

CHITO GUALA

## PER UNA TIPOLOGIA DEI MEGA-EVENTI (\*)

*Premessa: olimpiadi e «mega-eventi».* – Il dibattito internazionale sulle caratteristiche e sulle implicazioni dei giochi olimpici assume quasi sempre tale manifestazione come esempio di un «grande evento», indipendentemente da una riflessione più attenta su tale espressione e sui possibili livelli o scale a cui i grandi eventi possono essere considerati e studiati.

Esiste una convergenza unanime sul fatto che i giochi olimpici costituiscano davvero il maggiore evento nel mondo dello sport, e tutti sostengono che negli ultimi decenni il loro impatto (nel senso lato del termine) è andato crescendo in modo esponenziale.

In una recente proposta di classificazione degli «effetti» dei giochi, l'impatto territoriale delle passate olimpiadi è stato assunto come variabile strategica, con particolare riferimento alle modifiche apportate al tessuto urbano (Essex e Chalkley, 1998); i due studiosi hanno proposto una distinzione a tre livelli, considerando in primo luogo i giochi «a basso impatto», poi quelli che hanno puntato prevalentemente a nuove strutture sportive (e non hanno toccato il territorio), per finire con i giochi che hanno coinvolto maggiormente l'ambiente urbano e la regione circostante.

Si tratta di una proposta interessante, soprattutto perché in qualche modo «attraversa» le tradizionali letture in termini di periodizzazione temporale, e considera prima di tutto le interrelazioni tra giochi olimpici e territorio.

In questa proposta i giochi delle origini si collocano soprattutto nella prima categoria (a basso impatto), la quale comprende anche le olimpiadi di Londra

---

(\*) Questo scritto nasce all'interno della ricerca *Come una città può vincere o perdere le Olimpiadi*, avviata nel 2000 da un gruppo di docenti dell'Università e del Politecnico di Torino sugli effetti economici, sociali, culturali e territoriali delle passate olimpiadi e più in generale di «grandi eventi», nell'ottica di analizzare le tematiche riconducibili all'appuntamento dei Giochi Invernali di Torino 2006. Il gruppo di ricerca è coordinato da Chito Guala ed è composto da diversi docenti e ricercatori dell'Università e del Politecnico di Torino: Luigi Bobbio, Davide Barella, Pier Vincenzo Bondonio, Egidio Dansero, Alfredo Mela, Carlo Olmo, Angelo Pichierri, Carmela Ricciardi, Ester Rubbi, Sergio Scamuzzi, Anna Segre, Fiorenzo Ferlaino (Ires Piemonte).

(1948), gestite in un clima di austerità conseguente alla situazione del dopoguerra; ma anche altri giochi possono esservi assimilati, come Los Angeles 1984 (con modesti interventi su servizi e strutture, assenza della mano pubblica e gestione sostanzialmente privata); anche Città del Messico 1968 viene fatta rientrare in questa prima tipologia, date le forti carenze infrastrutturali connesse a una situazione del paese difficile dal punto di vista economico e finanziario.

Nella seconda categoria si collocano i giochi che hanno solo sfiorato il territorio urbano, puntando prevalentemente sulle strutture sportive (costruite *ex novo* o recuperate): anche qui ritroviamo molte olimpiadi del passato, da Los Angeles 1932 a Berlino 1936, da Helsinki 1952 a Melbourne 1956, e tuttavia anche una edizione recente (Atlanta 1996) rientra in questa categoria.

Nel terzo tipo Essex e Chalkley collocano esperienze più recenti, nelle quali il territorio è stato coinvolto fortemente: il primo caso è Roma 1960 (con interventi sul regime delle acque e nuovi collegamenti stradali e aeroportuali); altri esempi sono Tokyo 1964 (con recuperi residenziali, nuove strutture di accoglienza turistica, nuove linee stradali e di metropolitana), Seoul 1988 (con nuovi musei, centri di musica classica, di cultura tradizionale e di arte contemporanea); caso tipico è infine Barcellona 1992, esempio consolidato di forte sviluppo urbano e di riposizionamento della città e della regione a livello internazionale, quale meta culturale e turistica di eccellenza. Anche Sydney 2000 rientra in questa terza categoria.

