

Waterfront e rigenerazione urbana di Chito Guala

1 Il porto delle nebbie e le rotte della rigenerazione

Dalle pagine introduttive del presente volume appare evidente che molti casi di riqualificazione e rigenerazione delle città sono legati alla terziarizzazione dell'economia, alla deindustrializzazione e ai crescenti processi di delocalizzazione.

Diverse aree metropolitane, ma anche città piccole e medie, nel ridefinire il proprio modello di sviluppo, puntano inevitabilmente sulla rinnovata offerta turistica e culturale, per richiamare visitatori e turisti. Nelle città di antica industrializzazione, tipicamente nelle città "fordiste" (Torino, Detroit) assistiamo alla crescita dei nuovi "consumatori urbani", i quali bilanciano in parte i costi della ristrutturazione industriale, e consentono lo sviluppo di nuove attività, talora interstiziali e occasionali, talora più solide e stabili (Martinotti, 1993).

Lo stesso processo, talora più accentuato, avviene nelle antiche città portuali e delle riparazioni navali: sia pure in tempi diversi, e con diverse finalizzazioni, da Glasgow a Brema, da Baltimora a Barcellona, assistiamo ad un cambiamento simile, con interventi di rilievo sui vecchi bacini portuali abbandonati (Pichierri, 1989; Dombos, Heseler, 2000).

I processi di recupero e valorizzazione dei vecchi porti sono anche funzione delle esigenze di riqualificazione delle città nella concorrenza internazionale: la competizione, non solo a livello nazionale, coinvolge sempre più le aree metropolitane e le macroregioni; si tratta di una concorrenza che mira a obiettivi diversi, talora distanti tra loro: ottenere investimenti produttivi attraverso azioni di marketing territoriale, integrare pubblico e privato con nuove strategie di governance, valorizzare il capitale sociale, avviare un nuovo modello locale, agglomerare le forze verso obiettivi condivisi, ricompattare società locale e attori economici.

Il riposizionamento internazionale delle città rappresenta uno scopo forte della nuova competitività urbana, non più centrata sulla produzione, o sulle infrastrutture, o sul commercio, ma orientata ad altre istanze, come acquisire eventi e visitatori nell'arena mondiale (*bidding process*). Mentre si conferma il ruolo delle grandi città al centro di gerarchie e di network decisionali nei processi di globalizzazione (Sassen, 1997), la propensione verso una rinnovata offerta culturale e turistica tende a sfruttare anche i Mega Eventi come occasione di riposizionamento, visibilità, sviluppo economico, turistico e culturale, rigenerazione urbana (Chalkley, Essex, 1999; Bobbio, Guala, 2002; Guala, 2007).

La concorrenza tra grandi città o macroregioni per acquisire investimenti avviene attraverso diverse strade (contatti diretti con gli operatori, offerte e messaggi pubblicitari tramite giornali, riviste e Tv, campagne di marketing territoriale...): questo processo tende tra l'altro a presentare la città in una posizione di eccellenza, in modo che l'area diventi più appetibile per investitori esterni. Tale strategia tende a mettere in luce il "differenziale competitivo" dell'area, ciò che la distingue da altre aree e le garantisce un qualche vantaggio. Ed è qui che la disponibilità di un waterfront rinnovato e appetibile diventa un elemento in più da proporre nell'offerta della città, accanto ad altre caratteristiche od offerte "tradizionali", quali la collocazione strategica sul piano territoriale, la vicinanza a vie di comunicazione (autostrade, ferrovie, porti e aeroporti), agevolazioni fiscali o amministrative, bassi costi dei terreni, disponibilità di manodopera qualificata, un sistema efficace di servizi per le imprese, e così via.

Nel marketing tradizionale, volto ad acquisire investitori, la città può indicare altri vantaggi, come un clima favorevole, un paesaggio gradevole, o strutture culturali e sportive diffuse; tali elementi possono favorire la decisione di una impresa, ma non sono sempre indispensabili (Ashworth, Voogd, 1995). Al contrario, nelle strategie di *citymarketing* per acquisire una nomination per un grande evento o una Expo, la bellezza della città, e la sua offerta turistica e culturale, diventano una variabile determinante. In questo caso, a maggior ragione, i waterfront rinnovati integrano l'immagine positiva della città. Le esigenze comunicative tese a inseguire un Mega Evento, partecipando al *bidding process*, cambiano: la città deve mostrare il meglio delle proprie strutture

culturali e di tempo libero, offrire incentivi economici e ospitalità, rendere funzionali *facilities* e servizi, garantire trasporti efficaci, facilitare il lavoro di operatori, giornalisti, addetti ai lavori, e l'elenco potrebbe continuare (Roche, 2000; Hiller, 2000). Questo spiega perché, accanto al marketing territoriale tradizionale (volto ad attirare investimenti per nuovi insediamenti produttivi) a poco a poco sono venute differenziandosi modalità diverse di promozione: "citymarketing" designa così anche le strategie di competizione a livello nazionale e internazionale per conquistare eventi, fiere, esposizioni, grandi appuntamenti sportivi e culturali; non a caso si parla anche di *event marketing*, collegando la promozione dei luoghi alla promozione degli eventi: essi a loro volta "segnano" i luoghi, ne aumentano la notorietà (Ferrari, 2002).

I Mega Eventi, sia pure a scala diversa, assumono una rilevanza inimmaginabile quindici o venti anni fa (Mega, 1998; Roche, 2000); l'organizzazione di un grande appuntamento sportivo o culturale in una città posta sul mare, o su fiumi e laghi, comporta ovviamente la piena valorizzazione del waterfront; tale elemento rappresenta così uno degli effetti dell'evento: ad esempio, in passato, Italia '61 a Torino ha portato alla riqualificazione di un ampio tratto delle sponde del Po, tra l'arrivo dell'autostrada fino alla città centrale, con nuove vie di comunicazione, musei, manufatti urbani e zone verdi; più recentemente, le Celebrazioni Colombiane del 1992 a Genova hanno consentito il recupero del porto antico, a partire da un progetto avviato fin dalla metà degli anni '80; oppure, la piena valorizzazione del lungomare di Barcellona è stata accelerata dalle Olimpiadi del 1992.

E' evidente che le città collocate sul mare, ma anche su fiumi e laghi, possono contare su una risorsa competitiva in più nei progetti di rigenerazione urbana e nella promozione di una immagine nuova e vincente. L'esperienza del mare, un paesaggio diverso, ma anche contesti suggestivi di fiumi e laghi, scorci coinvolgenti, fanno maturare sensazioni difficili da dimenticare, e aprono una riflessione sul turismo "esperienziale" (Ferrari, 2006). Tale risorsa, magari vissuta nell'esperienza totalizzante dei grandi eventi (sportivi, culturali, musicali, religiosi...), produce un "unicum" che ha appunto la caratteristica della eccezionalità, e questo aiuta la città (e non solo) a implementare il proprio sviluppo, a riqualificarsi, a ottenere una visibilità altrimenti inimmaginabile: i mega eventi, ma anche le opere degli archistar (Calatrava a Valencia, Piano a Genova, O. Gery a Bilbao), accompagnano i processi di rigenerazione, aiutano a "marcare" i luoghi, e li richiamano nel tempo attraverso simboli e immagini veicolate da operazioni di marketing territoriale (Ashworth, Voogd, 1995). Sempre che il grande evento, e i processi di riqualificazione urbana, siano collocati all'interno di una attenta strategia di pianificazione, sorretta da processi partecipativi, e dalla veicolazione di una appropriata comunicazione (Ferrari, 2002; Martina, 2006).

Assistiamo così ad un duplice processo: da una parte aumenta il numero e la dimensione dei grandi eventi, la cui differenziazione è effetto della terziarizzazione crescente dell'economia, del peso dei media di massa, dell'evolversi dei tradizionali grandi appuntamenti sportivi e culturali; dall'altra parte la trasformazione delle antiche città manifatturiere e portuali accelera i propri processi di rinnovamento, e tende a migliorare l'offerta culturale, le infrastrutture, i servizi, la qualità della vita, la ricettività turistica (Hiller, 2000). Dunque i Mega Eventi influenzano lo sviluppo urbano, e le città a loro volta tendono a trasformarsi utilizzando gli Eventi come acceleratore di rinnovamento (Chalkley, Essex, 1999; Cashman, 2006).

Naturalmente alcuni processi non "dipendono" necessariamente dai Mega Eventi: molte esperienze di rinnovamento urbano non sono, per così dire, l'effetto meccanico di un grande appuntamento fieristico, sportivo, o culturale, ma perseguono una riconversione (a livello turistico e culturale, ma non solo) per "fuoriuscire" dal vecchio modello di città, industriale (o anche portuale): è questo il caso di molte realtà urbane (portuali o meno), da Glasgow a Bilbao, da Genova a Brema, da Baltimora a Torino). Sono città che hanno tentato - o tentano - la carta della diversificazione produttiva, della terziarizzazione, del recupero delle aree di antica industrializzazione, come pure dei bacini portuali abbandonati e in via di trasformazione (Pichierri, 1989; Bagnasco, 1986; Mellano, 2000). E' per questo che il recupero dei waterfront diventa una delle azioni utilizzate, e utilizzabili, da parte di città che vogliono cambiare: esistono infatti diverse potenzialità di

attraazione delle città, come dice Ezio Marra applicando ad esse il concetto di “distinzione” del sociologo Bourdieu. Marra elenca alcuni elementi che migliorano la qualità urbana delle città e le riposizionano nella mappa internazionale: tra questi elementi vi sono l’apporto di grandi architetti (*archistar*), la disponibilità delle città di diventare *set* di film e pubblicità di qualità (presenza di *film commision*), il recupero dei waterfront del mare e dei fiumi (Genova e Barcellona nel primo caso, Torino e Bilbao nel secondo), le luci che illuminano le notti delle città, la riscoperta delle radici storiche locali pur all’interno della globalizzazione dell’economia e della cultura, i collegamenti wi-fi accessibili per tutti (le *wireless cities*); naturalmente anche la presenza di grandi musei e i grandi eventi (unici o ripetuti) fanno parte di queste opportunità, che si collocano ad una diversa scala in termini di costi e di pianificazione. Queste occasioni sono sperimentate da molte città nei loro processi di riconversione, quasi indipendentemente dalla loro tradizione di città fordiste o di città portuali (Marra, 2006; Lo Ricco G., Micheli S., 2003).

