

IL POST-EVENTO: PROSPETTIVE PER I FUTURI URBANI

IL POST-EVENTO: PROSPETTIVE PER I FUTURI URBANI

Un evento può essere definito “grande” o “mega” non solo per le sue dimensioni o per la quantità di visitatori che riesce ad attrarre, ma anche per la sua unicità e l’ampia diffusione internazionale attraverso i media. La città che ospita un grande evento si trova di fronte a molte opportunità, ma anche molti problemi da gestire. Le esperienze delle città sono diverse: alcune sono di successo, altri rappresentano fallimenti. In particolare, l’articolo cercherà di evidenziare le implicazioni generali di un grande evento, concentrandosi sulla gestione della sua “eredità” nel lungo termine.

THE POST-EVENT: PERSPECTIVES FOR URBAN FUTURE

An event can be defined as “Mega” for the size or the amount of visitors, but also for its uniqueness and the wide international spread through media. The city hosting the Mega Event has to face many opportunities, but also many problems. The experience of the cities hosting Mega Events presents a broad variety of situations, with success and failure. In particular, the paper deals with the general implications of a Mega Event and focuses on managing its “legacy” and checking the long term effects.

L’organizzazione, il successo e l’eredità materiale e immateriale dei grandi eventi sono oggi al centro dell’attenzione di numerosi operatori economici e politici, di ricerche e dell’opinione pubblica. Organizzare un evento globale, infatti, può generare una grande varietà di benefici per un territorio e può anche essere in grado di cambiarne la realtà, l’architettura e il disegno urbanistico, fino a trasformarne l’anima.

Riuscire a trarre vantaggio localmente da un evento globale non è però un fatto scontato né tantomeno casuale. Per poter capire se, e soprattutto come, è possibile modificare il futuro di un territorio a partire da un grande evento, è necessario domandarsi prima quali siano le caratteristiche distintive di una manifestazione di portata globale.

1. Aspetti concettuali: definizione e caratteristiche

In generale gli eventi fanno riferimento a un universo composito e complesso e per questo motivo è difficile darne una definizione esaustiva che ne includa tutte le tipologie. In letteratura si riscontra una certa convergenza nel definire un evento come una celebrazione pubblica tematizzata, in grado di raggiungere un

target in un preciso luogo e tempo.

All’interno della tradizione di studi di origine anglosassone, si rileva una certa convergenza su tre elementi connessi con la dimensione celebrativa, comunicativa e relazionale dell’evento. Molti autori ne sottolineano il carattere rituale: Getz (1991; 1997, 2005) parla di una manifestazione che risponde al bisogno di una comunità di celebrare momenti o caratteristiche del proprio modo di intendere la vita o la storia (Douglas e Derret, 2001). Per Behrer e Larsson (1998, p.18) l’evento è una “riunione dove si indirizzano dei messaggi e si svolgono attività ricreative”; mentre per Van Der Wagen (2001) si tratta di una relazione all’interno di una comunità; l’evento è “la cosa in relazione”, è oggetto tra i soggetti, è relazione umana e comunicazione sociale (Varzi, 2001). Un evento è da considerarsi *grande o mega* quando, pur svolgendosi una o più volte, con una durata limitata, serve ad accrescere la consapevolezza, l’immagine e l’economia di un determinato territorio a breve e/o a lungo termine (Bondonio e Guala, 2011; Dansero, 2002; De Spuches, 2002; Getz, 2008; Guala, 2002, 2007; Hall, 1992; Mazzeo, 2008; Montanari, 2002; Müller, 2015; Ritchie e Béliveau, 1974; Ritchie e Smith, 1991; Simeon e Di Trapani, 2011; Roche, 1994). Un grande evento, anche se ciclico, è unico e irripetibile almeno per il Paese che lo ospita¹; ha una portata mediatica globale, genera elevati costi di organizzazione e notevoli impatti sia sull’ambiente costruito, sia sulla popolazione. Le due tipologie di grandi eventi, a localizzazione variabile, che si so-

1 Numerosi studi in letteratura (tra gli altri: Florida, 2005; Roche, 2000; Valentino, 2009) sottolineano come il tema di un evento non sia sufficiente da solo a definirne la valenza e la dimensione. Per attrarre l’attenzione del pubblico di tutto il globo occorre che l’evento sia unico.



Fig. 1. L'Atomium, dalla forma di una gigantesca molecola di ferro, è opera dell'ingegnere André Waterkeyn e degli architetti André e Jean Polak. Rappresenta il simbolo del sito di Expo 1958, localizzato a nord-ovest della città di Bruxelles sull'altopiano di Heysel, che mantiene ancora oggi la sua vocazione espositiva, con un centro congressi e fieristico (Guala, 2008). (Foto: <atomium.be>).



Fig. 2. Lo Space Needle (Ago Spaziale), costruito a Seattle per l'Expo 1962, è il principale simbolo della città; la torre, alta circa 184 metri, quando fu completata era la struttura più alta della costa pacifica statunitense. (Foto: <www.spaceneedle.com>).



