

RAPPORTO ROTA

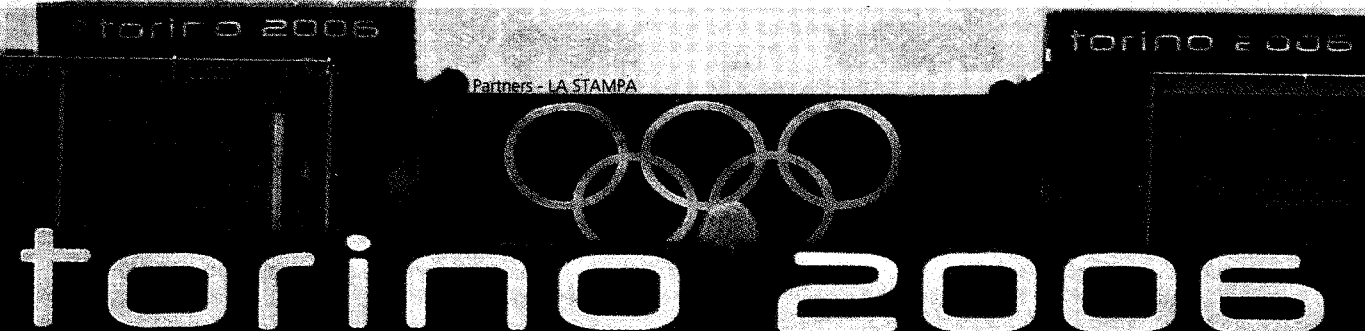
«Post olimpico
poco attraente
per gli sponsor»

“Tavolo pubblico-privato per Sindone e 2011”

Proposta del sindaco, dopo l'attacco sul post-olimpico

L'uso degli impianti nel 2007

Gestione TOP	BILANCIO (migliaia di euro)			Giorni utilizzo per				
	COSTI	RICAVI	DIFFER.	GARE, SPETTACOLI	CONVEGNI E MOSTRE	ALLESTIMENTI	SPORT DI BASE ALLENAMENTI	TOTALE
▲ TORINO PALAISOZAKI	911	936	+25	22	19	67	-	108
▲ TORINO PALAVELA	1.389	846	-543	15	13	33	98	159
▲ TORRE P. PALAGHIACCIO	827	335	-492	40	1	6	231	278
▲ PINEROLO PALAGHIACCIO	552	72	-480	14	1	3	138	156
▲ PRAGELATO TRAMPOLINI	579	147	-432	14	-	36	144	194
▲ CESANA PISTA BOB	1.363	425	-938	12	-	22	120	154
→ Gestione Expo 2000								
▲ OVAL LINGOTTO	n.d.	n.d.	n.d.	3	10	26	-	39
→ Gestione Comune TO								
				Ore utilizzo per				
▲ PALAGHIACCIO TAZZOLI	n.d.	n.d.	n.d.	96	-	18	3.716	3.830
▲ PALASPORT RUFFINI	n.d.	n.d.	n.d.	403	28	409	633	1.473



Documento

ALESSANDRO MONDO

Il rapporto del Comitato Giorgio Rota

Un tavolo con i privati per progettare gli eventi che devono scandire il percorso verso

il 2011. Compresa l'Ostensione della Sindone: «Se non troviamo sponsor è perché evidentemente le nostre iniziative non sono abbastanza attraenti».

La proposta, e la riflessione, sono firmate da Sergio Chiamparino, intervenuto alla presentazione di «Solista e solitaria 2008», il nono Rapporto annuale su Torino promosso dall'«Eau Vive» e dal «Comitato Giorgio Rota» con il contributo della Compagnia di San

Paolo. Spiega Luca Davico, coordinatore dell'opera: «E' l'analisi di una città virtuosa, che ha saputo sfruttare le opportunità delle Olimpiadi ma fatica a promuoversi».



Sergio

Fatto salvo l'impegno delle fondazioni bancarie. il

Chiamparino

«Pochi sponsor, servono progetti più allettanti»

«mecenatismo culturale» auspica-to più volte dal sindaco è al palo:

questa l'amara premessa. Il che, secondo Chiamparino, impone due considerazioni: la peculiarità dell'economia torinese, meno differenziata rispetto a quella milanese, e l'offerta di progetti non sempre appetibili per le imprese. Ele-

menti da non sottovalutare visto che Italia 150 ed Expo 2015 «saranno meno attrattivi delle Olimpiadi».

Il ragionamento ha fatto seguito all'analisi curata da Francesca Comisso: 246 pagine che fotografano le potenzialità (vedi il boom di teatri e musei) ma anche i deficit sul fronte dell'eredità post-olimpica e dell'offerta culturale, due facce della stessa medaglia: molti contenitori, non sempre adeguati; spazi riempiti a fatica (Stupinigi, il padiglione di Fuk-sas, la Reggia di Venaria); ex impianti olimpici in competizione (come il Palaghiaccio di corso Tazzoli e il Palavela); poco coordinamento tra gli enti e i soggetti che si erano distinti nella fase preolimpica; scarso sfruttamento del logo a cinque cerchi nelle campagne promozionali. E ancora: inutilizzati i 18 mila volontari, sparito il merchandising, persi gli sponsor di Torino 2006, accantonato il Museo olimpico... «L'ipotesi è riservargli un'ala nello Science Center a Torino Expo», spiega Maza, vicepresidente della Fondazione. A proposito: entro giugno la Fondazione presenterà ai soci il business plan con una proposta di desti-

nazione dei siti olimpici. Tra le ipotesi, una Spa per il Palavela e uno spazio congressuale da 3 mila posti nel PalaIsozaki.

Restano i «rilievi» del Comitato. Immaginatevi la felicità del sindaco, in prima fila con gli assessori Alfieri (Cultura) e Altamura (Turismo). «Alcuni passaggi mi ricordano certi pessimismi ostinati prima delle Olimpiadi - ha esordito Chiamparino -. Invece i Giochi sono andati bene, i risultati si vedono: l'ultimo sono le tre stelle Michelin assegnate a Torino».

Questo non significa sedersi: «Sul turismo congressuale abbiamo grandi potenzialità, non serve un terzo centro congressi.

Anche sulle fiere spero che al sostegno pubblico, tuttora prevalente, si affianchi quello privato».

Il riferimento è ai francesi di «GL Events», che hanno comprato da Cazzola il pacchetto delle manifestazioni fieristiche del Lingotto: «Non si può dire che il vecchio proprietario abbia fatto granché». Secondo Chiamparino la cultura è parte di un tutto: «Guai a inseguire la logica dell'evento, bisogna valorizzare la città nel suo insieme. Non certo in maniera ansiogena». Una parola.