Una grande risorsa come l’acqua (il mare innanzitutto, ma anche il fiume e il lago) diventa un catalizzatore della rigenerazione, una risorsa da valorizzare, un elemento in più su cui fare leva.

Le esperienze realizzate, quelle tuttora in corso e alcuni progetti in via di definizione o discussione mostrano una notevole varietà di modelli. Ne ricordiamo alcuni:

- il caso generale ovviamente è quello dei waterfront di porti di mare più o meno antichi: il recupero e la rigenerazione non sviluppano un modello unico, ma determinano molte varianti, con realizzazioni interessanti, su cui ci soffermeremo;
- vi sono aree portuali sul mare ove troviamo esiti diversi per quanto concerne la loro utilizzazione: una volta spostati i vecchi porti commerciali, sostituiti da nuove opere funzionali alle esigenze del traffico container, gli antichi bacini portuali sono stati spesso completamente trasformati, con nuove destinazioni d’uso legate al loisir e alla cultura in senso lato, come avvenuto a Baltimora e Barcellona;
- in altri casi le vecchie aree portuali hanno mantenuto almeno in parte un mix di funzioni tradizionali, per esempio riservando alcuni moli alle crociere, alle navi idrografiche e militari, alle Capitanerie di porto, accanto a funzioni del tutto nuove, legate al tempo libero qualificato, come avvenuto a Genova;
- vi sono inoltre esempi di operazioni più imponenti e strutturali di recupero di aree industriali dismesse, con processi di rigenerazione urbana che cambiano radicalmente il volto e l’immagine della città, nonché la sua collocazione a livello internazionale: è questo il caso di Bilbao, che in realtà è collocata su un fiume, e che costituisce un esempio di strategie decise dalla comunità locale, e non “subite” dall’esterno; questo potrebbe essere anche il caso del vecchio porto asburgico di Trieste, se andasse avanti il piano di recupero dell’area, o il caso dell’Arsenale di La Spezia, in via di ridimensionamento, e forse di dismissione;
- una situazione diversa riguarda alcuni porti “storici”, riservati in tutto o in parte alle marine militari: su alcuni di essi sono stati realizzati o elaborati progetti di recupero conservativo, con lo scopo di valorizzare gli edifici, le fortificazioni e più in generale le tradizioni della marineria; tali progetti non snaturano il “genius loci”, anzi enfatizzano simboli e valori legati a vicende storiche, come avvenuto tipicamente per alcuni arsenali e porti militari inglesi; tale scelta “conservativa” è stata adottata anche per le antiche fortificazioni poste a difesa della baia di Baltimora, mentre il vecchio porto, all’interno della baia a poche miglia di distanza, è stato trasformato con destinazioni d’uso del tutto nuove;
- le esperienze citate, o almeno alcune di esse, tengono conto anche di altre istanze: una di queste tende a valorizzare le forme e i modi del lavoro portuale, e le testimonianze dei mestieri e delle professionalità che si sono sviluppate nel tempo; tale attenzione riguarda anche la cosiddetta archeologia industriale, che mira a conservare edifici, darsene, bacini, con tutte le tecnologie legate ad un mondo scomparso, e a forme di lavoro ormai dissolte, di cui rimangono tracce nella cultura materiale; si tenta così di salvaguardarne la memoria e la cultura, utilizzando storie di vita, biografie, lettere, documenti, attraverso varie fonti, orali e scritte, documentarie;

- esperienze di waterfront recuperati si trovano in molte città collocate sui laghi, o sui fiumi; sono città che operano restyling più o meno riusciti delle aree che si affacciano sull'acqua, case da ristrutturare e vecchi magazzini abbandonati, collocati sulle sponde di fiumi e laghi, in contesti diversi; questo è il caso del lungo Po a Torino (i "murazzi"), o dell'area dei Docks a Londra, o di Bilbao;
- talvolta una città non interviene solo sul proprio porto, ma avvia un disegno più ampio, che coinvolge vasti tratti di costa sui quali insiste l'intera area urbana, o la città centrale; allora la trasformazione totale o parziale delle aree portuali diventa l'occasione per una serie di interventi più ampi, che coinvolgono – o tentano di coinvolgere - un territorio ben più ampio rispetto all'area urbana: tale processo è esemplificato ad Atene, negli interventi esterni alla città realizzati in occasione dei Giochi Olimpici del 2004; un effetto simile potrebbe svilupparsi a Genova, a partire dal cosiddetto Affresco di Renzo Piano: disegnando un nuovo raccordo tra città e porto, Piano andrebbe a incidere sulla costa verso Savona, oltre che sulla periferia urbana e sul centro della città.

2 Fronte del porto. Storie e casi di rigenerazione

2.1 Baltimora, iniziativa privata con effetti positivi sul pubblico

In questo paragrafo tratteremo alcuni casi di riqualificazione dei waterfront, iniziando dalla esperienza di Baltimora, una delle prime in cui la crisi economica di una città è stata affrontata attraverso una soluzione (la riqualificazione turistica e culturale del vecchio porto) studiata "a tavolino", e proposta alla municipalità da parte di un gruppo di aziende e investitori privati.

Non a caso Gian Franco Elia, in uno studio sulla città postindustriale, prende in considerazione proprio Baltimora, sottolineando il ruolo attivo dei privati nella elaborazione di due grandi progetti, "Charles Center" e "Inner Harbour", avviati fin dalla fine degli anni '50 e poi maturati tra gli anni '70 e '80 (Elia, 1988). Due gli assi portanti di tali progetti: avviare il recupero almeno parziale dell'area centrale di Baltimora, assai degradata, e contemporaneamente vivificare il vecchio bacino, rimasto assolutamente abbandonato per la costruzione del nuovo porto, dotato di moderne tecnologie, di spazi per lo stoccaggio dei container, di servizi logistici e di nuovi collegamenti ferroviari, tanto che Baltimora viene presentata come la porta di ingresso negli Stati Uniti (Keith, 1991); alla fine degli anni '90 Baltimora movimentava 5 milioni di container/anno.¹

In una situazione di risorse scarse per le finanze locali, due agguerrite associazioni senza fini di lucro, la "Citizens Planning and Housing Association" e "Greater Baltimore Committee, offrono alla Municipalità alcune proposte per un vero e proprio master plan, su cui una potente e coordinata azione di lobby riesce a coinvolgere investimenti per 127 milioni di dollari al 1973, due terzi dei quali provenienti da privati. La parte bassa di Downtown, tra la Johns Hopkins e l'affaccio sul porto, è stata ristrutturata, pur se con un progetto ridimensionato rispetto all'originale, con la creazione di grattacieli, appartamenti, spazi commerciali, uffici, nuove strade, parcheggi, aree verdi. Ma era necessario che la città, accanto alla riqualificazione delle aree centrali, avviasse contemporaneamente una fase di decollo economico altrimenti difficile: la soluzione adottata punta su fieristica e congressuale, il che comporta inevitabilmente guardare al bacino portuale abbandonato come a una risorsa strategica, da rivitalizzare.

Il bollettino della "Area Convention and Visitors Association" (2001) individua analiticamente le tappe del lungo processo di intervento sul waterfront². Ecco alcune date significative:

1963: il sindaco di Baltimora esprime la decisione di considerare una priorità assoluta lo sviluppo di Inner Harbour, così chiamato poiché è il "porto interno" della Baia, il cui ingresso sul mare era

¹ Fonte: Port of Baltimore, *Statistical Report 1999*, The Maryland and Port Administration, WTC, Baltimore, 1999

² Cfr. anche www.baltimore.org

protetto da Fort McHenry: il forte, restaurato, è oggi una meta di culto e un sito storico importante, avendo respinto nel 1814 l'assalto delle truppe inglesi che avevano distrutto Washington

1964: vengono approvati i primi stanziamenti (52 milioni di dollari, in buona parte statali)

1967: viene approvato il piano di recupero dell'area portuale, l'anno dopo iniziano i lavori

1969: arriva la prima attrazione turistica del porto, la fregata Constellation presso il molo 1, primo elemento del nascente Maritime Museum

1971: inizia la seconda fase dei lavori, e viene creato un campus per il Baltimore College

1974: il sottomarino Torsk trova spazio al Molo 4, si completano le passeggiate tra i moli con bar, ristoranti e centro accoglienza e informazioni

1975-76: nell'area si insediano centri decisionali e nuove aziende, si inaugura un parcheggio e un grande centro sportivo pubblico, si celebra un raduno dei velieri e delle navi-scuola (Tall Ships)

1977: l'Autorità Portuale si insedia nella nuova sede, viene costruita una riproduzione del clipper *Pride of Baltimore*, simbolo della città e del suo porto;

1979: si inaugura il Convention Center (costo: 50 milioni di dollari) con 115.000 mq di spazi espositivi e 40.000 mq di sale e meeting rooms; il centro verrà poi ulteriormente ampliato

1981: apre un nuovo spazio musica, si restaura il faro di Chesapeake Bay, si inaugura l'acquario realizzato da Peter Chermayeff e dal suo staff di Boston, lo stesso che ha costruito gli acquari di Osaka e Genova

1984-86: apre un nuovo Visitors information Center, si inaugurano alberghi (Sheraton e Marriot) e ristoranti, servizi turistici e visite guidate (*Lady Baltimore*, taxi boat), il Science Museum, cinema.