Questa premessa sulle possibili «letture» dei giochi «estivi», solo parzialmente riconducibili a «fasi temporali» di sviluppo, legittima l'interpretazione dell'appuntamento olimpico come formidabile strumento di trasformazione urbana, e ci consente di collocare tale riflessione all'interno del dibattito sui «mega-eventi».

Nella letteratura economica e sociale degli ultimi anni, ma soprattutto a partire dagli anni Novanta, registriamo infatti una crescente attenzione verso quelli che alcuni studiosi chiamano di volta in volta «mega-eventi», o «grandi eventi», proprio in riferimento a manifestazioni la cui organizzazione ha effetti considerevoli a livello non solo territoriale, ma anche sociale, culturale, politico (Essex e Chalkley, 1998; Hiller, 2000).

Per usare la definizione di Hiller (2000), si tratta di interventi «di breve durata e di alto profilo»; in effetti siamo di fronte a eventi di durata generalmente contenuta, piuttosto diversificati per il tipo di offerta e servizi erogati, con un coinvolgimento massiccio di quote consistenti di utenti, in parte locali, in parte provenienti da bacini molto ampi e diversificati (Hall, 1992; Getz, 1997).

Tuttavia vari studiosi usano in termini quasi indifferenti concetti come mega-eventi (*mega-events*), grandi eventi (*big events*), eventi «di qualità», o «meritevoli di una attestazione di qualità» (*hallmark events*) (Ritchie, 1984), «eventi speciali» (*special events*): gli autori citati richiamano le olimpiadi, o altri avvenimenti sportivi di eccellenza, o ancora le esposizioni e le fiere internazionali (*expo*, *international exhibitions*, *fairs*...) senza che si faccia ricorso ad un apparato concettuale e classificatorio più preciso, che eviti sovrapposizioni e sia invece in grado di distinguere chiaramente gli eventi.

Tra l'altro lo stesso riferimento alle olimpiadi tralascia il fatto che vi è una differenza significativa tra quelle cosiddette estive e quelle invernali (con differenze consistenti riguardo a siti e organizzazione spaziale, impatto ambientale, problemi di trasporto pubblico, *budget*, numero degli atleti coinvolti e delle nazioni partecipanti...).

*Una tipologia possibile:* mega-events, special events, hallmark events, community events. – Una tassonomia dei grandi eventi deve tener conto di alcune rilevanti diversificazioni: esse riguardano la «scala» a cui gli eventi si muovono, gli effetti economici e occupazionali, la natura e il «contenuto» degli eventi stessi, le strutture e le *facilities*, il tipo di *target* o di pubblico cui gli eventi sono indirizzati, il coinvolgimento dei *media*.

Mentre alcuni autori usano indifferentemente *mega* o *big events*, o ancora *special* o *hallmark events*, un tentativo più articolato di classificazione è stato proposto da Maurice Roche (2000), rielaborando una tassonomia risalente a Hall (1989), ripresa anche dal Comitato Internazionale Olimpico (IOC, 1998). Tale classificazione distingue i grandi eventi in quattro categorie, a partire dai *mega-events*, e passando poi a «livelli» inferiori, cioè *special events*, *hallmark events* e *community events*, con esemplificazione di casi afferenti alla tipologia (Roche, 2000).

A loro volta i mega-eventi sono collocati all'interno di una nozione più ampia di eventi pubblici, *public events*, nei quali entrano in gioco originariamente temi quali nazionalismo, società civile, imperialismo economico e culturale, fino alla situazione attuale, dominata dal peso delle politiche urbane e della dimensione «mediale». Con la sottolineatura del valore simbolico degli eventi, Roche riprende inoltre la proposta elaborata da Hannerz sulla complessità culturale delle società moderne (Hannerz, 1992).

A differenza di studiosi come Essex e Chalkley (1999), Hiller (2000), Cashman e Hughes (1999), molto attenti all'impatto territoriale dei grandi eventi, Roche coglie l'occasione per elaborare la sua tipologia considerando *in primis* la natura simbolica di alcuni appuntamenti che segnano il passaggio al nuovo millennio e che – accidentalmente o meno – si realizzano proprio nel 2000: il *Millennium Expo* in Gran Bretagna, il *World Expo* di Hannover e i giochi olimpici di Sydney.