Fig. 3. Il ponte dedicato a Vasco da Gama è stato realizzato, su progetto di Santiago Calatrava, per l'Expo di Lisbona del 1998 e "oltre al suo ruolo fondamentale nel sistema di trasporti urbano, ha avuto anche un valore altamente simbolico per la città, rappresentando la concretizzazione delle attese da parte della popolazione residente" (La Rocca, 2008, p. 39). (Foto: <structurae.net>).



Fig. 4. La Torre, opera dell'ingegnere Gustave Eiffel, fu costruita in poco più di due anni per l'inaugurazione dell'Esposizione universale del 1889. Oggi è uno dei monumenti più visitati, sebbene il progetto iniziale prevedesse un suo smantellamento una volta conclusa l'Expo. (Foto: <www.loc.gov>).

no svolti con maggiore continuità storica nei tempi moderni sono i Giochi olimpici estivi e le Esposizioni universali, casi particolarmente interessanti non solo per le caratteristiche intrinseche, ma anche per le potenzialità in termini di effetti successivi alla loro conclusione (Clark, 2008; Hall, 1989; Linden e Creighton, 2008; Mazzeo, 2008; Roche, 2000).

Si parla di *post-evento* quando ci si riferisce al momento di valutazione della manifestazione e alla gestione e progettazione della sua eredità. L'evento è infatti una vetrina, un'occasione di investimento, di trasformazione e soprattutto di successivo riuso dell'area. Le Esposizioni universali passano alla storia per i loro simboli più che per i contenuti; ciò che resta nella città, sia in termini di infrastrutture che di

processi di rigenerazione urbana, è un patrimonio usato per incrementare la loro immagine a livello internazionale. Pensiamo all'Atomium di Bruxelles (Fig. 1), allo Space Needle di Seattle (Fig. 2), al Ponte Vasco da Gama di Lisbona (Fig. 3) e, soprattutto, alla Torre Eiffel di Parigi (Fig. 4), un'opera che grazie alla progettazione del post-evento è passata da struttura temporanea destinata a essere smantellata, a simbolo della città e della Francia intera.

2. I vantaggi derivanti dall'ospitare eventi globali

Numerosi sono gli studi che hanno cercato di classificare vantaggi ed effetti; uno tra i più no-

ti è il rapporto OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico, in inglese OECD – *Organisation for Economic Co-operation and Development*) nel quale si parla di *legacy* in termini di benefici “economici, sociali e ambientali, come pure infrastrutture e amenità” derivanti dalla realizzazione di un mega evento (Clark, 2008). In particolare gli effetti positivi del post-evento possono essere distinti in “primari” e “secondari”, in funzione non dell’importanza complessiva dei benefici, quanto della finestra temporale in cui si estrinsecano. Può pertanto accadere che vi siano sovrapposizioni, soprattutto se gli effetti di breve termine si protraggono anche nel medio e lungo periodo.

Tra i *vantaggi primari* si può segnalare innanzitutto l’allineamento dell’evento, e del suo “post”, con le strategie di crescita del territorio. I mega eventi, infatti, offrono eccellenti opportunità per individuare, accelerare o realizzare obiettivi di sviluppo locale. Altri benefici sono la creazione o il rafforzamento del partenariato tra il settore pubblico e privato in materia di investimenti e il miglioramento dell’immagine e dell’identità locale, che creano le condizioni per un incremento della popolazione, degli investimenti o del commercio. Un ulteriore vantaggio riguarda l’espansione strutturale del turismo, in particolare di quello culturale e urbano, contribuendo a stimolare l’economia a esso collegata e ad avviare un effetto moltiplicatore sui redditi. Infine sono da considerare le ricadute positive sul piano ambientale, sia sugli spazi naturali sia su quelli urbanizzati. Tra i *vantaggi secondari* si può indicare la possibilità di utilizzo, a evento concluso, dei territori e degli edifici riqualificati. Le trasformazioni del paesaggio urbano con nuovi edifici o terreni bonificati, necessari per lo svolgimento della manifestazione, potranno infatti servire alle comunità locali, contribuendo alle strategie di sviluppo urbano. Anche la *legacy* in termini di collegamenti e infrastrutture è molto importante e tra i vantaggi secondari rappresenta l’eredità duratura più concreta per il territorio ospitante l’evento, fungendo in alcuni casi anche da concreto strumento di integrazione sociale di gruppi precedentemente esclusi perché localizzati in ambiti scarsamente accessibili. Ci sono poi le ricadute positive sul mercato del lavoro, sull’integrazione socio-economica e sul mercato immobiliare; gli effetti del grande evento non sono solo temporanei e legati al periodo del suo svolgimento, ma possono essere anche di lungo periodo a patto che gli attori del territorio siano in grado di espandere i settori commerciali e apportare cambiamenti strutturali all’economia locale. Un ulti-

mo vantaggio riguarda l’implementazione della capacità dell’amministrazione locale di gestire progetti simili in futuro. Riuscire a organizzare un evento globale, o anche solo a partecipare alla gara per la sua aggiudicazione, aumenta di molto le capacità degli attori pubblici e privati locali, migliorandone i livelli di coordinamento e di *governance* collaborativa. In un mondo urbano sempre più competitivo, il possedere questa esperienza può aiutare a fare la differenza.