A metà degli anni '80 il vecchio porto è ormai vivo e vitale, anche se nuove strutture vengono continuamente inserite nell'area e nella parte bassa di Downtown. Nel corso degli anni '90 a Baltimora si muovono oltre 15 milioni di visitatori, attratti da una offerta implementata e diversificata, con sempre nuove occasioni di interesse e di svago, facilities e servizi, e con una posizione strategica nello Stato del Maryland (Fee, Shopes, 1991; Rusk, 1996).

Una attenta attività di advertising e di citymarketing caratterizza lo sviluppo delle attività, che trovano a Baltimora un interessante equilibrio tra diversi poli di eccellenza, come l'Università e la ricerca, con la prestigiosa Johns Hopkins (il motto di Baltimora è *The City that Reads*), e il nuovo porto commerciale; la città centrale ruota attorno al Charles Center e all'Inner Harbour, con la Baltimore Area Convention and Visitors Association, vero motore della promozione dell'area e del monitoraggio di visitatori e di turisti. Per avere una idea degli investimenti in promozione e marketing, si pensi che tra il 1996 e il 2001 il budget passa da 3 milioni di dollari a quasi 8 milioni, che oltre cinque milioni di visitatori stranieri passano nel Maryland in un anno, e che trenta milioni di visitatori toccano l'area metropolitana di Baltimora.³

2.2 Barcellona, la rigenerazione totale

E' un fatto quasi scontato che nei processi di rigenerazione urbana Barcellona sia considerata un ottimo esempio di riqualificazione di una città. E spesso si parla della Spagna e della sua capacità di rinnovamento utilizzando il 1992 come spartiacque verso un "nuovo Rinascimento": anno di Madrid "capitale europea della cultura", di Siviglia e della sua Expo Universale, di Barcellona e dei Giochi Olimpici estivi. La capitale catalana utilizza le Olimpiadi per consolidare un processo di riqualificazione urbana avviato da tempo, a partire dai primi anni 80, e in parte anche prima, con interventi diffusi su tutta la città: è un processo che si completa nel 2004, anno in cui si tiene il "Forum universale delle culture", patrocinato dall'Unesco, episodio conclusivo di un lungo iter di mutamento urbano. Alla base di tale percorso sta un "Piano strategico" ambizioso e innovativo, cui fanno capo i cosiddetti "100 progetti" di Oriol Bohigas, grande architetto, responsabile della pianificazione urbana della capitale catalana (Bohigas, 1985; De Moragas, 1996). Nel 1992

³ Fonte: BACVA, *Marketing Plan 2001*, Baltimore, October 2000

Barcellona coglie l'ennesima occasione per ammodernare soprattutto le strutture sportive, ma interviene anche sul fronte mare, "distribuendo" opere e infrastrutture su molti quartieri della città, sia nelle aree centrali che in quelle periferiche.

Le aree interessate sono diverse, e vanno dal Montjuc (strutture sportive) alla Diagonal (nuovo asse della città centrale), dal centro storico all'area di Poble Nou (villaggio olimpico principale, in aree dismesse recuperate, non lontano dal mare); anche il quartiere di Barceloneta, prospiciente le spiagge vicine al porto vecchio, viene interessato da recuperi e ristrutturazioni; problemi anche nel *barrio* di Poble Nou per casi significativi di *gentrification* (Brunet, 1994; Lambiri, 2005).

Barcellona migliora servizi e accoglienza del porto storico collegato all'asse stradale centrale (le Ramblas), riqualificando tutto il fronte mare e le spiagge, con aree attrezzate, verde e percorsi pedonali, e con la costruzione ex novo del cosiddetto porto olimpico, verso est.

Diversamente da Baltimora, che sostanzialmente punta su due aree principali (una centrale e l'altra rappresentata dal porto) la strategia di Barcellona è globale, e mira a cadenzare molti interventi su tutto il territorio, bilanciando la riqualificazione culturale e l'accoglienza turistica con le esigenze della edilizia privata, di aree di prestigio destinate a servizi pubblici e privati, di promozione delle attività fieristiche e congressuali. Di questo progetto fanno parte il rinnovamento delle strutture ricettive, il potenziamento del marketing, una azione capillare di monitoraggio del turismo, l'adeguamento dell'offerta culturale e museale, con nuove offerte e biglietti integrati.

I dati confermano gli effetti globali del rinnovamento urbano: nel 1992 Barcellona registra 1.875.000 arrivi, per oltre 4 milioni di pernottamenti. Ma ha anche "solo" 100.000 arrivi in più rispetto al 1991: le Olimpiadi portano pochi visitatori in più, dato che in questi casi si verifica anche un "effetto fuga", o "spiazzamento"; la valutazione dell'indotto turistico deve tener conto sia di chi "arriva", sia di chi "evita" una meta congestionata, e si reca altrove (Preuss, 2000).

Ma vediamo il trend dei flussi turistici, alcuni dati sui consumi culturali, e alcune tipologie di fruizione, secondo le cifre fornite dall'Ufficio "Turisme de Barcelona", che tiene sotto controllo i flussi attraverso un intelligente sistema di monitoraggio e di aggiornamento continuo delle informazioni (3000 questionari/anno ai turisti, con una verifica qualitativa presso gli operatori e le strutture ricettive); una sintesi è disponibile on line in diversi siti. (Barcelona Estatistiques de Turisme 2005)

Dopo i Giochi del 1992 (1.875.000 "arrivi"), Barcellona incrementa via via i turisti, che diventano 2.660.000 nel 1994, 3.060.000 nel 1996, 4 milioni e mezzo nel 2004, 5 milioni nel 2005: i pernottamenti passano a 7 milioni e mezzo nel 1999, per arrivare a 11 milioni nel 2005; in dieci anni i posti letto raddoppiano, sono circa 60 mila nel 2008. Di grande interesse la "fedeltà" di molti visitatori: il tasso di ritorno nel 2005 tocca il 55%.

Un milione e 700 mila persone passano nei punti informativi, distribuiti tra l'aeroporto, le piazze centrali, le *Ramblas*, il waterfront.

I passeggeri dell'aeroporto passano da 9 milioni nel 1990 a quasi 20 milioni nel 2000, 24 milioni e mezzo nel 2004, 27 milioni nel 2005. I musei passano da 4 milioni di biglietti nel 1994 ad oltre 13 milioni nel 2004: a tali cifre dobbiamo aggiungere i visitatori di strutture ludiche e di tempo libero (come l'Acquario, o lo zoo), con ulteriori 5 milioni di biglietti nel 2005. Un milione e mezzo di visitatori utilizzano il bus turistico per la visita della città.

Nel monitoraggio sistematico delle valutazioni dei visitatori, realizzato per l'ufficio del Turismo della municipalità, in una scala da 1 (minimo) a 10 (massimo), gli item che ottengono i punteggi più alti (attorno al 9 o all'8.7) sono quelli relativi all'offerta architettonica, seguiti immediatamente dalla cultura e dall'intrattenimento, quel *leisure – entertainment* che si fruisce soprattutto a partire dall'area del vecchio porto. Qui il monumento a Colombo attira 150 mila visitatori, il museo marittimo 430 mila, l'acquario 1.325.000, il Museo della scienza *CosmoCaixa* quasi un milione; per non contare altre occasioni, come la teleferica sul porto, o Maremagnum, grande *mall* sul mare, con pluralità di funzioni, attrattività, ristoranti, collegato a terra anche attraverso la Rambla del Mar; qui parte Las Golondrinas, un battello che fa visitare il porto a 270 – 300 mila visitatori all'anno.

Queste considerazioni mostrano una città che ha una grande capacità di rinnovare l'offerta, sa utilizzare la fama e la visibilità per un deciso riposizionamento a livello internazionale, e si consolida quale meta culturale e turistica di eccellenza, collocandosi al settimo posto per numero di pernottamenti tra le città europee, dopo Londra, Parigi, Dublino, Roma, Madrid, Berlino, e alla pari con Praga.

Barcellona fa registrare il più alto trend di crescita del turismo tra il 1990 e il 2004 (+ 167%), secondo i dati dell'Ufficio del Turismo (Barcelona Estatistiques de Turisme 2005). La capitale catalana sviluppa una continua capacità di migliorare tutta l'area costiera; il Forum delle culture, sopra richiamato, serve a completare alcuni interventi urbanistici nel quartiere di Poble Nou, interessando la foce del fiume Besòs, fino al Comune di Sant Andrià, verso est, oltre il Porto Olimpico. Così il disegno della città si completa, concludendo il disegno di riqualificazione delle periferie ad est della capitale catalana, mentre ad ovest rimangono le attività portuali tradizionali, sia nelle nuove aree del porto commerciale, sia sui moli riservati alle crociere, non a caso piuttosto vicini al centro, dove le Ramblas si connettono al Mirador de Colon, in modo da permettere ai passeggeri una rapida puntata verso il vecchio porto.