Roche sottolinea la crescente connotazione politica assunta in anni recenti dai grandi eventi: tale connotazione si è accentuata anche per le olimpiadi, come dimostrano ulteriori riflessioni sul coinvolgimento della Presidenza degli Stati Uniti nella organizzazione dei giochi «made in Usa» e nelle cerimonie di apertura (Gillespie, 2002). Ma Roche ricorda che storicamente significati simbolici e culturali hanno sempre segnato le manifestazioni internazionali di eccellenza, a cominciare dalle grandi esposizioni; il Novecento è ricco di grandissime *expo*, ma anche l'Ottocento, con la rivoluzione industriale, lo sviluppo della scienza e la fiducia positivista verso il progresso, fa registrare appuntamenti di grande interesse: per esempio, la prima *expo* mondiale di Londra (1851) costi-

Tab. 1 – *Tipologie di grandi eventi secondo Roche (2000, p. 4)*

| Tipo di evento         | Esempio                                                                    | Target/mercato                 | Interesse dei <i>media</i>                 |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------|
| <i>Mega-Event</i>      | <i>Expos, Olympics, World Cup (soccer)</i>                                 | <i>Global</i>                  | <i>Global TV</i>                           |
| <i>Special Event</i>   | <i>Grand Prix (F1), World Regional Sport (Pan-Am Games...)</i>             | <i>World Regional National</i> | <i>International/National TV</i>           |
| <i>Hallmark Event</i>  | <i>National Sport Event (Australian Games...), Big City Sport/Festival</i> | <i>National Regional</i>       | <i>National TV</i>                         |
| <i>Community Event</i> | <i>Rural Town Event Local Community Event</i>                              | <i>Regional/Local Local</i>    | <i>Local TV Local TV/Press Local Press</i> |

tuisce una *showcase* della importanza economica e politica inglese, con 19.000 *exhibits* e la costruzione del Christal Palace in vetro e metallo.

Neanche Essex e Chalkley sottovalutano gli effetti simbolici, culturali e politici, degli eventi; manufatti urbani e monumenti diventano simboli perenni di un evento o di un luogo: la Torre Eiffel, costruita in occasione del primo centenario della rivoluzione francese, è un'eredità della *Exhibition* del 1889 (oltre trenta milioni di visitatori); lo stadio di Wembley è un'eredità della *British Empire Exhibition* del 1924-1925, visitata da oltre 27 milioni di persone (Chalkley e Essex, 1999; Roche, 2000).

La tipologia elaborata da Roche distingue tipi e dimensione dei grandi eventi e si articola come riportato nella tabella 1.

La proposta di Roche ha il merito di considerare diversi livelli di evento, con un diverso impatto a livello di popolazione coinvolta e di copertura dei *mass media*. Rimane tuttavia qualche interrogativo sulla completezza di tale schema: per esempio, se è vero che la copertura TV è diventata ormai una variabile fondamentale, rimane essenziale anche il ruolo della stampa, che qui viene citata solo per le manifestazioni di tipo locale. Inoltre, parlando di copertura TV, una differenza essenziale è quella tra diretta televisiva e altri *reportages*. Potremmo poi obiettare che la voce «festival», collegata a manifestazioni «hallmarks» ma a livello cittadino, non si adatta ad appuntamenti di prestigio, come i festival del cinema (per esempio Venezia e Cannes) o ad appuntamenti musicali ricorrenti di alto profilo (Salisburgo, o in Italia *Umbria Jazz*, *Settembre Musica* a Torino, i *Balletti di Nervi* a Genova, il *Maggio musicale fiorentino*). Restano fuori dalla tipologia le grandi mostre d'arte (pensiamo a quelle di Palazzo Grassi a Venezia, o alle recenti mostre sui Gonzaga a Mantova, o alle grandi iniziative d'arte a Parigi, Londra, New York). Anche altri appuntamenti di alto livello, come i

«summit» internazionali, o le iniziative di «network» di città in rete (le «città educative», le «città d'arte», le «città europee della cultura»...) non trovano spazio adeguato nel modello proposto da Roche, eppure muovono giornalisti, visitatori, *media*, e svolgono, direttamente o indirettamente, una funzione di promozione delle città e di *marketing* dei luoghi, sia pure a scale diverse.

*Quali variabili incidono sui grandi eventi?* – Naturalmente è difficile predisporre una tipologia onnicomprensiva, tale da «coprire» la maggior parte degli «eventi» senza il rischio di sovrapposizioni. E forse non è neppure praticabile una classificazione con pretese di totale completezza. Possiamo invece prendere in considerazione una serie di variabili che connotano gli eventi, e ne scandiscono l'impatto in termini di «uso» e di effetti più generali.