3. Esperienze di gestione del post-evento

Sebbene gli effetti positivi di un grande evento siano al centro dell’attenzione di studiosi e operatori locali e sovralocali, non vanno dimenticati i rischi connessi con l’ospitare una manifestazione di scala globale. In primo luogo la presenza di un’*audience* e dei media di tutto il mondo possono anche far scoprire ed evidenziare debolezze e contraddizioni, soprattutto per quanto riguarda l’identità di un paese o di uno specifico territorio. Nella fase del post-evento e nel medio-lungo periodo altri problemi potrebbero essere connessi con il riuso delle strutture, spesso costose, che hanno ospitato la manifestazione (Essex e Chalkley, 1998; Preuss, 2004).

La storia delle Olimpiadi e delle grandi Esposizioni presenta un lungo elenco di successi e di fallimenti, che non riguardano tanto lo svolgimento dell’evento, quanto la gestione del post-evento. Molte ricerche sulle implicazioni urbanistiche, economiche e turistiche sottolineano esiti diversi: i Giochi di Los Angeles del 1984 o di Atlanta del 1996 hanno lasciato una “eredità modesta” in termini di riqualificazione urbana e, tra le Olimpiadi invernali, i casi di Calgary 1988 e Lillehammer 1994 segnano ambivalenze sul piano degli effetti positivi di lunga durata.

Anche le Esposizioni internazionali e universali hanno scontato ritardi e problemi: basti pensare nel 1992 ai casi di Siviglia e di Genova, che hanno generato ritardi ed elevati costi per il riuso delle strutture, perché nessuno ne aveva previsto un utilizzo successivo, al di là della funzione espositiva. È pure il caso di Lisbona 1998, che, sebbene abbia permesso di attivare un processo di rigenerazione urbana di un’area precedentemente occupata da raffinerie petrolifere in disuso e di miglioramento dell’offerta di trasporto pubblico, oggi sta attraversando difficoltà dovute a una progressiva perdita della capacità di richiamo degli spazi fieristici convertiti ad attività per il tem-

2 Il quartiere di Kronsberg, localizzato in prossimità dell’area espositiva, rappresenta attualmente l’eredità dell’Expo di Hannover del 2000, ma nonostante i principi innovativi secondo i quali è stato realizzato, il progetto non è riuscito a risollevare la città dal deficit economico causato dagli elevati costi di organizzazione e gestione della manifestazione (La Rocca, 2008).

3 La Torre del Agua, simbolo della Expo Internazionale di Saragozza del 2008, alta 76 metri e a forma di goccia, è stata disegnata dall’architetto Enrique de Teresa. Sulle vicende del post-evento si vedano: Nicosia (2009) e Asociación Legado Expo Zaragoza 2008 (2015).



po libero. Anche l'Esposizione di Hannover del 2000 non è riuscita a realizzare gli effetti attesi², soprattutto in termini culturali e di innovazione, mentre quella di Saragozza del 2008, vede oggi uno degli edifici simbolo, la Torre del Agua³, chiuso al pubblico e privo di una specifica destinazione.

Tra le città che si sono dimostrate in grado di ottenere benefici da una manifestazione globale, sapendo gestire il "post-evento", si possono invece ricordare Sydney 2000, Montréal 1967 e Barcellona 1992. Nel primo caso (Fig. 5) il successo non è stato immediato; dopo una fase iniziale di "risveglio dolce-amaro" della comunità locale, la città e il suo territorio hanno saputo organizzarsi e sfruttare le opportunità dell'eredità olimpica. L'Esposizione Universale di Montréal ha rappresentato per la città un'esperienza positiva, che ha contribuito a cambiarne l'immagine mondiale e a riqualificarne i servizi (Fig. 6). Barcellona rappresenta un esempio vincente fin dall'inizio; la città catalana ha saputo sviluppare al meglio una trasformazione che ha potuto contare da un lato su una occasione "esogena" di grande rilevanza economica e simbolica e dall'altro su forze "endogene". La città ha realizzato una trasformazione urbana di grande respiro (Fig. 7) grazie a una progettazione attenta sia dell'evento, sia del post-evento. Le Olimpiadi hanno avuto un effetto moltiplicatore che ha stimolato e consolidato un processo di riqualificazione già avviato da tempo, a partire dai primi anni ottanta, e in parte anche prima, con interventi diffusi a scala urbana (AA. VV., 1999; Bohigas, 1992).

4. Dalla scala globale a quella locale: il post-evento e il suo rapporto con il territorio ospitante

Che cosa distingue un post-evento di successo da uno fallimentare? In che modo tutti i benefici positivi primari e secondari, caratteristici degli eventi globali, possono realmente essere trasformati in opportunità e valori duraturi per il territorio locale? Per i geografi tutto dipende dalle modalità con cui ciò che l'evento lascia

potenzialmente al territorio viene fatto proprio, attraverso un processo più o meno consapevole di selezione e metabolizzazione (Bertoncin, Pase, 2013; Bolocan Goldstein, Dansero, Loda, 2014; Dansero, Mela, 2007; Dansero, Mela, 2008). L'interesse della geografia per i grandi eventi ruota attorno all'interazione che queste manifestazioni sviluppano con la dinamica urbana complessiva, alla loro capacità di farsi momento e strumento di trasformazione della città e più in generale di tutto il territorio in cui essa è inserita.