2.3 Genova, il porto antico catalizzatore di sviluppo

Il caso di Genova evidenzia il percorso di una città per anni considerata poco turistica per definizione, e che attraverso una scelta vincente degli anni '80 recupera e rivitalizza il vecchio porto, abbandonato dalle navi, dirottate verso nuove strutture portuali a est della città, verso la zona di Voltri. Il progetto di intervento sul vecchio porto, ad opera di Renzo Piano, viene deciso in vista delle Celebrazioni Colombiane del 1992: il recupero definitivo del waterfront ha reso l'area uno degli affacci al mare più ampi d'Europa, un'area in parte pedonalizzata, con un mix di porticcioli turistici, servizi per lo sport e il tempo libero, musei, biblioteche, centri di ricerca ambientale, attracchi per crociere e traghetti.

L'Expo Colombiana, dedicata a "La nave e il mare", si svolge in collegamento con l'Expo Universale di Siviglia 1992; fin dall'inizio, con la presentazione della candidatura al BIE, a Parigi, nel 1987, la città scommette sul porto - allora semiabbandonato - come risorsa "anche" per il centro storico; il paradosso è che esso si affaccia sul porto, ma da secoli ne era separato, essendovi in sequenza la cinta daziaria, la ferrovia lungo i moli, e mura e barriere riservate al lavoro portuale.

Il progetto originario di Renzo Piano prevedeva il recupero di manufatti, edifici antichi, gru portuali e chiatte del primo Novecento, magazzini imponenti destinati allo stoccaggio delle merci e del cotone, oltre alla conservazione dei vecchi moli medievali e di spazi architettonici di pregio, come la seicentesca Porta Siberia, disegnata da Galeazzo Alessi.

Tra i modelli di riferimento per il recupero del bacino portuale, certamente hanno avuto un ruolo esperienze note e di successo, come Baltimora e Barcellona, ma anche S. Francisco, con le sue molte attività collocate attorno al Thirty Nine Pier e alla Fabbrica della Cioccolata.

La destinazione originaria degli edifici ha comportato poi qualche problema, una volta chiusa l'Esposizione Colombiana: per esempio, i Magazzini del Cotone (un parallelepipedo di 400 metri, diviso in 16 blocchi), ha subito molti interventi per adattare i servizi della imponente struttura a finalità diverse da quelle espositive, concepite da Piano. Il vero problema per Genova, quindi, diventò come gestire l'eredità materiale del 1992, e quindi pensare alla destinazione d'uso degli immobili, alla scelta delle vocazioni possibili, alla selezione dei progetti, alle ipotesi gestionali (gestione diretta, società mista, consorzio tra enti...) (Guala, 1999; 2007).

Renzo Piano ha comunque recuperato l'area (antichi moli, Magazzini del Cotone, Palazzine del '600, Quartiere Millo) e permesso la costruzione di strutture di eccellenza (Acquario, Nave Italia, Bigo e ascensore panoramico, Piazza delle Feste). Alla fine del '93 l'area è ancora in gran parte chiusa al pubblico; l'Acquario funziona in una situazione di precarietà amministrativa, essendo incerta la sorte dell'Ente Colombo, in via di dismissione, ed essendo egualmente incerto il destino di tutta l'area (il cosiddetto "compendio colombiano"), la quale

sarebbe stata trasferita al patrimonio indisponibile del Comune solo in seguito a un delicato e complesso iter amministrativo.

Tra la fine del 1993 e l'estate del 1994 inizia la raccolta e la selezione delle proposte per decidere che fare del Porto Antico, con la catalogazione dei progetti, la selezione delle proposte, e le prime ipotesi di "ingegneria istituzionale" per la gestione dell'area.

Ma quale filosofia si elabora per l'area ? Si tratta di un passaggio rilevante, anche per non disperdere un patrimonio che rappresenta la vera eredità materiale e simbolica del 1992: si tratta di una eredità più importante dell'Esposizione in sé, poiché in grado di estendere i suoi effetti nel lungo periodo. Nel corso del 1994 e nei primi mesi del 1995 si definiscono dunque i primi orientamenti: fermo restando l'Acquario, che ha ripreso a funzionare in modo stabile, si decide che l'area sarà destinata alla cultura, al tempo libero qualificato, alla ricerca scientifica, alla tutela dell'ambiente; i moli manterranno la funzione originaria, e si potranno realizzare approdi turistici. Per quanto concerne la gestione dell'area, viene creata una società ad hoc, partecipata all'80% dal Comune di Genova e al 20% dalla Camera di Commercio. Nel febbraio del 1995 la società, chiamata Porto Antico di Genova spa, lancia una gara internazionale per acquisire proposte e investimenti, indicando un pool di temi sui quali operare: essi devono riguardare

"Il mondo del mare, un mare di scoperte: la fantasia, il gioco, la musica, gli sport, gli incontri, i viaggi, lo spettacolo, la ricerca, la scienza, la tecnologia, la cultura, la comunicazione, la memoria della città antica, le meraviglie del futuro".

Nel luglio del 1995 la spa inizia a lavorare, a partire da una proposta di massima definita dal Comune nei mesi precedenti (agosto 1994)⁴: la maggior parte di quelle indicazioni diventano operative entro la fine del 1997. Queste le destinazioni d'uso degli spazi e degli edifici:

Magazzini del Cotone

Biblioteca per Ragazzi De Amicis, nuovo Museo del mare, Centro permanente dell'artigianato ligure, La città dei Bambini (realizzata in collaborazione con La Villette, Parigi), multisale cinematografiche, Centro Congressi, negozi legati al mare e allo sport, bar e ristoranti

Edificio Millo

Libreria, negozio di giochi didattici, ufficio europeo del Registro Shipping Usa, Centro Regionale di Educazione Ambientale, Museo dell'Antartide

Palazzine del 600

Sede Azienda Provinciale per il Turismo, uffici della Spa Porto Antico, sportello bancario, sede per esposizioni temporanee, spazi per uso pubblico

Galleria commerciale sotto l' Acquario e la Nave Italia

Libreria, oggettistica, gift shop

Piazza delle Feste

Spazio per teatro all'aperto, manifestazioni, e pista di pattinaggio su ghiaccio nella stagione invernale.

Oggi sull'area del Porto Antico si muovono oltre 4 milioni di persone l'anno; l'obiettivo di ritrovare nel mare un elemento di identità della città è stato sostanzialmente realizzato; i valori e i simboli dell'area sono diventati la fantasia, il gioco, la cultura, la ricerca scientifica, la difesa del mare e dell'ambiente. Il raccordo tra Porto Antico e centro storico è ormai assicurato. Quello che invece ancora manca è il posizionamento internazionale di Genova, malgrado la lunga marcia verso la ricostruzione di una nuova immagine e di una nuova identità (Gastaldi, 2003, 2005).

La rivitalizzazione del Porto Antico accompagna la lenta rinascita di Genova, da città considerata "industriale" e "portuale" a città valorizzata "anche" per il centro storico, i Forti, i musei civici, le

⁴ La delibera del Comune di Genova (Sindaco Adriano Sansa) porta la firma dello scrivente, allora Assessore alla Qualità della Vita e alla Promozione della Città, con delega a seguire i lavori della spa (1993-1997)

chiese, in una parola una realtà che assume anche la dimensione di città d'arte e di cultura. Il motore dell'area è l'Acquario, che attira ogni anno circa 1.300.000 visitatori; il recente avvio del nuovo Museo del Mare completa una offerta significativa e ricca di occasioni. Eventi della marineria, come le Regate delle Tall Ships (Cutty Sark Race in the Mediterranean, 1992, 1996, 2000, 2007): le grandi vele torneranno nel 2007, richiedono la collaborazione della Marina Militare, dello Yacht Club Italiano, della (Sail Training Association): nella stessa direzione si muove "Vele d'epoca", regata tra Genova, Imperia e Monaco Altro elemento, simbolico e culturale, è la Regata delle Antiche Repubbliche Marinare (Amalfi, Genova, Pisa e Venezia), che ogni anno a rotazione viene organizzata in una delle quattro città.

La nomination di Genova a "Capitale europea della cultura" nel 2004 (insieme alla francese Lille) è il frutto ulteriore di una serie di tentativi di uscire allo scoperto, e giocare la carta dei grandi eventi come occasione riposizionamento a livello nazionale e internazionale, e di ulteriori momenti di rigenerazione urbana; lo stesso G8 (luglio 2001) fa parte di tale processo, avendo consentito recuperi urbani, pedonalizzazioni, restauri di antiche facciate (Bisio, Bobbio, 2003; Gazzola, 2003). Anche se dal punto di vista dei dati turistici il 2004 è stato un successo a metà (non diversamente dalle Colombiane del 1992), sul fronte mare si sono sviluppati altri progetti, anche nella zona della vecchia Darsena: oltre al nuovo Museo del Mare, la Casa della Musica e il Centro d'Arte contemporanea (Gastaldi, 2006). Soprattutto il Museo del Mare, presso la antica Darsena, è un edificio monumentale, inaugurato nel luglio 2004. Sempre sul fronte mare, l'altro grande progetto riguarda il molo di Ponte Parodi, affidato a Ben van Berkel: si tratta di una grande piazza a più piani, degradante verso il mare, una struttura plurifunzionale (musica, sport, shopping) la cui apertura, originariamente prevista per il 2008, slitterà al 2011 a causa di un lungo contenzioso con l'Autorità Portuale sulla destinazione delle aree e in particolare dei moli per le crociere. Ora partono i lavori, per un investimento complessivo di oltre 200 milioni di euro. (Gazzola, 2003; Gastaldi, 2005).