Partendo dal caso delle olimpiadi, possiamo distinguere varie finalità (Guala, 2002).

Olimpiadi come legittimazione politica a livello internazionale. Nella letteratura si segnala il caso di Seoul 1988: lo *slogan* utilizzato, «portare la Corea nel mondo, e il mondo in Corea», esprime l'aspirazione della Corea del Sud verso un processo di occidentalizzazione del paese.

Olimpiadi come esito e caso di successo di una politica nazionalista. È questo il caso di Chamonix (olimpiadi invernali del 1924), frutto di una scelta governativa – riuscita – volta a posizionare alcune località sciistiche francesi nel panorama delle mete del turismo internazionale, a fronte tuttavia di costi altissimi con un bilancio economico finale fortemente in perdita (Chappelet, 2000).

Olimpiadi e trasformazione territoriale. Tutte le città che ospitano le olimpiadi, sia estive sia invernali, devono realizzare alcuni obiettivi, ormai consolidati nelle richieste del Comitato Internazionale Olimpico (CIO), che comprendono il villaggio olimpico e quello per i giornalisti, il centro stampa e le comunicazioni, il sistema dei trasporti pubblici a livello locale, regionale e nazionale, le strutture sportive, l'impiantistica e i collegamenti specifici, il recupero di alcune aree urbane o industriali dismesse, il sistema ricettivo; la geografia regionale ne viene interamente coinvolta. Il caso unanimemente riconosciuto come positivo è Barcellona, che utilizza le olimpiadi estive del 1992 per una riqualificazione urbana avviata a partire dai primi anni Ottanta e con interventi diffusi su tutta la città; molti i casi negativi, o che presentano ambivalenze. Tra questi vi è Atlanta 1996 (olimpiadi estive, dette «The Second Best Games» dopo Barcellona 1992), con difficoltà logistiche pesanti sul trasporto pubblico e sul recupero di alcune aree della *downtown*; altro caso discusso è Calgary 1988 (olimpiadi invernali), la cui eredità è stata pesante per la difficoltà nel riutilizzare l'impiantistica sportiva e altre opere e infrastrutture (Essex e Chalkley, 1998).

Olimpiadi e promozione turistica di un territorio o di una città. Oltre a Barcellona, un caso positivo è quello di Albertville 1992 (olimpiadi invernali), con la Savoia capace di rafforzare l'immagine di un'area destinata agli sport invernali, e non solo al soggiorno estivo, e di avviare una profonda modernizzazione dell'impiantistica sportiva, delle strutture ricettive, delle infrastrutture; parzialmente negativa appare invece l'esperienza di Grenoble (olimpiadi invernali 1968), con difficoltà di gestione di una pesante e negativa «eredità» olimpica, soprattutto in termini economici.

Olimpiadi come valorizzazione economica di un territorio. Il caso emblematico è costituito dai giochi estivi del 1996 (Atlanta): malgrado le note e riconosciute difficoltà (trasporto e recupero urbano) dopo i giochi la città e lo Stato della Georgia nel suo insieme hanno ottenuto nuove localizzazioni e investimenti, e hanno migliorato la propria posizione in numerose graduatorie sulla appetibilità dell'area, a coronamento di una operazione di *marketing* territoriale tradizionale.

Olimpiadi come valorizzazione di una nazione attraverso il successo di un'area molto ristretta. L'esempio emblematico in questo senso è quello di Lillehammer (olimpiadi invernali 1994), utile per la valorizzazione dell'immagine della Norvegia nel suo insieme, pur con ambivalenze legate ad una cittadina troppo piccola (25.000 ab.); la lezione di Lillehammer è che gli effetti economici dei giochi non si mantengono in tempi lunghi, e che si rafforza economicamente solo un'area già forte (effetto «massa critica»); tuttavia la Norvegia in complesso è diventata una meta più visibile a livello internazionale (Puijk, 1997; Klausen, 1998; Spilling, 2002).

Olimpiadi come valorizzazione di un continente che si propone come meta turistica nuova. Questo è il caso delle olimpiadi estive di Sydney 2000, grande successo organizzativo e mediatico (con tutela ambientale sostanzialmente positiva), che lancia la carta del turismo, anche se con attese quantitativamente modeste rispetto alle mete privilegiate dai flussi internazionali e dai grandi *tour operators* (Cashman e Hughes, 1999).