Il grande evento, in questa luce, può essere interpretato come occasione di costruzione di due differenti tipi di territorio. Nella fase *ex ante* e di svolgimento della manifestazione si può parlare di realizzazione di un *territorio di progetto*, un sistema spaziale temporaneo destinato a funzionare per la durata della manifestazione, che si appoggia e si sovra-impone al territorio ospite e che viene "plasmato" sulle esigenze dei visitatori, degli *sponsor* e dei media. Questa struttura può assumere una forma "concentrata", tipica delle Esposizioni Universali, chiusa entro mura, il cui afflusso di pubblico viene regolato da aperture, una di esse solitamente principale e monumentale, o all'opposto "poli-centrica", come nel caso delle Olimpiadi in-

Fig. 5. Secondo La Rocca (2008, p. 35) il Sydney Olympic Park può essere considerato «come uno dei più rilevanti esempi di buone pratiche di applicazione dei principi di sostenibilità ambientale all'eredità di un grande evento, in riferimento sia all'uso di nuove tecnologie per l'utilizzo di fonti alternative per garantire il funzionamento delle attività localizzate nel parco (residenze, uffici, tempo libero) sia al livello di accessibilità garantito da un'offerta di trasporto pubblico che contempla tutte le modalità di fruizione». (Foto: <www.sopa.nsw.gov.au>).



Fig. 6. L'Expo di Montréal del 1967 ha contribuito ad una sostanziale modifica non solo delle infrastrutture cittadine, attraverso la realizzazione di nuove autostrade e un innovativo ponte (Pont de la Concorde), ma della sua immagine (grazie ad esempio al progetto Habitat dell'architetto Moshe Safdie). Grazie all'evento la città ha acquisito una grande notorietà, distinguendosi alla scala mondiale per modernità e prestigio. (Foto: <<http://www.centredepaix.org>>).



Fig. 7. La passeggiata della Barceloneta. La città catalana ha colto l'occasione dei Giochi olimpici per proseguire la trasformazione urbana avviata negli anni ottanta (si vedano in particolare i "100 progetti" di Oriol Bohigas) e per ammodernare anche le strutture sportive, senza tralasciare interventi sul fronte mare e "distribuendo" opere e infrastrutture su molti quartieri, dalle aree centrali a quelle periferiche. (Foto: <www.sapere.it/sapere/mediagallery/architettura-a-barcellona.html>).

vernali di Torino 2006, i cui impianti erano distribuiti tra la montagna e la città.

Nella fase di gestione del post-evento si può anche parlare di *territorio di contesto*, come insieme delle risorse e degli attori territorializzati, non direttamente coinvolti dall'evento, ma comunque presenti in un ambito interessato dai suoi effetti. Perché un mega evento sia in grado di depositare valore in un territorio non è sufficiente trasformare in permanenze materiali alcuni dei manufatti presenti e creati *ad hoc* per lo svolgimento della manifestazione. Occorre che l'ambito di progetto e quello di contesto entrino in relazione e che si operi un ampliamento della rappresentanza dei soggetti nella definizione delle possibili traiettorie di sviluppo futuro del territorio. Si va in questo senso verso la formazione di una rete di attori, pubblici e privati, che include sia i responsabili sociali della gestione dell'area, sia tutti coloro che sono portatori di interessi e istanze della popolazione locale.

Questo ampliamento non è tuttavia esente da rischi e potrebbe portare a tensioni e conflitti, connessi in primo luogo alla disponibilità dei soggetti gestori degli spazi di condividere i benefici con le comunità locali, anche al di fuori dei confini amministrativi. Spesso infatti gli ambiti di influenza di un progetto, specie se di grandi dimensioni, non seguono le logiche della suddivisione amministrativa del territorio, ma sono condizionate da legami iden-

titari fondati sulla storia, sulla cultura o semplicemente su una maggiore e migliore accessibilità tra le aree.

Un altro motivo di tensione è connesso alla capacità e disponibilità dei gestori dell'area di farsi carico, anche per gli altri, dei costi del cambio di destinazione d'uso degli edifici o dell'adeguamento/trasformazione delle opere infrastrutturali. Infine, un ulteriore rischio di insuccesso dipende dalla capacità degli attori locali di riuscire a integrare il "territorio di progetto" con quello circostante, operazione particolarmente impegnativa quando la "città temporanea" in cui si è svolta la manifestazione viene pressoché smantellata, o ne permangono solo pochi manufatti, in un contesto con ampi spazi vuoti ai margini di confini di tipo amministrativo (Fig. 8).

Proprio per l'esistenza di grandi opportunità e altrettanto grandi problematiche, la fase di gestione del post-evento risulta essere per il geografo quella più interessante, sebbene molto più complessa di quella che precede la manifestazione, o che coincide con il suo svolgimento.

