svolte all'interno del complesso del Lingotto Fiere+Oval (unico centro, all'interno dell'area metropolitana con rilevanza internazionale), e di alcune altre grandi strutture polivalenti.
- *Eventi*: comprende sia gli eventi musicali (e culturali in genere) che sportivi con durata generalmente non superiore a 3 giorni ospitati nelle strutture individuate.
- *Congressi*: sono per lo più congressi scientifici ospitati nelle strutture congressuali dotate di capacità attrattiva internazionale. Essi sono caratterizzati da una forza di attrazione che raramente supera le 5000 persone con un ampio e specifico bacino di attrazione;
- *Festival*: considera i principali festival teatrali, musicali (e culturali in genere), a rilevanza sovra locale che si organizzano sul territorio.

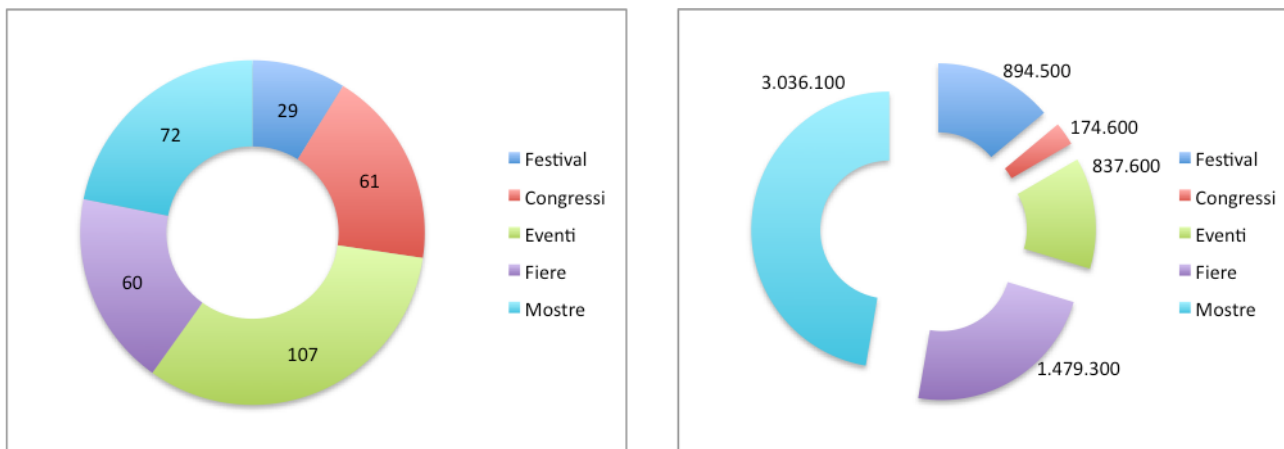
Le seguenti elaborazioni mostrano la suddivisione degli eventi sulla base delle categorie sopra elencate classificandole, prima, sulla base del numero di manifestazioni (un festival o una mostra avranno entrambi valore = 1) e, successivamente, assumendo come dato il numero di partecipanti.

La *figura* rappresenta l'offerta differenziata tra festival, congressi, eventi, fiere e mostre temporanee relativamente al numero di eventi conteggiati (sinistra) e al pubblico che ha assistito alle manifestazioni (destra), negli anni 2008 e 2009. Risulta immediatamente visibile la significatività del ruolo delle mostre temporanee all'interno del calendario torinese, sia in termini di visitatori che in termini numerici, rispetto agli altri settori. Le oltre 70 mostre considerate, perché ritenute quelle con maggiore visibilità, sono state visitate da oltre tre milioni di visitatori.

Un confronto tra i due grafici è utile, invece, per segnalare la significativa differenza tra il numero e le presenze per quanto riguarda gli eventi e, soprattutto i congressi, dove si evidenzia un alto numero a cui corrisponde un valore di

⁶ Sono dati che, come riportato nell'introduzione, stima delle presenze alla mostra, poiché risulta spesso impossibile distinguere le visite alle esposizioni temporanee da quelle alle collezioni permanenti e alle altre mostre concomitanti.

presenze non elevato. Questo perché, se si escludono l'unico grande Congresso Mondiale, che è stato quello degli Architetti del 2008, che ha superato le 10.000 partecipazioni, e la Convention Herbalife Europe, che ha coinvolto 8.000 iscritti, le altre manifestazioni difficilmente superano le 2000 presenze, connotando il settore congressuale come di nicchia, anche se con una forte propensione verso le altre regioni e gli altri paesi europei.



L'offerta nell'area di Torino tra il 2008 e il 2009. A sinistra: il numero degli eventi; a destra: il pubblico coinvolto

Per quanto riguarda il settore fieristico e dei festival non si riscontra una sproporzione tra la figura di destra e di sinistra, ma, per entrambi, è possibile effettuare alcune considerazioni. Le fiere di una certa rilevanza si svolgono prevalentemente tra gli spazi del Lingotto Fiere e dell'Oval Lingotto, e si possono facilmente classificare sulla base del pubblico, su tre categorie (tra 150.000 e 300.000; tra 20.000 e 50.000 e 10.000 – di nicchia).

E' fondamentale, inoltre, ricordare come alcune tra le mostre considerate siano ospitate in sedi museali dotate di alti valori propri di attrattività (Reggia di Venaria, Museo nazionale del Cinema, Palazzo Madama) e di come sia difficile discernere tra pubblico delle scuole dal pubblico effettivo.