Nel corso del 2004 le manifestazioni culturali in senso proprio hanno funzionato solo in parte: la mostra clou della Capitale europea della cultura, dedicata a Rubens, raggiunge 195.000 visitatori. E' una mostra in parte paragonabile alla mostra di van Dyck (1997, 250.000 visitatori), ma altre iniziative registrano un successo minore: l'altra grande mostra del 2004, curata da Germano Celant, "Arti e Architettura", interessante e costosa, è andata male (50.000 visitatori); un'altra iniziativa di Palazzo Ducale, la mostra sul Giappone, aperta nel 2004, ha chiuso nel 2005 con 27.000 biglietti, essendo troppo raffinata e di élite per attirare un pubblico più ampio. Negli anni immediatamente precedenti il 2004 Palazzo Ducale non ha offerto molto, ad eccezione del Siglo de los Genoveses (1999-2000, con 127.000 biglietti); altre mostre, come Viaggio in Italia, organizzata in occasione del G8 (luglio 2001) non sono andate al di là di 70-75.000 visitatori.

E allora, come valutare i dati ufficiali del 2004, e le prospettive future ?

Il budget parla di oltre 200 milioni di euro investiti in interventi strutturali, e 30 milioni riservati a manifestazioni e promozione: il 2004 rappresenta quindi un evento medio-alto, il cui indotto economico si muove attorno ai 220-260 milioni di euro (Consav, indagine aprile 2005).

Molti dubbi riguardano invece le presenze collegate al 2004, valutate in 2.800.000 visitatori. Tale cifra comprende i biglietti venduti, ma anche la stima di presenze gratuite (ad esempio il Capodanno in Piazza con la Fura del Baus), e i ticket di manifestazioni che si ripetono da anni, e che quindi non rappresentano una offerta differenziale specifica del 2004: ci si riferisce al Festival della Scienza, o agli spettacoli estivi di teatro e musica in Porto Antico, eventi che si ripetono da alcuni anni: essi hanno accompagnato il 2004, ma non ne sono un elemento distintivo specifico.

Il punto debole dell'operazione 2004 riguarda comunicazione, citymarketing e turismo, specie nell'ottica delle grandi mostre considerate veicolo di promozione per la città (Guala, 2004).

Anche i genovesi hanno avuto un risveglio "dolce-amaro", calato il sipario sul 2004, e sulle sue manifestazioni culturali, positive ma non eccelse. Nel 2005 il turismo ha subito un lieve ridimensionamento, seguito da una piccola ripresa nel 2006. Tuttavia altri indicatori sono negativi:

l'aeroporto, ad esempio, da molti anni è al 20 posto in Italia, e non si smuove da circa un milione di passeggeri/anno; la città non ha affrontato i suoi endemici problemi logistici (ferrovie, autostrade). Dopo la grande operazione di recupero del Porto Antico, e alcuni interventi sul centro storico, non c'è stato molto; oggi si discute sulla proposta, elaborata ancora una volta da Renzo Piano, e denominata Affresco. Anche qui il mare gioca un ruolo strategico. Piano creerebbe un nuovo aeroporto a mare, e recupererebbe a uso portuale l'aeroporto esistente, ora all'interno della diga foranea, con ulteriori interventi di ricucitura tra città e porto per molti chilometri, da est a ovest, fino all'area della Fiera del Mare. Tutti a parole ammirano il disegno di Piano, tuttavia, se esso venisse davvero realizzato, diventerebbe un elemento di scontro, intaccando interessi consolidati, a partire dalle Riparazioni Navali e da molte aziende portuali) (RPBW, 2004; Guala, 2006)..

Potremmo dire di Genova "Eppur si muove": la città sta tentando di fuoriuscire dal modello della città portuale e industriale, ne ha certamente la possibilità, ma la strada è in salita, malgrado il grande successo realizzato con il recupero del waterfront nel vecchio bacino portuale e con riqualificazioni notevoli nel centro storico. Forse solo l'Affresco di Piano consentirebbe a Genova un salto di qualità, trattandosi non solo di un progetto sull'area a mare, ma di una vera e innovativa idea di città: si tratta di una "idea" di fortissimo impegno, ma dai costi non facilmente affrontabili.

2.4 Atene 2004: dalla città centrale all'area costiera

Tra le città che utilizzano i grandi eventi come occasione di riqualificazione territoriale emerge il caso di Atene, la quale ospita i Giochi Olimpici del 2004 e interviene su ampie zone dell'area metropolitana, ma soprattutto della costa, specie verso sud. Atene compete per ospitare i Giochi non per la grande visibilità che essi consentono, "marcando" indelebilmente un luogo nel tempo. E' è una città di 4 milioni di abitanti, in un paese che ne ha 8, e che vive di turismo, come dicono le cifre, con oltre 60 milioni di pernottamenti ufficiali, camping esclusi. Atene persegue la strada della modernizzazione per uscire da una urbanistica "balcanica", priva di leggi quadro nazionali e di piani regolatori, con gravi carenze legislative e con una pubblica amministrazione, nazionale e municipale, alquanto arretrata. La scommessa di Atene è quella di riqualificare la propria vasta area metropolitana, puntando sul trasporto pubblico, e implementando ovviamente l'offerta culturale e l'accoglienza turistica; tale disegno è ben presente anche prima dell'appuntamento olimpico del 2004 (Gospodini, 2001). In effetti per la capitale greca le Olimpiadi sono la strada verso la modernizzazione, attraverso metropolitana, nuove linee di tram, vie di comunicazione, infrastrutture (Beriatos, Gospodini, 2004; Beriatos, Colman, 2003).

Il nuovo raccordo con il mare riguarda Atene, ma anche altre regioni greche: a partire dal nuovo ponte sul mare (Rio-Antirio, 2900 m.), che collega la Grecia continentale al Peloponneso e al porto di Patrasso. Molti ostacoli, e qualche ritardo, impediscono ad Atene il pieno raggiungimento degli obiettivi, specie a livello di logistica, con alcuni progetti ridimensionati fin dall'autunno 2002.

A differenza di Barcellona, Atene distribuisce i siti olimpici su un'area molto grande, che va dalla città centrale ad aree situate a molti chilometri di distanza, raggruppando i siti per funzioni omogenee legate agli impianti sportivi e alle competizioni. I siti olimpici principali riguardano la zona di Faliron, l'area dell'ex aeroporto e la zona di Agios Kosmas, il centro vela di Vouliagmeni, la zona di Markopoulo e il sito di Schinias. In buona parte si tratta di siti sul mare, o molto vicini alla costa. Per queste ragioni, indipendentemente dalle scelte urbanistiche adottate nella capitale, i Giochi 2004 distribuiscono interventi sulla regione costiera, a partire da Atene verso capo Sounion.

Uno dei poli principali di Atene 2004 è la baia di Faliron, presso Atene. Ha ospitato lo stadio per il beach volley e altri impianti; la destinazione finale è quella di diventare una vasta area verde attrezzata, un polmone per il Pireo e il centro di Atene, servita dalla metropolitana, in partenza dalla stazione centrale di Monastiraki; tra il centro e il mare è stata costruita una tramvia leggera,

che dovrebbe favorire il trasporto pubblico lungo la costa, ridimensionando il traffico privato verso il disordinato continuum urbano e le spiagge in direzione sud, verso Capo Sounion.

Proseguendo lungo la costa, più a sud troviamo due siti contigui: l'ex aeroporto ospita strutture per softball, baseball, hockey, basket e pallamano, le gare di canoa e kayak: gli impianti sono distribuiti in un territorio alquanto assolato, ma vicini al mare. Anche qui sono state decise nuove destinazioni d'uso, che potrebbero rispondere al bisogno di servizi e infrastrutture sportive e di tempo libero.

Sempre verso sud, sul mare, troviamo il sito di Agios Kosmas, nuovo centro velico sul mare, praticamente riconvertito e costruito ex novo: e poi ci sono altri due siti, Vouliagmeni, destinato a triathlon e ciclismo, e Markopoulo, sede di gare di tiro e soprattutto di equitazione. La valutazione di questi siti risulta molto positiva da parte dei tecnici, specie quelli degli sport equestri.

A 40 km da Atene, presso l'antico tumulo di Maratona, si trova Schinias, centro dedicato al canottaggio: una zona ricca di acqua, verde e paludosa, il cui equilibrio idrogeologico è messo in seria crisi dagli impianti destinati ai bacini artificiali ove si ospitano le competizioni.

Malgrado ritardi e ombre, Atene e la Grecia hanno dimostrato di poter far fronte a un gigantesco impegno come i Giochi Olimpici, ma - questo il taglio che ci interessa - hanno anche sperimentato forme di riqualificazione su buona parte dell'affaccio al mare (baia di Faliron e tratti costieri), con una capacità e una professionalità che lascerà una eredità importante nella amministrazione pubblica e nella capacità di *governance* della capitale, e non solo.

2.5 Valencia, una città rinnovata per la l'America's Cup

Valencia rappresenta un caso piuttosto diverso da quelli sopra descritti: Atene interviene diffusamente lungo l'asse costiero, mentre Baltimora, Barcellona e Genova hanno un elemento comune, cioè puntano sul recupero e la ristrutturazione del vecchio porto per fini culturali, turistici e di entertainment, con una offerta sostanzialmente simile, anche se con implicazioni diverse nei rapporti con il tessuto urbano; Valencia invece crea ex novo un porto "turistico" per ospitare la Coppa America di vela, e usa tale appuntamento per riposizionarsi quale meta internazionale degli sport del mare, con l'idea di creare una grande "marina urbana".