5. Il post-evento e i futuri urbani

Per essere occasione di sviluppo urbano lungo nuove traiettorie, l'eredità di un grande evento deve passare attraverso un processo di appropriazione territoriale, un insieme di operazioni di selezione, scarto, riuso, risignificazione e rivalorizzazione (Choay, 1995; Dansero, Emanuel, Governa, 2003; Dematteis, Governa, 2005; Raffestin, 2005; Raffestin, Blutler, 2012). Ma la traduzione dell'eredità in patrimonio, inteso come "dono di memoria per le generazioni future" riguarda solo una parte dell'eredità. Il processo di appropriazione territoriale nella sua totalità comprende anche la sua trasformazione e sedimentazione nel *capitale territoriale*, inteso come insieme localizzato di beni comuni, materiali e non, che producono vantaggi collettivi non divisibili e non appropriabili privatamente.

Un mega evento può rappresentare un punto di incontro/confronto/scontro tra mondi differenti: quello del globale e quello del contesto locale, con i loro attori, dinamiche di potere e processi di inclusione/esclusione. Da questo punto di vista, nella traiettoria di sviluppo di una città o di un territorio l'Esposizione universale o i Giochi olimpici possono assumere la funzione di "punto di rottura" e generare effetti di segno e contenuto diverso.

Quando il territorio si riappropria con varie modalità dell'eredità dell'evento globale e riesce a trasformarla in patrimonio e in capita-



Fig. 8. Dopo la chiusura di Expo Milano (31 ottobre 2015) sono iniziate le operazioni di smantellamento del sito, attualmente ancora in fase di svolgimento. Nella foto si riconosce il padiglione dell'Austria. (Foto: <www.milanotoday.it/foto/cronaca/expo-dopo-chiusura>).

le territoriale locale, si può parlare di dinamiche virtuose di sviluppo urbano e di riqualificazione, come nei casi di Sydney, Barcellona e Montréal. Il grande evento diviene così strumento che trasforma spinte esogene derivanti dalla scala sovralocale in “attivatori” di processi di generazione o rigenerazione di valori all’interno dei territori ospitanti. L’evento diviene così una leva per: valorizzare le risorse culturali, storiche e sociali del territorio; contribuire a creare una forte identità culturale e a rafforzarne il capitale sociale; sviluppare attività imprenditoriali e associazioni locali; recuperare e riqualificare le aree marginali; migliorare le infrastrutture e i servizi; promuovere, diffondere e valorizzare l’immagine del territorio; attirare flussi turistici e risorse economiche; generare nuove strutture territoriali. Quando le attività in funzione dell’evento sono coerenti con quelle radicate negli obiettivi, nelle aspirazioni e nelle potenzialità della realtà locale, si può parlare di un vero contributo alla produzione di territorio, che può anche avere come esito l’affermazione di una nuova identità globale e di una nuova importanza economica.

All’opposto, in alcuni casi l’eredità del grande evento rappresenta più un problema che un vantaggio e si traduce per la città e il suo territorio in uno sperpero di risorse e denaro pubblico. Si tratta delle situazioni in cui manca un disegno organico di gestione dei lasciti materiali e immateriali di una manifestazione di portata globale, o in cui è limitata o del tutto assente la disponibilità dei gestori degli spazi a mettere in gioco i lasciti dell’evento con altri soggetti.

Sebbene una progettazione dei possibili scenari di utilizzo di tale eredità sia auspicabile già in fase di candidatura o di realizzazione delle opere, questa non rappresenta una condizione necessaria e sufficiente per garantire la creazione di valore duraturo per un territorio. Non si tratta nemmeno di una condizione priva di rischi; una progettazione troppo anticipata del “post” potrebbe anche tendere a includere solo i soggetti più forti, perché operanti alle scale globali, escludendone altri portatori di interessi locali.

Numerosi studi sulle esperienze di successo hanno evidenziato come per un “effetto *legacy* positivo” sia fondamentale la capacità degli attori del territorio di attivare partenariati pubblico-privati, caratterizzati da ampia partecipazione di attori e che danno luogo a nuove e variabili geometrie di rappresentanza.

Si può quindi affermare che per trarre il massimo beneficio dal post-evento occorre cercare di guidare il territorio lungo traiettorie di

trasformazione e sviluppo condivise, attraverso progetti di ampio respiro che rappresentino occasioni di inclusione di una molteplicità di soggetti, da quelli privati a quelli pubblici, tutti portatori di interessi differenziati ma convergenti verso una o più finalità comuni, dalla messa in valore delle opportunità offerte dalle condizioni attuali o dai cambiamenti previsti, alla radicale modifica dell’assetto urbano. Credo che un banco di prova significativo per il nord-ovest italiano possa essere la gestione del “post” Expo 2015⁴ nell’area dei comuni di Milano e Rho (Fig. 8).