Ciononostante le esibizioni temporanee mobilitano numerosi visitatori, questo anche grazie alla durata continuativa che oltrepassa anche i sei mesi, a differenza di eventi e congressi la cui durata è spesso giornaliera o comunque difficilmente supera i tre giorni. Il settore fieristico è inoltre quello in grado di raggiungere elevati valori numerici di attrattività verso l'esterno, sia per quanto riguarda gli espositori che i visitatori.

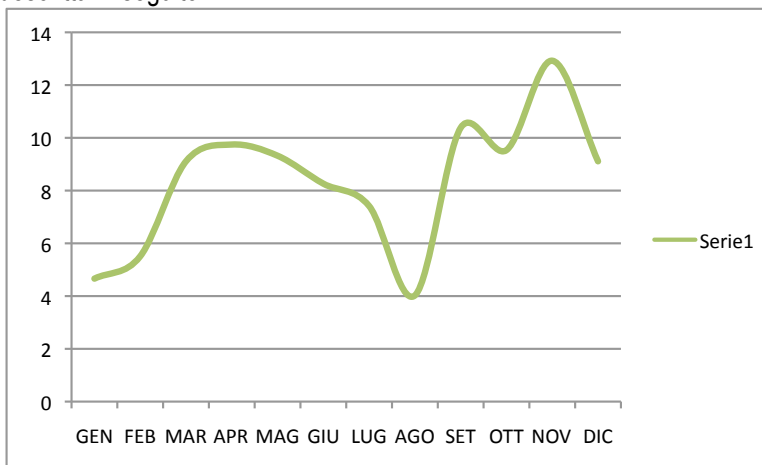
Se si escludono, infatti, alcuni, sopra citati, congressi sporadici, alcune mostre e alcuni (pochi) eventi sportivi, sono le grandi fiere, classificate nella categoria A, ad attrarre un vasto pubblico proveniente da altre regioni, prevalentemente del nord Italia.

Anticipando alcune considerazioni localizzative che si vedranno in seguito, la scelta di posizionare i grandi contenitori per eventi e per fiere in aree periferiche è motivata da una maggiore accessibilità rispetto alle aree centrali e da una affluenza di pubblico che nel caso di fiere ed eventi oltrepassa, anche di gran lunga, le 10.000 persone al giorno, mentre per le mostre si attesta mediamente non oltre i 500 visitatori.

3.2 La distribuzione temporale degli eventi durante il corso dell'anno

Osservando la distribuzione temporale degli eventi nel biennio 2008/2009 è possibile riscontrare immediatamente una situazione analoga tra il 2008 e il 2009 che consente di individuare alcuni periodi dell'anno in cui l'offerta è maggiore e prevalente rispetto ad altri periodi. Sia nel 2008 che nel 2009 la curva temporale, che rappresenta il numero mensile di eventi nel panorama torinese, segue il medesimo andamento presentando il picco superiore nel mese di novembre e quello inferiore nel mese di agosto. Raggruppando le due annualità, e trasformando i valori assoluti in termini percentuali, emerge la situazione graficamente descritta in seguito.

Sono nettamente visibili due picchi negativi corrispondenti ai mesi di gennaio ed agosto, con una percentuale di eventi organizzati che si attesta tra il 4% e il 4,5%, un terzo rispetto a quelli che avvengono nel mese di novembre che, con oltre il 12% di eventi, pari ad un valore medio di 30 eventi, tra il 2008 e il 2009, risulta il mese di picco. Oltre a questi valori mensili è inoltre possibile individuare, come risultano chiaramente visibili in figura, due periodi, o due stagioni contrassegnati da un elevato numero di eventi: i mesi primaverili di marzo, aprile, maggio e giugno (con una lieve flessione nel mese di giugno) con un valore totale di manifestazioni pari a poco meno del 36% del totale.



Percentuale mensile di eventi sul totale dell'area metropolitana (2008/2009)

A questo si somma il periodo autunnale compreso tra settembre e dicembre, mesi che coprono insieme il 42% dell'offerta, con un picco del 13% nel mese di novembre. I periodi estivi ed invernali (luglio, agosto, gennaio e febbraio) si spartiscono insieme solamente il restante 22% del mercato degli eventi.

E' possibile, quindi, definire l'offerta del sistema torinese come soggetta a una stagionalità abbastanza elevata e fortemente incentrata sulle stagioni intermedie, primaverili ed autunnali, carente durante i mesi invernali.

Il periodo estivo si presenta come quello più critico per l'offerta ai visitatori di una città che ancora non si può evidentemente considerare turistica: la carente offerta culturale (in senso ampio) estiva, che viene, a fatica, tamponata nel mese di luglio dalla presenza di importanti festival musicali, offre al turista una città con un'offerta ancora troppo limitata rispetto ad altri periodi dell'anno.