Nei limiti del presente lavoro non ci occupiamo dell'America's Cup, se non per le sue implicazioni di marketing dei luoghi. Come è noto, la Coppa America rappresenta la più antica regata velica, nata nel 1851, ben prima - ad esempio - dei Giochi Olimpici, nati ad Atene nel 1896. Essa consiste in una sfida finale tra il detentore della Coppa (Defender) e uno sfidante (Challenger). Per diventare "challenger" si deve seguire una lunga e impegnativa selezione, che dura tre o quattro anni attraverso i cosiddetti "Acts", una serie di regate che alla fine portano una decina di imbarcazioni ad accedere alla Louis Vuitton Cup: da tale competizione a sua volta esce lo sfidante, che va a regatare con il detentore. Per molte città, e per molti Yacht Club, anche solo ospitare una delle regate "di avvicinamento" alla Coppa America costituisce una legittimazione, e una occasione di visibilità.

Nel febbraio 2003 la svizzera Alinghi batte New Zealand, nel golfo di Auraki. E Alinghi ha il diritto di decidere come, dove e quando mettere in palio la Coppa per gli sfidanti. Alinghi sceglie Valencia. Ma tale scelta è l'esito di molte variabili, a partire da quanti per due o tre anni mettono in atto una sorta di competizione internazionale per acquisire il grande appuntamento velico: sono forze politiche, imprese, decisori pubblici, i quali tessono una rete a favore di Valencia. Per tale sfida la Spagna, e Valencia, da anni intrattengono buone relazioni internazionali ed elaborano progetti affidabili, anche sulla base di professionalità acquisite e riconosciute nell'organizzare altri eventi culturali e sportivi. Valencia dispone di un circuito per gare di motociclismo e automobilismo, e ospita da anni i test di prova di ambedue i settori; la città è diventata molto attrattiva, grazie ai processi di rigenerazione urbana e alle architetture realizzate da Santiago Calatrava, nativo di Valencia. Nuove strutture culturali, centri congressi e Teatri completano l'offerta della città.

Nel frattempo, lontano dalla Nuova Zelanda e dagli Stati Uniti, l'America's Cup in Europa diventa un evento di notevole interesse, anche mediatico e per sponsorizzazioni e merchandising. Non a caso per l'edizione 2007 sono state oltre 60 le candidature presentate per poter ospitare le finali, o almeno alcuni degli Acts (Guala, 2007).

Oltre alle città bisogna considerare che le regate si appoggiano agli Yacht Club, dato che questi sono in grado di fornire un minimo di assistenza supplementare ai team; inoltre devono essere disponibili ampie marine, con spazi anche coperti per rimessaggio e assistenza tecnica; devono essere costruiti enormi capannoni, dato che prima delle regate finali molte imbarcazioni nascondono alcuni particolari tecnici che incidono sulla aerodinamica delle barche, come il disegno dello scafo e la forma e le dimensioni del bulbo. Per queste ragioni la scelta di Valencia da parte del "sindacato" di Alinghi è "anche" una vera e propria legittimazione nei confronti delle infrastrutture e delle professionalità tecniche disponibili nella città spagnola.

Indipendentemente dalla competizione per ospitare la Coppa America, Valencia si muove da alcuni anni per la riqualificazione urbana e il riposizionamento internazionale. Anche in questo caso (come in precedenza per Barcellona) assistiamo ad una rigenerazione portata avanti con grande determinazione, a partire da una idea semplice e geniale maturata nel corso degli anni '60: il fiume Turia, a 5 km. dal centro della città, viene deviato con la costruzione di un corso artificiale, che porta ad un nuovo sbocco al mare, a quasi 3 km. dalla sua foce naturale. Il vecchio letto del fiume viene riempito, e l'area resasi disponibile a poco a poco viene arricchita con spazi verdi, piste ciclabili, strutture sportive e di tempo libero: nasce il "Jardin del Turia", sulla base del Piano regolatore del 1966, realizzato circa quindici anni dopo l'inondazione del 1957 (Gaja, 2005).

Verso la foce del vecchio fiume l'architetto Calatrava, nativo di Valencia, costruisce un nuovo Museo marittimo, l'Osservatorio, la Città delle Arti e della Scienza; nasce il nuovo Palazzo della Musica.. La città per tutti gli anni '80 e '90 vive profonde trasformazioni urbane, con interventi a monte e a valle della città centrale: nel 1998 nasce un grande Centro Congressi, realizzato da Norman Foster, altro *archistar* sulla scena della città. Si ampliano gli spazi fieristici, si avviano collegamenti autostradali; Valencia si connette all'Alta Velocità con Madrid e Barcellona; si progettano anche pesanti interventi per aprire una nuova via centrale di comunicazione, per attraversare un vecchio *barrio* e arrivare al mare. Qui, per difendere il vecchio quartiere di Cabanyal, abitato da una forte comunità gitana, nasce un movimento di protesta che, in qualche modo, riesce a "mitigare" il progetto originario; come Barcellona, anche Valencia realizza i propri progetti con una determinazione che mette tra parentesi i rischi di *gentrification* nell'intervento su vecchi quartieri, come Cabanyal (Prytherch, 2003).

Le voci del dissenso parlano di sviluppo urbano basato su un "modello di improvvisazione permanente", che punta alla "conquista del litorale" (Gaja, 2005). La stessa Coppa America diventa un esempio di "competitività in un mare globalizzato", esito di uno sviluppo eccessivo, che punta alla "città come spettacolo", una città alla ricerca alquanto disordinata della propria promozione internazionale (Punchel Chornet, 1999).

Non appena Alinghi sceglie Valencia, verso la foce del fiume è stata costruita una nuova marina, che ospita le imbarcazioni impegnate nella America's Cup, con un nuovo canale di accesso al mare, tribune e aree di rimessaggio, e soprattutto con destinazioni d'uso già in parte definite per il futuro dell'area, una volta concluse le regate per la Coppa. Con oltre 1500 posti barca, sarà la più grande "marina urbana" del Mediterraneo, cioè il più ampio porto turistico integrato in un'area urbana, ad essa direttamente collegato da nuove vie di comunicazione, parcheggi, metropolitana e rinnovato trasporto pubblico. Tutta l'area a mare viene ristrutturata, con passeggiate, aree verdi, ripascimento delle spiagge, con criteri e strutture che ricordano il recupero del fronte mare avviato a Barcellona in vista del 1992, in particolare per l'area che va da Barceloneta al cosiddetto porto olimpico, verso est. Valencia sembra oggi avviata ad un processo che la collochi ad una scala diversa, con significativi effetti economici e territoriali, non diversamente dalle tendenze riscontrabili in altre realtà urbane europee in via di rigenerazione, oggetto di urban planning (Prytherch, 2003).

La scommessa di Valencia è quella di sfruttare l'evento della Coppa per un consolidamento della città quale meta dello sport e del tempo libero. L'investimento complessivo tocca i duemila milioni di euro, una cifra vicina ad altri eventi di alto profilo, come i Giochi olimpici invernali.

Dall'ottobre 2004, in previsione della competizione per acquisire la Coppa America, la città organizza il Valencia Summit, dedicato all'organizzazione di grandi eventi sportivi e ai loro effetti sulle delle città, con grande partecipazione di manager, amministratori pubblici, università, centri di ricerca e marketing. Gli eventi sportivi sono al centro del Summit, in buona parte dedicato alla America's Cup, occasione di promozione internazionale della città (Valencia Summit, 2006).

2.6 Là dove scende il fiume. Bilbao e le altre

Mentre le prime esperienze di recupero e rivitalizzazione delle aree portuali sono iniziate alla fine degli anni '70 e nel corso degli anni '80, altre esperienze maturano in un periodo successivo; abbiamo anche visto che Atene comincia a intervenire sulla costa più tardi, attorno al 2000, e che Valencia lavora sulla nuova marina dal 2004 in poi. Inoltre abbiamo finora trattato esperienze legate prevalentemente al mare. Tuttavia si registrano anche esempi consistenti di rivitalizzazioni urbane che coinvolgono le sponde dei fiumi, o gli argini, utilizzati in passato da attività produttive, poi abbandonate per molteplici ragioni (crisi di settore, strutture obsolete o addirittura fatiscenti, delocalizzazioni, creazione di microdistretti destinati a nuove attività economiche e commerciali).

Questo è il caso emblematico di Bilbao, interessante anche per un'altra ragione, oltre a quelle sopra richiamate, e cioè per la scelta di puntare sulla cultura come motore di sviluppo urbano. Tale decisione è maturata senza alcuna occasione di ospitare mega eventi, come invece avvenuto in altri casi di rigenerazione (ad esempio: l'America's Cup a Valencia, o i Giochi olimpici ad Atene). Bilbao punta decisamente su una "opera evento", un museo dalle strutture avveniristiche, visitato più per il munfatto in sé che per le opere che vi sono contenute, o le mostre ospitate.

Il contenitore è più interessante del contenuto: si va a Bilbao in primis per vedere il Guggenheim.

La scelta del nuovo museo rientra in un progetto più ampio di rivitalizzazione delle rive del fiume Nervion; tutta l'area è diventata interessante, anche se il Guggenheim ne rappresenta l'elemento di eccellenza: la decisione "politica" è quella di cambiare il modello urbano per avviare la trasformazione economica, ovvero fronteggiare la pesante crisi che attraversa i paesi Baschi e Bilbao per tutti gli anni '70 e '80 (Projet Urbain, 2001).

Il piano strategico di rivitalizzazione di Bilbao, nato nel 1987, e allargato a trenta municipalità della regione nel 1989, punta su alcuni elementi: l'accessibilità della città e la mobilità interna, il miglioramento della qualità ambientale e l'intervento sul fiume, una piano sociale per la comunità, la formazione, l'università e l'identità locale, e soprattutto la centralità della cultura quale strumento di rivitalizzazione e riposizionamento della città.