BIBLIOGRAFIA

- AA. VV., *Urbanismo en Barcelona*, Sector de Urbanismo, Barcelona, 1999.
- ANCARANI F., “Il marketing territoriale: un nuovo approccio per la valorizzazione delle aree economico-sociali”, *Economia e Diritto del Terziario*, 1, 1999, pp. 79-99.
- ANTONIOLI CORIGLIANO M., “Milano e il turismo dei grandi eventi”, *Impresa & Stato*, 81, 2007, pp. 37-41.
- ARGANO L., BOLLO A., DALLA SEGA P., CANDIDA V., *Gli eventi culturali. Ideazione, progettazione, marketing, comunicazione*, Franco Angeli, Milano, 2005.
- ASSOCIACIÓN LEGADO EXPO ZARAGOZA 2008, Torre del Agua, 2015 <<http://www.legadoexpozaragoza.com/legadoexpo/legado-expo-2008/edificios-y-construcciones/3016.html>> (ultima consultazione 19/01/2016).
- BEHRER M., LARSSON A., *Event Marketing*, University of Gothenburg, Gothenburg, 1998.
- BERTONCIN M., PASE A., “Territori di progetto: contributo per l’analisi di relazioni attoriali”, *Rivista Geografica Italiana*, 120, 2013, pp. 1-14.
- BOHIGAS H., *Ricostruire Barcellona*, edizione italiana a cura di B. GABRIELLI, EtasLibri, Milano, 1992.
- BOLOCAN GOLDSTEIN M., DANSERO E., LODA M., “Grandi eventi e ricomposizione dello spazio urbano: per un’agenda di ricerca in una prospettiva geografica”, *LOGOS DOSSIÊ – Megaeventos e espaço urbano*, Edição 40, 24 (1), 2014, <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/issue/view/879/show-Toc>> (ultima consultazione 13/01/2016).
- BONDONIO P.V., GUALA C., “Gran Torino? The 2006 Olympic Winter Games and the tourism revival of an ancient city”, *Journal of Sport & Tourism*, 16 (4), 2011, pp. 303-321.
- CAROLI M. G., *Il Marketing territoriale*, Franco Angeli, Milano, 1999.
- CASARI M., SPINELLI G., “L’Esposizione Universale di Milano 2015 e il rinnovamento del turismo italiano”, *Ambiente Società Territorio. Geografia nelle scuole*, 1, 2014, pp.25-28.
- CASHMAN R., *The Bitter-Sweet Awakening. The Legacy of Sydney 2000 Olympic Games*, Walla Walla Press, Sydney, 2006.
- CHERUBINI S., IASEVOLI G., “La misurazione del valore degli eventi”, in CHERUBINI S., BONETTI E., IA-

4 Questi temi sono stati oggetto di riflessione in sede di 58° Convegno Nazionale dell’Associazione Italiana Insegnanti di Geografia, che si è significativamente concluso il 31 agosto 2015 nella sala conferenze del Rettorato dell’Università del Piemonte Orientale con interventi di Cesare Emanuel e Carlo Brusa. Su Milano e sull’Expo 2015 si vedano tra gli altri: Antonioli Corigliano (2007); Brusa, 2015; Casari e Spinelli (2014); Ferrario (2013); Gavnelli (2012) e Pagetti (2015).