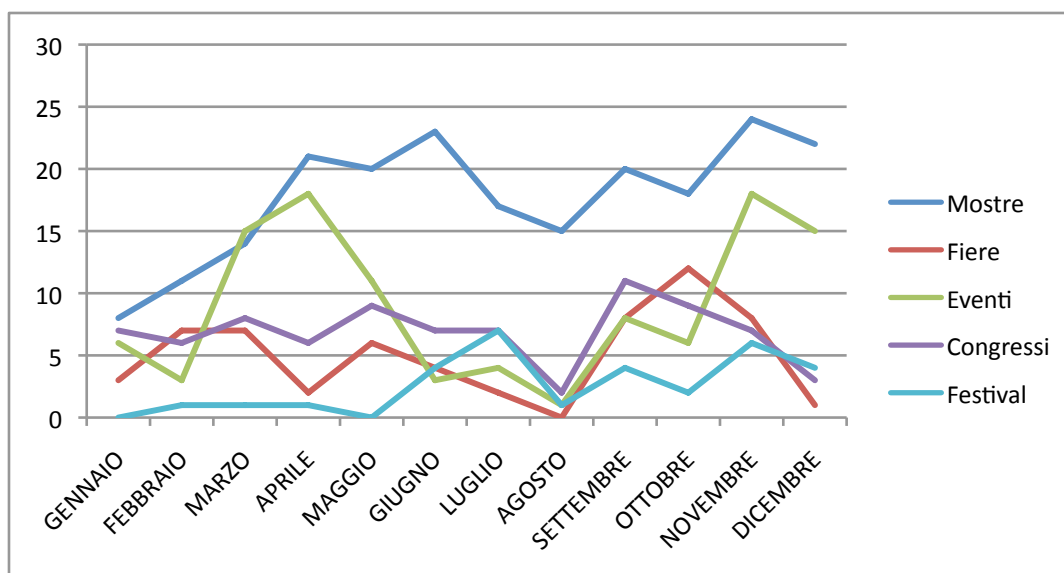
Confrontando l'andamento dei trend turistici regionali e le visite all'interno del sistema museale metropolitano con la distribuzione degli eventi emerge, nel primo caso una difformità, nel secondo una certa analogia.

E' possibile comunque sintetizzare che esistono delle forti relazioni tra turismo urbano, stagionalità e ruolo degli eventi, mentre è ancora da rafforzare la sinergia tra Torino e il suo contesto per una serie di aspetti, tra cui la stagionalità dell'offerta di eventi non può essere considerata secondaria.

La figura seguente rappresenta la medesima situazione ma suddivisa per le diverse tipologie di eventi descritte nei paragrafi precedenti.

La situazione fotografata descrive il numero di eventi organizzati per ciascun mese sommando i dati del 2008 a quelli del 2009, offre immediatamente diverse suggestioni che si cercherà di mettere in luce di seguito.

Il picco negativo di agosto riguarda tutte le 5 tipologie, compresa l'offerta di mostre che presenta, per il motivo che si vedrà in seguito, valori generalmente più elevati e compreso il settore congressuale caratterizzato, in genere, da una più bassa stagionalità. Prima della sintetica descrizione delle tendenze delle singole categorie è ancora opportuno segnalare l'evidente decrescita di fiere e congressi nella stagione invernale ed in particolare nei mesi di novembre, dicembre e gennaio, mesi in cui, è l'offerta di eventi e mostre, insieme ad alcuni festival di successo (MI.TO, Paratissima, ecc.) che porta la curva totale ad un livello più elevato.



Distribuzione mensile degli eventi per tipologia (2008, 2009)

Il settore delle mostre, come anticipato in precedenza, **presenta valori assoluti maggiori**, non sempre **attribuibili** ad un più elevato numero di eventi ma **ad una durata molto più prolungata**. Il grafico rappresenta, infatti, la somma del numero di eventi contati mensilmente all'interno dell'area metropolitana di Torino tra il 2008 e il 2009 e un'esposizione della durata trimestrale risulterà presente su tre mensilità, a differenza di un evento o un congresso che, avendo una durata inferiore sarà conteggiato su un mese.

I settori fieristico e **congressuale** (soprattutto), presentano una **stagionalità poco elevata**, seppur risulta possibile individuare per entrambi il picco di attività nella stagione autunnale. Dopo la pausa del mese di agosto, infatti, i settori congressuale e fieristico raggiungono i momenti di picco, rispettivamente, nei mesi di settembre ed ottobre (con una media mensile di oltre 5 eventi) e con la presenza di alcuni tra i più importanti eventi ricorrenti all'interno dell'offerta torinese, tra cui i saloni enogastronomici e alcune rassegne artistiche (Artissima).

I **festival** e le rassegne iniziano ad assumere **un'importanza significativa nel secondo semestre** dell'anno, periodo in cui si contano tra le due e le tre rassegne, mentre sono quasi inesistenti nella prima parte dell'anno. Tutti i festival sono composti da singoli eventi, ma vengono, in questa rappresentazione considerati come eventi singoli; particolarmente **rilevante** è questa tipologia di offerta nel **mese di luglio**, mese di picco in cui tale offerta (composta da diversi festival musicali e teatrali tra cui Colonia Sonora, Venaria Real Fest, Traffic, Teatro a Corte ecc.) si contrappone ad altri settori, tra cui quello fieristico, che hanno iniziato la discesa che culminerà nel mese di agosto.