E' un cambiamento culturale e politico, avviato non senza ostilità da parte della comunità locale, legata al vecchio modello della città industriale e operaia, scettica verso operazioni che potevano apparire di semplice restyling urbano.

Dopo i primi contatti con la Fondazione Guggenheim (1991), Bilbao opta per una architettura "di rottura", che assuma il carattere di eccezionalità, in grado di diventare il simbolo della città, come la Tour Eiffel o il Louvre. Alcuni architetti vengono invitati a presentare i loro progetti: partecipano Arata Isozaki, Coop Himmelblau e Frank O. Gery; viene premiata la proposta di O. Gery, e partono i lavori. Pagati 12 milioni di euro alla Fondazione Guggenheim per il marchio, il costo del museo è di 132 milioni di euro, comprese le opere di urbanizzazione, opere d'arte e diritti; Bilbao entra nel circuito della Fondazione (con New York, e Venezia), il cui patrimonio al momento del contratto viene valutato oltre tremila milioni di euro. Il museo apre i battenti nel 1997, e il primo anno supera un milione e trecentomila visitatori, per poi attestarsi su un milione o poco meno negli anni successivi.⁵ Tutta l'area viene rivitalizzata; le sponde del fiume sono state spostate per creare

⁵ fonte: Guggenheim,Ufficio marketing, anni vari

passeggiate e piste ciclabili; vengono costruite nuove strutture per congressi, sport, tempo libero. Santiago Calatrava disegna il nuovo aeroporto, piccolo e funzionale, e un nuovo ponte sul Nervion; Norman Foster viene chiamato a progettare e costruire la bellissima metropolitana, con le caratteristiche uscite sulle strade, i “fosteritos”; si potenzia il sistema dei trasporti fino al mare e alle mete turistiche basche; si interviene per il recupero del centro storico. La rivitalizzazione di Bilbao è ormai completata; nel corso di un decennio la città si è completamente trasformata.

Anche altre città collocate sulle rive dei fiumi in anni più o meno recenti hanno recuperato zone abbandonate, lasciate libere da precedenti attività industriali, artigianali o commerciali, o da magazzini e depositi non più funzionanti; in alcuni casi gli interventi hanno riguardato edifici e abitazioni modeste o addirittura fatiscenti, le quali sono state rivitalizzate nell’ambito dei piani di recupero e di sviluppo dell’intera area interessata.

Una esempio datato è quello dei Docks di Londra, dove un’intera zona è stata riqualificata, anche qui con destinazioni d’uso del tutto nuove e - inevitabilmente come avviene in molti casi - con implicazioni di gentrification legate alla crescita dei valori immobiliari. Un esempio più recente è quello di Dusseldorf, posta sulle rive del Reno, dove il “Porto di mezzo” (Medien-Hafen) è stato completamente ristrutturato con ristoranti, bar, strutture culturali e per il tempo libero, e dove ritroviamo alcuni edifici disegnati da O. Gery, archistar che per la sua stessa presenza “marca” i luoghi e ne fa meta di culto. E anche Bordeaux, terra di grandi vini, ha rivitalizzato le rive della Garonna, recuperando i vecchi magazzini e offrendo un mix di cultura (arte contemporanea), di musica e jazz, e di enogastronomia di alto livello. Un processo verificabile anche a Stoccolma, che nella riqualificazione dei suoi quartieri sull’acqua propone locali rinnovati dal design, musei e architetture di eccellenza. E Liverpool, in vista della esperienza di “Capitale europea della cultura nel 2008, ha puntato sul waterfront (Patrimonio dell’Unesco) come catalizzatore del rinnovamento urbano e di una vera rinascita della città (Hopkins, 2005).

In Italia un caso recente di riqualificazione delle aree prospicienti i fiumi è offerta da Torino, come sopra accennato, mezzo secolo fa le celebrazioni dell’Unità d’Italia (Italia ’61) avevano comportato la sistemazione a verde dell’ingresso verso la città centrale da sud, l’area del Valentino, nuove strade e manufatti urbani; oggi sono stati riscoperti i cosiddetti Murazzi, percorsi bassi lungo le rive e argini, originariamente riservati ad attività economiche abbandonate, e soprattutto a depositi e a magazzini; qui ristoranti, bar e attività rivolte sostanzialmente ad un pubblico giovanile, hanno rivitalizzato una zona a lungo abbandonata, in buona parte collocata attorno a piazza Vittorio Veneto e alla città centrale, non distante da via Po, asse verso piazza Castello, la Medal Plaza delle premiazioni e di molti eventi pubblici dei Giochi olimpici invernali di Torino 2006 (Bobbio, Guala, 2002; Martina, 2006).

2.8 Master & Commander. Valori e fasti della marineria

Nel dibattito internazionale sul recupero dei vecchi porti e delle aree costiere merita attenzione il dibattito, prevalentemente anglosassone, sulla valorizzazione e la salvaguardia degli antichi porti che ospitavano flotte militari. Dopo la seconda Guerra Mondiale, ma soprattutto con la fine della “guerra fredda”, le esigenze di difesa del Regno Unito sono totalmente mutate; questo mondo, legato anche alle tradizioni dell’Impero, legittima un atteggiamento generalmente conservativo nei confronti di porti, fortificazioni, darsene, edifici militari; di fronte alle ipotesi di stravolgimento di certe aree verso funzioni del tutto diverse (alla Baltimora, per esempio), questi movimenti tendono ad un recupero quasi filologico dei vecchi siti, intrecciando tale strategia con le esigenze tipiche dell’archeologia industriale, salvaguardando la cultura materiale, le antiche tipologie di lavorazione, gli antichi mestieri (Hoyle, Wrigth, 1999).

Per queste correnti di pensiero un eccesso di turismo contraddice in qualche modo i valori della marineria e le tradizioni delle navi a vela e dei clipper che collegavano le Indie al cuore dell’Impero, ma anche delle navi militari e dei sottomarini di epoca successiva: in questo caso il recupero dei bacini e dei porti militari comporta anche la ricerca e il restauro di vascelli e di navi, da

ancorare ai vecchi moli, talora sedi di associazioni che si occupano appunto dei fasti e delle gesta della marineria. In tale contesto culturale e simbolico si collocano i raduni delle navi scuola e dei velieri (Tall Ships: letteralmente navi alte, navi dagli alberi alti) che ogni anno vengono ospitati presso alcuni porti in almeno tre aree del mondo, i mari del nord, il Mediterraneo e Stati Uniti-Miami; questi raduni vengono organizzati da due associazioni costituite ad hoc, la Sail Training Association, con sede a Londra, e la International Sail Training Association, impegnata sul versante statunitense. I casi studiati (Chatham, Plymouth e Portsmouth) rientrano tutti nel medesimo disegno. A questo mondo si ispirano alcune strutture museali più “tradizionali”, come il National Maritime Museum di Greenwich, collegato all’Observatory dove passa il famoso meridiano; è un museo molto ricco e interessante, ma anche un po’ “datato”, lontano dalle tipologie dei Science Museum moderni e interattivi, e ancorato (è il caso di dirlo) ad una concezione conservativa ed espositiva degli oggetti e dei simboli del passato; non a caso il sottotitolo della Guida ufficiale recita “The Story of Britain and the Sea”. Tutta l’area rappresenta un buon esempio di recupero architettonico e ambientale, con prati degradanti verso il Tamigi, le cui “barriere” contro l’alta marea (che risale per chilometri fino al cuore di Londra) costituiscono un ulteriore luogo di interesse, meta visite di associazioni e di pic nic domenicali. Qui era ancorato il Cutty Sark, recentemente semidistrutto da un incendio.

Naturalmente anche le scelte urbanistiche incidono sul rapporto tra città e fiumi, o tra città e mare, a seconda delle politiche perseguite: così è interessante anche svolgere una analisi comparata tra soluzioni diverse pur all’interno della stessa città, come avviene ad Helsinki.

Qui tre aree diverse (Arabianranta, Aurinkolahti e Ruoholahti) sono state oggetto di interventi, con esiti positivi, pur se diversi, in termini di soluzioni urbanistiche adottate in rapporto con l’acqua, e precisamente con un fiume, un canale e il mare (Sairinen, Kumpulainen, 2006).

Anche i laghi possono essere luoghi che segnano la rinascita o un nuovo stile delle città o dei piccoli borghi; possiamo ricordare l’opera classica di Zorbaugh, *The Gold Coast and the Slum*, dedicata alla struttura urbana e sociale di Chicago; qui già negli anni ’20 il lungolago aveva un fascino particolare, ed oggi “sul lago dorato” piste ciclabili, strutture sportive e yacht club esclusivi riportano l’attenzione sul lago come incredibile risorsa per la città: Chicago sarebbe ben diversa senza il lago Michigan, e senza l’intrico di canali che vi fanno capo e che marcano la città centrale.

E parlando della regione dei Grandi laghi non può mancare un riferimento al Wisconsin, dove Lloyd Wright, prima di diventare famoso con la Casa sulla Cascata, disegnò il bellissimo imbarcadero di Madison, capitale del Wisconsin, tra i laghi Wingra e Mendota.