- SEVOLI G., RESCINITI R., *Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici esperienziali e territoriali*, Franco Angeli, Milano, 2009, pp. 13-63.
- CHOAY F., *L'allegoria del patrimonio*, Ed. Officina, Roma, 1995.
- CLARK G., *Local Development Benefits from Staging Major Events*, OECD, 2008.
- CLARK G., *Cosa succede in città. Olimpiadi, Expo e grandi eventi: occasioni per lo sviluppo urbano*, edizione italiana a cura di P. Verri, Il Sole 24 Ore, Milano, 2010.
- DANSERO E., "Territori olimpici: geografie in competizione", in BOBBIO L., GUALA C. (a cura di) *Olimpiadi e grandi eventi. Verso Torino 2006*, Carocci, Roma, 2002, pp. 145-166.
- DANSERO E., EMANUEL C., GOVERNA F. (a cura di), *I patrimoni industriali. Una geografia per lo sviluppo locale*, Franco Angeli, Milano, 2003.
- DANSERO E., MELA A., "Olympic territorialization", *Revue de Géographie Alpine. Journal of Alpine Research*, 95 (3), 2007, pp. 16-26.
- DANSERO E., MELA A., "Per una teoria del ruolo dei grandi eventi nei processi di territorializzazione", in BELLINI N., CALAFATI A.G. (a cura di), *Internazionalizzazione e sviluppo regionale*, Franco Angeli, Milano, 2008, pp. 461-489.
- DANSERO E., SEGRE A. (a cura di), "Il territorio dei grandi eventi. Riflessioni e ricerche guardando a Torino 2006", in *Bollettino della Società Geografica* numero monografico, VII, 4, 2002, pp. 783-794.
- DE MORAGAS M., *Las claves del Exito*, CEOD, Universidad Autonoma de Barcelona, Bellaterra, Barcelona, 1996.
- DE SPUCHES G., "La fantasmagoria del moderno: esposizioni universali e metropoli", in DANSERO E., SEGRE A. (a cura di), *Il territorio dei grandi eventi. Riflessioni e ricerche guardando a Torino 2006*, numero monografico *Bollettino della Società Geografica*, VII, 4, 2002, pp. 783-794.
- DEERY M., JAGO L., "Sport tourism or event tourism: are they one and the same?", *Journal of Sport & Tourism*, 9 (3), 2004, pp. 235-245.
- DEMATTEIS G., GOVERNA F. (a cura di), *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità. Il modello SLoT*, Franco Angeli, Milano, 2005.
- DIODATO R., *Estetica del virtuale*, Bruno Mondadori, Milano, 2005.
- DOUGLAS N., DERRET R., *Special interest tourism*, John Wiley & Sons, New York, 2001.
- ESSEX S., CHALKLEY B., "Olympic Games: catalyst of urban change", *Leisure Studies*, 17 (3), 1998, pp. 187-206.
- FERRARI S., *Event marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*, Cedam, Padova, 2002.
- FERRARIO C., "I grandi eventi per la città di domani. Riflessioni in vista di Expo Milano 2015 "Nutrire il pianeta, energia per la vita"", *Ambiente Società Territorio. Geografia nelle scuole*, 4, 2013, pp. 15-19.
- FLORIDA R.L., *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York, 2005.
- GAVINELLI D., "Scomposizione e ricomposizione territoriali: letture geografiche s Milano e la sua regione urbana", in GAVINELLI D., MORAZZONI M. (a cura di), *La Lombardia occidentale, laboratorio di scomposizione e ricomposizione territoriale. Da ambiente naturale a spazio megalopolitano*, Mimesis Kosmos, Milano, 2012, pp. 11-36.
- GETZ D., *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991.
- GETZ D., *Event Management and Event Tourism*, (1st ed.) Cognizant Communications Corp., New York, 1997.
- GETZ D., *Event Management and Event Tourism*, (2nd ed.) Cognizant Communications Corp., New York, 2005.
- GETZ D., "Event tourism: Definition, evolution, and research", *Tourism Management*, 29(3), 2008, pp. 403-428.
- GUALA A. C., Introduzione. Olimpiadi e Mega Eventi, in BOBBIO L., GUALA C. (a cura di), *Olimpiadi e grandi eventi. Verso Torino 2006*, Carocci, Roma, 2002, pp. 17-36.
- GUALA A. C., *Mega eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana*, Carocci, Roma, 2007.
- GUALA A. C., "Non solo simboli", *Il giornale dell'architettura*, 63, 2008, p. 58.
- HALL C. M., "The definition and analysis of hallmark tourist events", *GeoJournal*, 19(3), 1989, pp. 263-268.
- HALL C. M., "Hallmark Tourist Events: Impacts", *Management and Planning*, Belhaven Press, London, 1992.
- HILLER H. H. (a cura di), "Towards a Science of Olympic Outcomes: The Urban Legacy", in DE MORAGAS M., KENNET C., PUIGN. (eds.) *The Legacy of the Olympic Games 1984-2000*, Atti dell'International Symposium 14-16/11/2002, International Olympic Committee, Losanna, 2003.
- JAGO L. K., *Special events and tourism behaviour*, Department of Hospitality, Tourism and Marketing, Ph.D. degree, Victoria University, Melbourne, 1997.
- KOTLER P., ASPLUND C., REIN I., HAIDER D., *Marketing Places. Europe*, Prentice Hall, London, 1999.
- LA ROCCA R.A., "Dall'evento all'impatto: Expo e mobilità urbana", in *TeMA*, 1 (2), 2008, pp. 31-46.
- LATUSI S., *Marketing territoriale per gli investimenti*, Egea, Milano, 2002.
- LINDEN G., CREIGHTON P., *The Expo Book. A Guide to the Planning, Organization, Design & Operation of World Expositions*, IPM Magazine, 2008, <<http://www.theexpo-book.com/>> (ultima consultazione 25/01/2016).
- MAZZEO G., "Grandi Eventi: indicatori di classificazione e incidenza sui sistemi urbani", *TeMA Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 1 (2), 2008, pp. 77-86.
- MONTANARI A. (2002), "Grandi eventi, marketing urbano e realizzazione di nuovi spazi turistici", in *Bollettino della Società Geografica* numero monografico, VII, 4, 2002, pp. 757-782.
- MÜLLER M., *What makes an event a mega-event? Definitions and sizes*, *Leisure Studies*, Special Issue: Leveraging Mega-Events, 34(6), 2015, pp. 627-642.
- NICOSIA E., "Le esposizioni universali: mercati globali tra riqualificazione e innovazione. Milano 2015 un esempio vincente?", in *Geotema*, 38, 2009, pp. 113-127.
- OECD, LEED, *Local development benefits from staging global events: achieving the local development legacy from 2012. A peer review of the Olympic and Paralympic legacy for East London proposed by the Department of Communities and Local Government, United Kingdom*, OECD (Organisation for Economic Co-operation and Deve-

lopment), LEED (Local Economic and Employment Development), 2010, <<http://www.oecd.org/cfe/leed/46207013.pdf>> (ultima consultazione 7/01/2016).

PAGETTI F., "Il contesto urbano di Expo 2015", *Ambiente Società Territorio. Geografia nelle scuole*, 4, 2015, pp. 22-27.

PREUSS H., *The Economics of Staging the Olympics*, Edward Elgar, UK, 2004.

RAFFESTIN C., *Per una geografia del potere*, Unicopli, Milano, 1981.