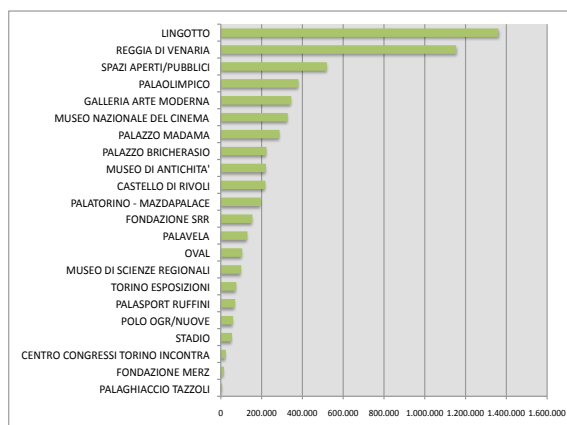
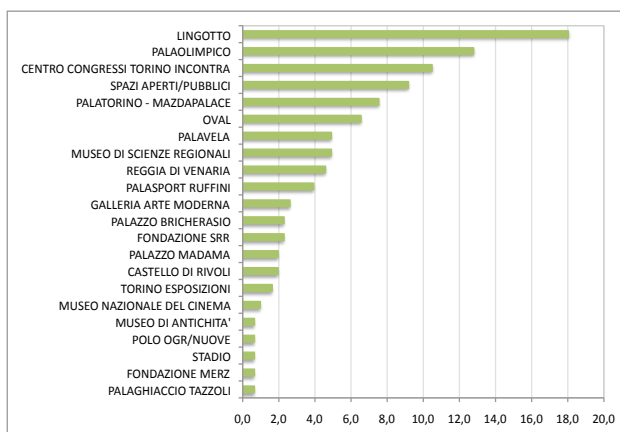
Il numero degli eventi risulta molto altalenante e soggetto ad una forte stagionalità che vede i picchi positivi nei mesi di aprile e novembre e negativi durante la stagione estiva, contando anche una differenza tra novembre e luglio di 14 eventi (mediamente 7 per anno).

3.3_ Le locations e la distribuzione spaziale dei principali poli dell'offerta

Gli eventi, ancora troppo spesso, tendono a creare un rapporto esclusivo tra i partecipanti e il luogo in cui l'evento viene ospitato, tutto ciò che sta intorno in molti casi non viene vissuto ma viene percepito come supporto alla manifestazione o come semplice corridoio infrastrutturale di passaggio. Tra tutti gli eventi quelli che si svolgono in spazi aperti e pubblici sono quelli che possiedono un rapporto più diretto con il territorio, che non presentano, invece, quelli che si svolgono in comparti stagni. Ed è questa, quindi, la prima grande distinzione è da effettuare tra gli eventi che avvengono all'interno di strutture, più o meno appositamente create, e quelle che, al contrario, sono organizzate in parti di città, in parchi, piazze o giardini.

Entrambe le tipologie possono presentare un livello significativo di attrattività, che risulta, però, in alcuni casi, difficilmente misurabile. Ai primi posti, nelle figure seguenti, è presente una voce in cui è attribuito un valore alle manifestazioni organizzate all'interno degli spazi aperti pubblici, è questa una voce da considerare con le dovute precauzioni derivanti da una difficile quantificazione, sia degli eventi sia del pubblico partecipante. Per alcuni di questi eventi, tra cui i principali festival musicali, si hanno a disposizione alcune stime, mentre per altre manifestazioni, tra cui, ad esempio, Luci d'Artista o CioccolaTo non sono stati inseriti valori di riferimento. Il dato inserito, quindi, relativo al numero di eventi, seppur in tutte le figure compaia tra i primi posti in elenco, è un dato che è fortemente sottostimato.

La figura destra individua le principali *locations* interne all'area metropolitana, classificandole sulla base del numero di partecipanti, mentre la figura a sinistra classifica i siti per numero di eventi organizzati.



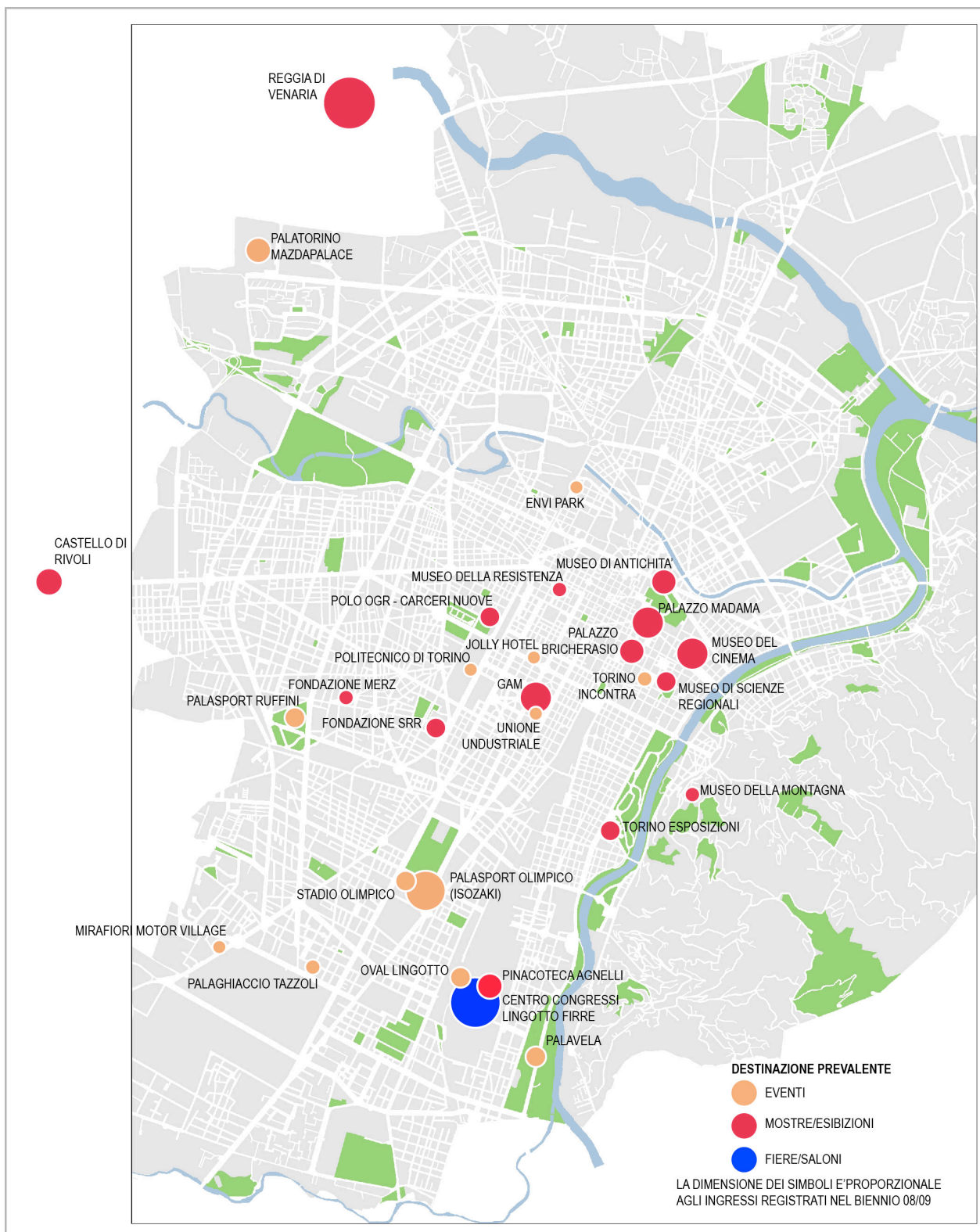
(sinistra) Percentuale di eventi organizzati nelle singole strutture sul totale degli eventi – (destra) affluenza di pubblico nelle principali *locations*.