Olimpiadi come riconciliazione tra culture e ricostruzione di una identità. Sydney 2000, specie nella cerimonia di apertura, ha riconosciuto la cultura aborigena, e la natura multietnica delle proprie origini; anche altre esperienze hanno riscoperto e valorizzato la cultura popolare; ad esempio, la cerimonia inaugurale di Lillehammer 1994 richiama il legame forte con le tradizioni popolari e la natura; oppure Barcellona 1992 accentua il carattere autonomo dell'identità catalana (De Moragas, 1996).

Alcuni di questi obiettivi non sono comunque peculiari di una manifestazione come i giochi olimpici, sia estivi sia invernali; anche altri eventi, come i mondiali di calcio, o le esposizioni internazionali, devono fronteggiare obiettivi

di adeguamento, ristrutturazione urbana e riqualificazione di servizi. Al di là delle strutture sportive, dei villaggi e dell'impiantistica dedicata agli atleti (problematiche legate ai giochi olimpici), un territorio che ospita un grande evento deve occuparsi di migliorare il settore dei *media* e dell'informazione, le strutture ricettive (hotel, ristoranti, campeggi, abitazioni private inserite in un circuito *bed & breakfast*), le agenzie di viaggio, alcuni *malls* e centri commerciali.

Il territorio deve migliorare le strutture di tempo libero qualificato (parchi, aree verdi, *waterfront*), incrementare l'arredo urbano diffuso, con elementi di riqualificazione urbana (siano essi di manutenzione ordinaria, siano nuovi manufatti di eccellenza: il Museo Guggenheim a Bilbao), con nuove strutture culturali, musei, spazi espositivi.

A fronte di crescenti quote di «city users», le città devono migliorare il trasporto pubblico, prevedendo anche percorsi riservati a pedoni e biciclette, e la ricettività.

I grandi eventi funzionano altresì come occasione per rinnovare servizi (riscaldamento, con attenzione al tema delle fonti alternative e a basso inquinamento, smaltimento e riciclaggio dei rifiuti, sistema delle acque).

Anche la tutela ambientale, specie nell'ultimo decennio, fa parte delle priorità che tutti i grandi eventi devono rispettare. E da Monaco 1972, e soprattutto in anni recenti (con i giochi di Seoul 1988, Atlanta 1996 e Salt Lake City 2002) il problema della sicurezza è diventato di drammatica attualità, non solo in presenza di «eventi», ma nella quotidianità di manifestazioni sportive, culturali e politiche di dimensione anche locale, come rileva Roche (2000). Infine, le implicazioni economiche dei grandi eventi hanno assunto una rilevanza enorme, soprattutto negli ultimi due decenni, a causa delle dimensioni crescenti dei *budgets* e dei diritti televisivi, per altro connessi al miglioramento tecnico e alle dirette (Preuss, 2000). Questo dato incide soprattutto sugli eventi sportivi, anche se altre manifestazioni (si pensi alle «dirette» o alle «differite» dei concerti dei «tre tenori») attirano un altissimo numero di contatti (centinaia di milioni) non diversamente dalle finali del calcio o delle gare olimpiche.

Ma altre variabili ancora determinano una diversa scala nell'impatto e nelle implicazioni dei grandi eventi.

Una prima distinzione va fatta in relazione all'evento grande per eccellenza, i giochi olimpici: infatti non vanno date per scontate le differenze tra le edizioni estive e quelle invernali (Guala, 2002). Tra queste: numero degli atleti, degli sport, dei paesi partecipanti; tipo e struttura degli impianti dedicati; dimensione e tipologia delle strutture ricettive (villaggio olimpico...); investimenti, consumi, occupazione, imprenditorialità, a breve e lungo termine; visitatori e turisti diretti e indotti, compresi i casi di «fuga dall'evento»; localizzazione delle sedi di gara, accessibilità e infrastrutture di comunicazione; rilevanza di dati geomorfologici e climatologici per le olimpiadi invernali.

Altre variabili diventano rilevanti al di là del caso delle olimpiadi, e si applicano in termini diversi ai grandi eventi. Ne sintetizziamo alcune.