RAFFESTIN C., *Dalla nostalgia del territorio al desiderio di paesaggio. Elementi per una teoria del paesaggio*, Alina, Firenze, 2005.

RAFFESTIN C., BLUTLER S.A., "Space, territory and territoriality", *Environment and Planning D: Society and Space*, 30 (1), 2012, pp.121-141.

RITCHIE J. R. B., SMITH B. H., "The Impact Of A Mega-Event On Host Region Awareness: A Longitudinal Study", *Journal of Travel Research*, 30(1), 1991, pp. 3-10.

RITCHIE J.R.B., BÉLIVEAU D., "Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market", *Journal of Travel Research*, 14, 1974, pp. 14-20.

ROCHE M., Mega-events and urban policy, *Annals of Tourism Research*, 21 (1), 1994, pp. 1-19.

ROCHE M., *Mega event and Modernity. Olympics and expos in the growth of global culture*, Routledge, London, 2000.

RULLANI E., MICELLI S., DI MARIA E., *Città e cultura nell'economia delle reti*, Il Mulino, Bologna, 2000.

SIMEON M.I., DI TRAPANI G., "Mega eventi e crea-

zione di valore per un territorio: un'analisi delle Esposizioni Universali e Internazionali", *Sinergie – Rapporti di ricerca*, 34, 2011, pp. 179-202.

SPILLING O., "Mega-Event as Strategy for regional Development: the Case of the 1994 Lillehammer Winter Olympics", *Entrepreneurship&Regional Development*, 8, 1996.

VALDANI E., ANCARANI F. (a cura di), *Il marketing territoriale, logiche, strumenti e casi nel contesto italiano e internazionale*, EGEA, Milano, 2000.

VALENTINO P.A., "I grandi eventi", in CELANT A., FERRI M.A. (a cura di), *L'Italia. Il declino economico e la forza del turismo. Fattori di instabilità e potenziale competitivo di un settore strategico*, Marchesi Grafiche Editoriali, Roma, 2009, pp. 313-323.

VAN DER WAGEN L., *Event Management: For Tourism, Cultural, Business and Sporting Events*, Hospitality Press, Melbourne, 2001.

VARZI A., *Parole, oggetti, eventi e altri argomenti di metafisica*, Carocci, Roma, 2001.

VIEHOFF V., POYNTER G. (edited by), *Mega-event Cities: Urban Legacies of Global Sports Events*, Ashgate, Farnham (UK), 2015.

Prolusione tenuta in occasione della cerimonia d'inaugurazione dell'Anno Accademico 2015/2016 dell'Università del Piemonte Orientale, Vercelli, 19 febbraio 2016;

Sezione Piemonte

Le Giornate del turismo 2015 "Cibo e turismo" Novara 19-20 Ottobre 2015

Il 19 ottobre 2015, nel Salone della Prefettura di Novara, il professor F. Adamo ha dato inizio, al cospetto, tra gli altri, del Prefetto di Novara F. P. Castaldo, del Rettore C. Emanuel e del Sindaco A. Ballarè, alla XIV edizione delle Giornate del Turismo: "Cibo e turismo". La due giorni promossa da Geoprogess Onlus, con il patrocinio dell'Università del Piemonte Orientale, della Conferenza delle Regioni e dell'ANCI, di Assoturismo, Confturismo e Federturismo, ha costituito un momento di incontro -come nelle edizioni precedenti- tra accademici, politici, operatori che quest'anno si sono confrontati: ✓ sul valore del

cibo nell'esperienza turistica; ✓ sul ruolo del turismo quale strumento di marketing territoriale; ✓ sulle politiche e le strategie atte a valorizzare il cibo come prodotto turistico; ✓ su come e quanto il turismo contribuisca allo sviluppo agricolo, economico e sociale dei paesi poveri. Ciò è avvenuto nell'ambito di specifiche sessioni -presiedute dai professori G. Fraquelli, G. M. Ugolini e M. L. Gasparini-, ove un cospicuo numero di ricercatori, provenienti da diversi Atenei italiani, ha presentato i risultati delle proprie analisi. Altro momento di confronto sono state le Tavole Rotonde -moderate dai professori F. Adamo, V. Amato e P. C. Rossi-

nelle quali operatori, esperti di settore e politici hanno riferito le proprie esperienze su progetti e/o strategie atti sia a valorizzare le eccellenze enogastronomiche delle destinazioni, tanto italiane quanto specificamente piemontesi, sia a favorire lo sviluppo di un turismo sostenibile capace di favorire la crescita economica ed i livelli occupazionali. I temi emersi con maggior forza sono stati la necessità di considerare il cibo quale componente aggiuntiva di un'offerta turistica consolidata, o anche punto di partenza per la valorizzazione



di territori non sviluppati turisticamente. Ed ancora, la possibilità che il turismo possa essere uno strumento per arginare i problemi di fame e sottosviluppo, a patto di tutelare popolazioni e ambiente locali.

*Stefania Mangano,
Sezione Piemonte*

**Studenti,
ricercatori,
operatori
e decisori
politici presso
il Salone
della prefettura
di Novara.**