Il Lingotto (Centro Congressi e Lingotto Fiere) si pone come il polo attrattivo di gran lunga più attrattivo della città di Torino, con circa 1 milione e 400.000 partecipanti alle manifestazioni nel biennio considerato. La leadership del Lingotto tiene anche quando si confronta non il numero di visite ma il numero di eventi e si conferma quindi come luogo di riferimento sia per l'offerta congressuale che fieristica. Questa *leadership* è da attribuire in prevalenza al settore fieristico per l'afflusso di persone che genera, e al settore congressuale per il numero di eventi.

La *leadership* del Lingotto, nel numero di manifestazioni ospitate, è seguita, dal Palaolimpico, per numero di eventi, con una programmazione di eventi prevalentemente musicali, che cresce dal 2008 al 2010 non solo in numero ma anche in quanto alla rilevanza delle programmazioni, e dalla Reggia di Venaria, come numero di visite, che si affida ad una programmazione di mostre temporanee e concerti non numerosa, ma in grado di attrarre ingenti flussi di visitatori.

Questo paragrafo mappa le *locations* individuate come centri per eventi al fine di individuarne la distribuzione spaziale e le eventuali tendenze aggregative, distretti, criticità funzionali, ecc. Le immagini successive oltre che collocare i luoghi sulla carta forniscono informazioni diverse sulla tipologia di eventi in esse ospitate.

La figura seguente, in cui la dimensione dei simboli rappresenta il numero di ingressi, offre una visione d'insieme delle destinazioni prevalenti suddividendo tra fiere, eventi e mostre/esibizioni.



Localizzazione, pubblico e destinazione prevalente dei principali spazi

Osservando le dinamiche localizzative di questi contenitori risulta evidente una netta prevalenza delle strutture all'interno dell'area centrale, e comunque in un "corridoio culturale" che attraversa da est a ovest la città, da piazza Vittorio Veneto fino al parco Ruffini. Queste *location* presentano la vocazione prevalente di luoghi espositivi per mostre temporanee: in molti casi si tratta di musei con collezioni permanenti che riservano alcune sezioni per mostre temporanee (Palazzo Madama, Museo del Cinema, Museo della Resistenza, Museo di Scienze Regionali), in altri casi di luoghi destinati ad ospitare prevalentemente esibizioni temporanee (GAM, FSRR, Fondazione Merz, Palazzo Bricherasio). All'interno di questa fascia è possibile individuare, inoltre, alcuni luoghi destinati ad attività congressuali di piccola-media grandezza, tra cui il Centro Congressi Torino Incontra, il Jolly Hotel e il Centro Congressi dell'Unione Industriale. Oltre a questo corridoio centrale è possibile individuare un distretto più a sud formato da gran parte delle strutture

olimpiche costruite per i Giochi del 2006 e dal polo fieristico principale del Lingotto. Tali strutture sono per la maggior parte adibite ad ospitare spettacoli e manifestazioni sportive, fieristiche e concertistiche, ad esclusione della Pinacoteca Agnelli e di Torino Esposizioni, la cui funzione espositiva è prevalente.

Stupisce, in questa distribuzione spaziale dei luoghi, la mancanza di strutture a Torino Nord, dove, se si escludono il polo di Venaria Reale e il PalaTorino, l'offerta risulta pressoché nulla.

Due considerazioni possono essere effettuate: la prima sulla distribuzione spaziale e la seconda sulla funzione prevalente.

Per quanto riguarda la distribuzione spaziale e la sproporzione tra il nord e il sud urbano, è possibile affermare che la rete di strutture che si è formata sia l'esito di un preciso disegno, in cui i grandi eventi hanno un ruolo determinante: i festeggiamenti dell'Unità d'Italia del 1901 prima, del 1961 in seguito, e l'Evento Olimpico del 2006, alla fine, hanno prodotto tre agglomerati, i primi due lungo il Po, e l'ultimo intorno al Lingotto e a Torino Sud più in generale. Queste dinamiche, in un sovrapporsi di processi passato anche attraverso un riutilizzo e un riammodernamento di alcuni spazi, hanno prodotto un distretto per eventi significativo. E' possibile sostenere che a Torino Nord siano mancate queste spinte urbanistiche dovute ai grandi eventi e solamente ora si sta pensando a come supportare dinamiche di sviluppo anche in quelle aree, con i recenti ragionamenti sui festeggiamenti per Italia 150, che aveva individuato nell'area del Parco Dora di Spina 3 uno dei fulcri principali, e con le trasformazioni spinte dall'interramento del Passante Ferroviario, dal riutilizzo funzionale del "Trincerone" ferroviario che taglia da est a ovest la zona nord della città.