Infine, in questa panoramica che talvolta ha richiamato qualche titolo di film (del resto ci occupiamo anche dei set cinematografici e delle film commission), non può mancare L’isola misteriosa; possiamo riprendere questo riferimento per la storia di Ellis Island, che oggi è patrimonio nazionale degli Stati Uniti insieme all’isola che ospita la Statua della Libertà (già Bedloe’s Island); un tempo essa era davvero un luogo di passaggio, un misterioso e angosciante centro di accoglienza, ma anche di quarantena e selezione, per milioni di emigranti verso “La Merica” (Chermayeff, Wasserman, Shapiro, 1991).

Per quasi un secolo porto militare prima, e deposito di munizioni poi, Ellis Island venne utilizzata come porta di ingresso negli Stati Uniti, ospitando milioni di emigranti, iniziando a funzionare all’inizio del 1892; venne chiusa nel 1954, e molti anni dopo venne restaurata, in oltre dieci anni di lavoro. Si calcola che 100 milioni di americani abbiano un parente registrato negli archivi dell’isola; i nomi sono stati messi in rete attraverso una straordinaria operazione culturale e comunicativa, che con il recupero e il restauro delle vecchie strutture ha realizzato una operazione di altissimo livello, di notevole efficacia educativa, di grande valore simbolico in un periodo in cui i processi migratori ripropongono nel mondo globale storie e scambi di cose, di persone, di idee.

Bibliografia

Area Convention and Visitors Association, *Inner Harbour Redevelopment Chronology*, draft 2001

- AAVV, 1999, *Urbanismo en Barcelona*, Sector de Urbanismo, Barcelona, 1999
- Ashworth G. J., Voogd H., *Selling the City*, Wiley&Sons, Chichester, 1995
- Ave G., Corsico F. (a cura di), *Marketing urbano in Europa*, Torino Incontra, Torino, 1994
- Beriatos E., Colman J. (eds) *The Pulsar effect in Urban Planning*, proceedings of the 38 Isocarp Congress (Athens 2002), Isocarp and University of Thessaly Press, Volos 2003
- Beriatos E., Gospodini A., "Glocalising" urban landscapes: Athens and the 2004 olympics, in "Cities", 21, n. 3, 2004
- Bisio L., Bobbio R., *Gestione dei Grandi Eventi e strategie di riqualificazione urbana a Genova*, in Imbesi P. N., 2004
- Bobbio L., Guala C. (a cura di), *Olimpiadi e grandi eventi*, Carocci, Roma 2002
- Bohigas O., *Reconstrucció de Barcelona*, Ed. 62, Barcelona 1985, trad. it. *Ricostruire Barcellona*, EtasLibri, Milano, 1992 con prefazione di B. Gabrielli e postfazione all'edizione italiana di O. Bohigas
- Brunet F., *Economia de los Juegos Olimpicos de Barcelona 1992*. UAB, IOC, 1994
- Cashman R., *Urban Legacy in the Long Term: Sydney's Experience*, relazione introduttiva al convegno "How a City can win Olympics: The 2006 Winter Games and the Legacy", Torino, 2005.
- Cashman R., *The Bitter-Sweet Awakening. The Legacy oth Sydney 2000 Olympic Games*, Walla Walla Press, Sydney, 2006
- Chalkley B., Essex S., *Urban Development through hosting international events: a history of Olympic Games*, in "Planning Perspectives", 14, 1999
- Chermayeff I., Wasserman F., Shapiro M. J., *Ellis Island*, McMillan, New York 1991
- Cogliandro G., *European Cities of Culture for the year 2000*, European Commission, AECC/AVEC, Bruxelles 2001
- De Moragas Spa M., *Las claves del Exito*, CEOD, Universidad Autonoma de Barcelona, Bellaterra, Barcelona, 1996
- Dombois R., Heseler H. (eds), *Seaports in the Context of Globalization and Privatization*, Universitat Bremen, Bremen 2000
- Elia, G. F., *Città domani,. Aspetti sociologici dell'urbanesimo post-industriale. Il caso di Baltimora*, Bulzoni, Roma 1988
- Fee E., Shopes L. (eds), *The Baltimore Book. New Views of Local History*, Temple University Press, Philadelphia, 1991
- Ferrari S., *Event marketing*, Cedam, Padova, 2002
- Ferrari S., *Modelli gestionali per il turismo come esperienza*, Cedam, Padova, 2006
- Gaja F., *La remodelacion del las ciudades europeas*, Universidad de Valladolid, Valladolid 2005
- Gastaldi F., *Strategie urbane a Genova: tra G8 e "Piano della città"*, in D. De Leo, D. Moccia, *I nuovi soggetti della pianificazione*, F. Angeli, Milano 2003
- Gastaldi F., *Genova: verso un'idea di città turistica*, in "Urbanistica Informazioni", 204, novembre-dicembre 2005
- Gazzola A., *Trasformazioni urbane*, Liguori, Napoli 2003
- Getz D. , *Event management and event tourism*, Cognizant, Elmsford, New York, 1997
- Gospodini A., *Urban waterfront Redevelopment in Greek Cities*, in "Cities", vol. 18, n. 5, 2001
- Guala C. (a cura di), *Vivere la città*, Costa&Nolan, Genova 1995
- Guala C., *La città tra il Mediterraneo e l'Europa: dialogo, scambio, sviluppo*, Introduzione al Dossier di Candidatura di Genova a "Città Europea della Cultura", Tormena, Genova 1997
- Guala C., *Genova 2004. Bilancio di un anno*, in "Il Giornale dell'Architettura", 3, 24, dicembre 2004
- Guala C., *Genova e Torino: tra citymarketing e prove di macroregione*, in "Quaderni del Circolo Rosselli", numero monografico dedicato a "La Genova del 2005", 3, 2005
- Guala C., *Mega Eventi*, Carocci, Roma, 2007
- Hall P., *Cities have always used creativity to maintain their position as centers of invention and innovation*, in "Urban Age", 7, n. 2, 1999

- Henry A., Gillon P., *Impact of the 2004 Olympic Games on Land Planning and Organisation in Athens*, in Papanikos, 2005
- 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", 24, 2, June 2000
- Hopkins L., *Mersey Waterfront – A Vital Part of Liverpool, European Capital of Culture 2008*, in "Portus", 5, 10, 2005
- Keith R. C., *Baltimore Harbour*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore & London 1991
- Kotler P. et alii, *Marketing Places in Europe*, Prentice Hall, London, 1999
- Kotler N., Kotler P., *Marketing dei musei*, Comunità, Milano 1999 (ed. orig. 1998)
- Imbesi P. N. (a cura di), *Governare i grandi eventi*, Gangemi, Roma, 2004
- Lambiri D., *The Olympic Village of Barcelona: Urban Residential Development and Socio-Economic Impact*, in Papanikos, 2005
- Lo Ricco G., Micheli S., *Lo spettacolo dell'architettura. Profilo dell'archistar*, Bruno Mondadori, Milano 2003
- Marra E. (a cura di), *Componenti culturali della qualità urbana*, Etas Libri, Milano, 1989
- Marra E., *Marketing urbano: comprendere le nuove potenzialità di attrazione delle città*, paper presentato al convegno "Immagini del turismo e nuova competizione territoriale", Milano Bicocca, 26 settembre 2006
- Martina A., *Comunicare la città*, Bruno Mondadori, Milano 2006
- Martinotti G., *Metropoli*, Il Mulino, Bologna, 1993
- Mega V., *European Cities. Striving for Sustainability, Globalisation and Cohesion*, draft, Congress on the Urban Question, Turin, February 1998
- Palmer&Rae, *European Cities and Capitals of Culture*, 2 voll., Brussels, 2004
- Papanikos G. (ed.), *International Research on Sports Economics and Production*, Athens Institute for Education and Research, Athens 2005
- Pichierri A., *Strategie contro il declino in aree di antica industrializzazione*, Rosenberg&Sellier, Torino 1989
- Project Urbain, *Bilbao. La culture comme project de ville*, n. 23, settembre 2001
- Preuss H., *Economics of the Olympic Games. Hosting the Games 1972-2000*, Walla Walla Press, Sydney 2000
- Preuss H., *The Economics of Staging the Olympics*, Edward Elgar, UK 2004
- Prytherch D. L., *Urban planning and a Europe transformed. The landscape politics of scale in Valencia*, "Cities", vol. 20, n. 6, 2003).
- Punchel Chornet A., *Valencia: opciones, desorden y modernidad, o la ciudad que se devora a sí misma*, in "Scripta Nova", Universidad de Barcelona, 47, Settembre 1999
- Purchase S., *Planning for Olympic Legacies: a Comparative Analysis*, Griffith University Australia, draft, 2000
- Roche M., *Mega Events and Modernity*, Routledge, London 2000.
- RPBW – Renzo Piano & Building Workshop, *Progetti in mostra*, Tormena, Genova 2004
- Rusk D., *Baltimore Unbound. A Strategy for Regional Renewal*, Abel Foundation, Baltimore, 1996
- Russo G. (a cura di), *Torino-Milano 2010, Una ferrovia, due poli, una Regione Europea*, Otto Ed., Torino 2004
- Sairinen R., Kumpulainen S., *Assessing social impact in urban waterfront regeneration*, in "Environmental Impact Assessment review", n. 26, 2006
- Sassatelli M., *Identità, cultura, Europa. Le "Città europee della cultura"*, F. Angeli, Milano 2005
- Sassen S., *Le città nell'economia globale*, Il Mulino, Bologna, 1997, ed. orig. 1994
- Tota A. L., *Sociologie dell'arte*, Carocci, Roma, 1999
- Turisme de Barcelona, *Barcelona Estatistiques de Turisme 2005*, e anni vari
- Valencia Summit 2006, *Major Sport Events as Opportunity for Development: the International Promotion of the City*, MMVI, 2006