Dimensione della città ospitante. Qui il modello di Roche si applica puntualmente: la circostanza che si tratti di una cittadina relativamente piccola o di una città media o grande comporta una differenza notevole nelle implicazioni dell'evento (accesso, fruizione, indotto, ricettività, consumi...).

Localizzazione delle manifestazioni o delle gare e distanza dalla città centrale. Questo tema riguarda soprattutto le esperienze sportive, le olimpiadi o i mondiali di atletica o di sci, o di nuoto, tutte manifestazioni nelle quali i siti sono alquanto dispersi sul territorio; questo tema è rilevante anche in riferimento alla stagionalità delle gare.

Struttura del sistema economico locale. Questo dato dipende dalle implicazioni più o meno forti dell'evento; possiamo assumere l'ipotesi che un sistema forte si rafforzi, se gestisce bene l'evento (esempio: Albertville 1992), mentre un sistema debole e strutturalmente limitato faccia fatica a decollare, poiché non riesce a fare un salto di qualità, per passare ad una scala superiore.

Finalizzazione dell'evento: localistica *vs* globale. La riuscita di un evento dipende dalle strategie che si mettono in atto, e dalle politiche degli attori locali o regionali o nazionali; possiamo avere obiettivi sostanzialmente localistici (una mostra o un festival dedicato prima di tutto alla popolazione locale o a un bacino di utenza regionale). Oppure l'evento viene finalizzato ad un *target* nazionale o internazionale, come nei grandi appuntamenti sportivi o nelle mostre (Preuss, 2000).

La gestione dell'eredità dell'evento. In genere il concetto di eredità (*heritage, legacy*) viene associato ai giochi olimpici, indicando ciò che rimane in termini di simboli e valori, o strutture e impianti. Ma il problema assume una dimensione più generale: si pensi alle esposizioni internazionali e alle fiere, al tema del riutilizzo delle strutture o dei manufatti creati appositamente per tali eventi; si pensi alla gestione dei grandi spazi espositivi (ad esempio il Millennium Dome a Londra, il Lingotto a Torino) e agli effetti sulle aree commerciali o abitative circostanti; si tenga conto che le grandi esposizioni del passato avevano un impatto (opere, monumenti, visitatori) ben maggiore rispetto ad oggi: noi assistiamo al loro lento, progressivo, inesorabile declino (Essex e Chalkley, 1998; Roche, 2000).

Il ciclo di vita. Ogni evento ha un proprio ciclo di vita: per i giochi olimpici esso è stato stimato in 15 anni, dal momento delle prime ipotesi di candidatura e di partecipazione al *bidding process*, fino alle fasi di valutazione *ex post* degli effetti stabilizzati nel tempo dell'evento olimpico; altre manifestazioni prevedono tempi più contenuti, ma in presenza di eventi di breve durata e di alto profilo è normale che si prevedano anni di preparazione; un analogo riferimento va fatto per le grandi mostre: quella sui Gonzaga, aperta a Mantova

a fine 2002, ha richiesto oltre quattro anni di preparazione, e la mostra su van Dyck (Palazzo Ducale, Genova), che è stata la più visitata in Italia nel 1997 (251.000 biglietti), è stata preparata a partire dai primi mesi del 1994. Nelle grandi mostre infatti intervengono contatti con sovrintendenze, ministeri, musei pubblici e collezionisti privati, ricerche d'archivio, assicurazioni, verifiche di autenticità, trasporti, delicati restauri, progetto espositivo, allestimento.

I *media*. La copertura dei *media* infine rappresenta l'ultima variabile in grado di spiegare l'impatto di un grande evento; anzi, sono i *media* a legittimare il successo di una manifestazione, soprattutto attraverso la diretta, ma anche attraverso servizi e riprese. La variabile *mass media* costituisce dunque un elemento strategico nella costruzione di una tipologia dei grandi eventi; i *mega-events*, per essere davvero grandi, devono essere anche *media events* (De Moragas, 2002). E quest'ultima osservazione ci consente di ridefinire e arricchire la tassonomia di Hall, Hiller e Roche.