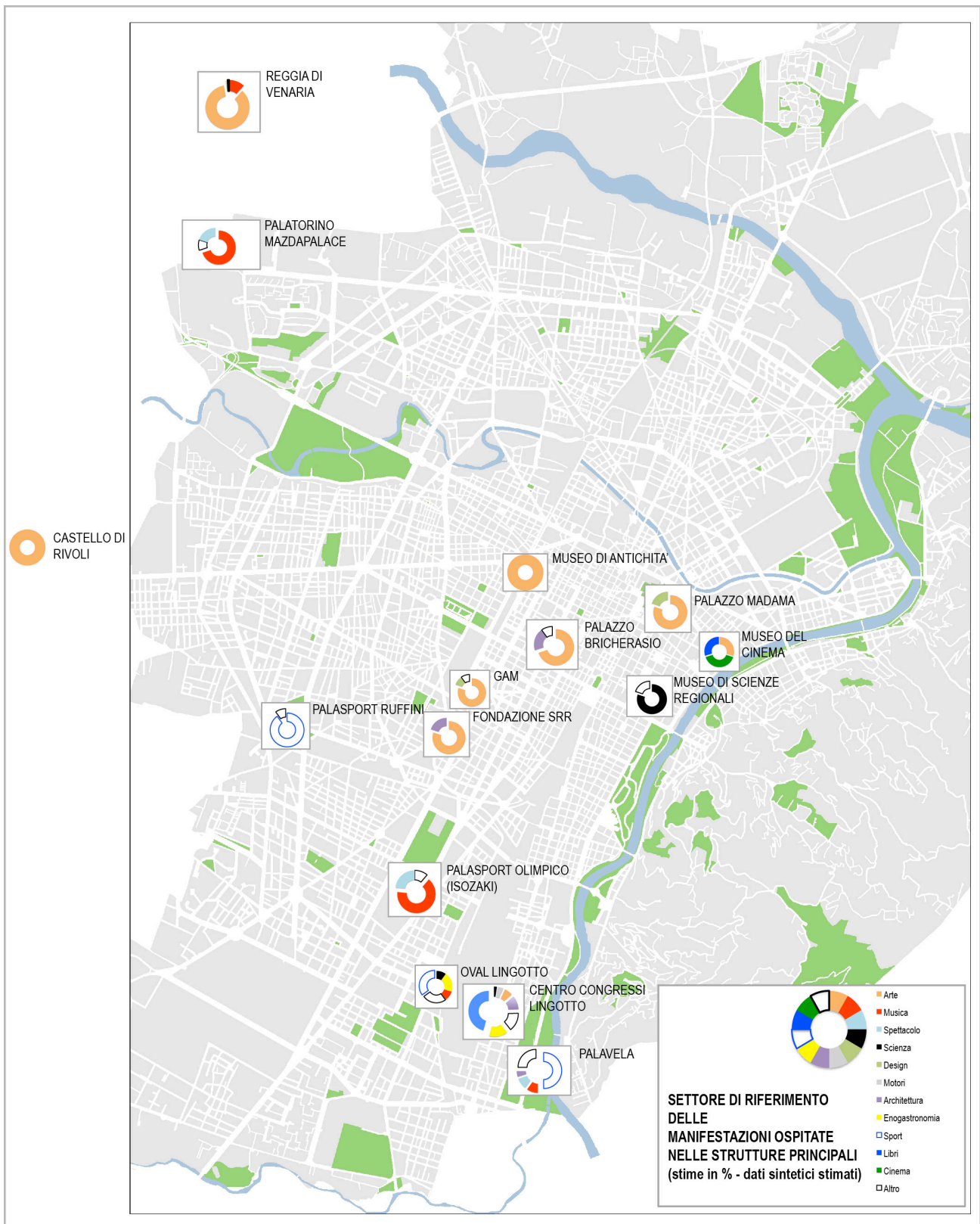
Schema sintetico della distribuzione territoriale dei principali luoghi per eventi

La seconda considerazione riguarda la differenziazione tra le strutture espositive (esibizioni e musei) prevalentemente localizzate nel centro storico e gli spazi per eventi, a sud. Questa differenziazione è, probabilmente, da attribuire anche a fattori legati all'accessibilità, in cui le zone periferiche rispondono a valori più elevati di accessibilità da fuori e si evita di congestionare ulteriormente il centro storico con eventi che richiamano, in genere, oltre 6.000 persone/giorno, a differenza delle mostre che presentano flussi giornalieri più distribuiti nel tempo.

Anche per questo motivo, l'area nord di Torino, in un'ottica di cooperazione e sinergia tra Torino e Milano, potrebbe presentare valori di accessibilità più elevati, rispetto a Torino Sud raggiungibile, al contrario, comodamente dalla Liguria e dalle direttrici autostradali dirette a Piacenza, Brescia e Bologna.

La mappa rappresentata nella figura seguente propone, oltre alla mappatura di alcune delle *locations* (le principali), la suddivisione per settori di attività prevalenti, utile per confrontare l'esistenza o meno di sovrapposizioni nel settore dell'offerta.

Risulta evidente che la programmazione del Pala Olimpico Isozaki è molto simile a quella del PalaTorino, entrambi, infatti, attribuiscono grande importanza ai concerti e agli spettacoli, allo stesso modo si nota come Palavela, Palazzetto dello Sport Ruffini e, in parte l'Oval Lingotto, ospitano la maggior parte delle manifestazioni a carattere sportivo. Il polo del Lingotto possiede una programmazione molto eterogenea, mentre tutti i principali poli espositivi, del centro città e della cintura, fanno dell'esposizione artistica il loro comparto prevalente (ad eccezione del Museo di Scienze Naturali e del Museo Nazionale del Cinema).



Principali strutture per eventi: suddivisione tematico-tipologica delle manifestazioni ospitate

Un'ultima caratteristica del sistema degli eventi torinese riguarda l'incremento recente sia quantitativo che qualitativo che ha avuto negli ultimi anni. E' possibile sostenere che l'apertura di tutti i principali poli attrattivi, rappresentati sulla carta con un simbolo di dimensioni maggiori, sia avvenuta tra il 2000 e il 2010, da cui si può concludere che stiamo ancora vivendo una fase di transizione e di ridefinizione del passaggio da capitale dell'industria a città della cultura e degli eventi.

3.4_Osservazioni finali

Il presente contributo sulla tipologia e sul ruolo degli eventi a Torino più che un punto d'arrivo deve essere considerato un punto di partenza, e quindi queste osservazioni conclusive oltre che riassumere brevemente gli esiti di questa ricerca si pongono l'obiettivo di individuare ulteriori spunti utili sia per fruire appieno ed in modo significativo di ciò che è emerso da questo lavoro e sia per definire nuovi filoni per questo tipologia di ricerca, fondamentale se si vuole promuovere Torino come città degli eventi, della ricerca e della cultura.

In primo luogo è da denunciare la mancanza di un soggetto che abbia raccolto, o che sia in grado di raccogliere le informazioni, anche di tipologie differenti, che sono state visionate durante questa ricerca. E' vero che esistono, a Torino alcuni soggetti che si interessano della descrizione della situazione economica e culturale (Comitato Rota, l'Eau Vive), altri che si occupano del monitoraggio dell'evoluzione dell'offerta, e della domanda, culturale torinese, prima tra tutti la Fondazione Fitzcarraldo e l'Osservatorio Culturale del Piemonte; è innegabile, altresì, la presenza di alcune strutture che tentano di descrivere, anche commissionando indagini a soggetti esterni, le tendenze del turismo torinese e piemontese, tra cui IRES Piemonte e Sviluppo Piemonte Turismo, e alcuni lavori del Gruppo Omero; è ancora innegabile il lavoro di monitoraggio che svolgono alcuni soggetti per il supporto del settore congressuale piemontese e torinese, tra tutti è molto attivo il Torino Convention Bureau; così come è altrettanto vero che, saltuariamente, gli enti locali, all'interno di diversi assessorati, commissionano indagini finalizzate a descrivere una fotografia dello stato dell'arte per quanto riguarda lo sviluppo culturale e turistico. E' altrettanto vero, però, che a fronte di una così ampia rete di soggetti che saltuariamente trattano questi temi relativamente al territorio metropolitano torinese, e ancora troppo spesso dal punto di vista della propria nicchia di competenza, manchi un soggetto incaricato, in grado di effettuare costantemente un monitoraggio di tutte queste dinamiche, evitando, in questo modo, una raccolta dati saltuaria che risulta difficoltosa. Questa carenza è ancor più grave per una città in transizione che necessita di un costante monitoraggio delle politiche intraprese e di una forte cabina di regia consapevole dei processi che avvengono sul territorio.

In estrema sintesi, a partire dai dati raccolti relativi al sistema Torino, e dalle successive aggregazioni/elaborazioni, è possibile delineare una situazione che presenta le seguenti caratteristiche:

Tipologia dell'offerta

- osservando il numero di manifestazioni emerge un sostanziale equilibrio tra il numero di eventi, di mostre e di fiere. Il numero di eventi (musicali e sportivi) è superiore, quello di festival è meno numeroso;
- se si considera il numero di visitatori le mostre hanno una netta prevalenza, attribuibile, per la gran parte, alla durata dell'evento, seguite dalle fiere e dai festival;
- il settore congressuale registra un numero di eventi di piccola e media grandezza, le cui tematiche prevalenti sono relative al comparto medico.

Distribuzione mensile e stagionalità

- il principale picco per numero di eventi è il mese di novembre;
- le stagioni con il maggior numero di eventi sono l'autunno e la primavera;
- in estate l'offerta crolla, solamente l'organizzazione di alcuni festival distingue luglio dal picco negativo di agosto;
- il settore congressuale è quello meno soggetto a stagionalità;
- il settore degli eventi è quello che presenta la maggiore stagionalità;
- gli eventi sportivi si concentrano in primavera, quelli musicali in autunno.

Locations degli eventi e loro destinazioni

- il centro del Lingotto è il sito con la maggiore capacità attrattiva sia in termini di eventi che di visitatori;
- la Reggia di Venaria, dotata di una capacità attrattiva a prescindere, organizza pochi eventi ma fortemente attrattivi;
- i congressi sono svolti prevalentemente presso il Centro Congressi del Lingotto e presso il Centro Congressi di Torino Incontra, alcuni di dimensioni più ridotte in altre locations;
- molti musei del centro storico affiancano esibizioni temporanee alle collezioni permanenti;
- l'offerta si è fortemente rinnovata negli ultimi 10 anni;
- il Palasport Olimpico e il Palatorino hanno una programmazione molto simile;
- il Palavela e il Palasport Ruffini, insieme allo Stadio Olimpico, all'Oval Lingotto e al Palatazzoli, sono le sedi privilegiate per le manifestazioni sportive.

Distribuzione territoriale e spazi

- alcuni eventi avvengono per le strade e per le piazze della città, per alcuni di essi è difficile reperire i dati; sul nostro campione tra il 10 e il 15% delle manifestazioni avvengono in spazi pubblici;
- la fascia centrale che taglia Torino da est a ovest, passando per il centro storico, raggruppa le principali sedi

- espositive della città;
- i contenitori per fiere ed eventi sono localizzati a Torino sud dove si trova il distretto Olimpico che si sovrappone al distretto di Italia '61;
- Torino nord mostra una carenza di strutture fieristico-congressuali-espositive.

Definite queste principali macrocaratteristiche del sistema, come esito di questa raccolta di dati ed informazioni, è opportuno individuare alcuni *steps* futuri che possono migliorare gli sforzi effettuati fino a questo momento.

Prima di tutto emerge la necessità di confrontare questi dati con cadenza temporale annuale, e per questo sarebbe opportuno individuare un soggetto in grado di compiere questa operazione annualmente, secondariamente risulterebbe molto utile, in una prospettiva futura, disporre di altri dati simili relativi ad altre città italiane ed europee per individuare, effettivamente, le eccellenze e le specificità (o anomalie) di territorio piemontese per essere in grado di attribuire il giusto peso ai dati che emergono da questa ricerca.

Inoltre, è utile definire quale percentuale di questi oltre tre milioni di persone mobilitate dal sistema degli eventi provengono da fuori Torino, incrociando i dati, ad esempio, con le presenze turistiche, per definire realmente la capacità attrattiva degli eventi. Approfondire questo studio, con una lettura degli altri dati a disposizione ci consente di interpretare i dati in maniera più chiara. Molti di questi numeri possono adesso essere interpretati in maniera differente, ad esempio: si è riscontrato un massiccio calo degli eventi nei mesi estivi, ma tale calo è dovuto al fatto che i residenti siano in vacanza nel mese di agosto e manca quindi il bacino di utenza locale per gli eventi o è motivato dal fatto che le numerose presenze turistiche estive dei laghi non si spostino a Torino, provocando un calo della domanda che non motiverebbe l'organizzazione di eventi?

O ancora, un'altra domanda connessa con la precedente e con la forza attrattiva degli eventi che necessita di alcune risposte e che vale a diverse scale è la seguente: quanto della forza attrattiva della Reggia di Venaria deriva dalle mostre temporanee ospitate e ancora quanta gente visita Torino perché attratta da un evento in particolare rispetto ai turisti che partecipano all'evento perché avevano già programmato di essere in città in quel periodo?

E' possibile supporre che il valore attrattivo di alcuni eventi vari a seconda della stagione?

Queste sono solamente alcune delle questioni che questo lavoro ha aperto e che necessiterebbero di essere studiate a fondo partendo da una base dati completa e significativa.

Bibliografia

BONDONIO P., DANSERO E., MELA A. (a cura di), *Olimpiadi, oltre il 2006. Torino 2006: secondo rapporto sui territori olimpici*, Roma, Carocci, 2006.

BONDONIO P., DANSERO E., GUALA C., MELA, A., SCAMUZZI, S. (a cura di), *A giochi fatti. L'eredità di Torino 2006*, Roma, Carocci, 2007.

BOBBIO L., GUALA C. (a cura di), *Olimpiadi e grandi eventi. Verso Torino 2006*, Roma, Carocci, 2002. GETZ D., *Event Management and Event Tourism*, New York, Cognizant, Elmsford, 1997;

GUALA C., *Per Una tipologia dei Mega-Eventi*, in DANSERO E., SEGRE A. (a cura di), *Il Territorio dei Grandi Eventi: riflessioni e ricerche guardando a Torino 2006*, Bollettino della Società Geografica Italiana, Serie XII – Vol. VII, Roma, Ottobre/Dicembre 2002, pp. 745-755;

HALL C.M., *The Definition and Analysis of Hallmark Events*, in "GeoJournal", Dordrecht, 1989, 19, pp. 263-268;

HALL C.M., *Hallmark Tourist Events: Impact, Management and Planning*, New York, Halsted Press, 1992;

HILLER H., *Mega-Events, Urban Boosterism and Growth Strategies: An Analysis of the Objectives and Legitimations of the Cape Town 2004 Olympic Bid*, in "International Journal of Urban and Regional Research", Oxford, 2000, 2, pp. 439-458;

LAW C.M., *Urban Tourism and Its Contribution to Economic Regeneration*, in "Urban Studies, Abingdon e Cambridge" (Ma.), 1992, pp. 597-616;

MONTANARI A., *Grandi Eventi, Marketing Urbano e Realizzazione di nuovi spazi turistici*, in DANSERO E., SEGRE A. (a cura di), *Il Territorio dei Grandi Eventi: riflessioni e ricerche guardando a Torino 2006*, Bollettino della Società Geografica Italiana, Serie XII – Vol. VII, Roma, Ottobre/Dicembre 2002, pp. 757-782;

ROCHE M., *Mega-Event and Modernity*, Londra, Routledge, 2000;

WATT D.C., *Event Management in Leisure and Tourism*, Harlow, Addison Wesley Longman, 1998;