*Per una tipologia dei grandi eventi.* – Le considerazioni sin qui svolte portano a ridisegnare lo schema di Roche, evitando sinonimi (*special events*, *hallmark events*, cioè eventi «speciali» e «meritevoli di un marchio di qualità») e inserendo altri casi di grandi eventi, sempre all'interno di quei «fenomeni sociali pluridimensionali» che sono gli «eventi pubblici»; lo scopo è quello di definire una tipologia, che tenga conto dei contenuti, della «scala», della copertura televisiva. Si farà riferimento anche al *budget* di alcune manifestazioni, per dare una idea della differente scala economica degli eventi. Tra l'altro alcuni autori inseriscono tra i grandi eventi anche importanti opere pubbliche, o manufatti urbani di pregio, tali da ridefinire il disegno urbano e l'offerta di una città: non sono propriamente «eventi», ma hanno effetti non molto diversi (Gospodini, 2002).

Stimare i costi è difficile: mentre per le manifestazioni eccezionali (non continuative) si può fare riferimento a fonti certe, nel caso di manifestazioni ricorrenti bisogna tener conto che l'allestimento della struttura principale rappresenta un costo iniziale, da ammortizzare negli anni: questo vale in particolare per le *expo*, le cui aree tendono ad essere sfruttate in modo continuativo, ospitando manifestazioni diverse senza immobilizzare impianti e infrastrutture. Un discorso analogo vale per alcuni impianti sportivi, come gli stadi di calcio: mentre in Italia lo stadio è utilizzato in pratica solo in occasione delle partite, all'estero (in particolare in Spagna e Gran Bretagna) è stata avviata da tempo una politica per ospitarvi musei dello sport, associazioni, negozi e ristoranti, rendendo lo stadio parte viva della città nella vita quotidiana. Tale politica dipende dalla gestione dello stadio, affidata alle società sportive o a consorzi di società; questo passaggio è più difficile in Italia, ove la maggior parte degli stadi è gestita direttamente dai Comuni. Tornando alla classificazione degli eventi, ci si propone di distinguere (tab. 2) gli eventi in base ai contenuti, ai fruitori, reali o potenziali, ai *media* e all'interesse generale o specialistico della manifestazione, con un'altra tassonomia.

Tab. 2 – *Proposta di una tipologia di grandi eventi*

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

In questa proposta emerge quindi anche la considerazione di grandi opere, le cui implicazioni economiche, turistiche e sociali vengono assimilate ad un vero e proprio evento: grandi ristrutturazioni urbane, musei e ponti (il primo citato è stato quello che unisce la Danimarca alla Penisola Scandinava) sono dunque in qualche modo «eventi».

Nella tassonomia proposta alcuni mega-eventi sono chiamati eventi «mega e media» (tenendo conto della diretta TV), altri sono «mega» (essenzialmente le

Tab. 3 – *Principali ordini di grandezza di alcuni grandi eventi*

| Evento                      | Coinvolgimento                                               | Budget di partenza       |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------|
| olimpiadi estive            | oltre 10.000 atleti                                          | 5.000-6.000 milioni di € |
| olimpiadi invernali         | 2.000-2.500 atleti<br>famiglia olimpica 40.000-50.000 membri | 800-900 milioni di €     |
| G7/G8                       | delegazioni, 5.000 giornalisti                               | 70-90 milioni di €       |
| città europea della cultura | turisti, giornalisti                                         | 60-80 milioni di €       |
| <i>Tall Ships Race</i>      | visitatori 1.000.000                                         | 500.000 €                |
| <i>Euroflora</i>            | visitatori 800.000                                           | <i>budget contenuto</i>  |

esposizioni mondiali), altri sono «speciali» (ma opportunamente distinti in settori). Resta valida la proposta di eventi a scala regionale o cittadina, già segnalata da altri studiosi.

Per avere una idea di alcuni costi dei grandi eventi citati, e della necessità di ragionare in termini di scala economica, in riferimento all'impatto e ad altre forme di coinvolgimento, esemplifichiamo alcuni dati in tabella 3, per un confronto molto semplice, che propone anche alcune stime su visitatori e persone coinvolte.

Possiamo concludere con qualche cenno ad alcuni appuntamenti citati nella proposta di classificazione qui riportata.

In primo luogo può essere interessante notare sedi e date dei vertici G7 e G8 (1), per valutare la distribuzione geografica di questi appuntamenti internazionali, la cui dimensione è andata crescendo negli anni, fino ad essere considerati una grande occasione di visibilità per le città ospitanti; tuttavia è noto che, anche prima dei vertici del GATT, del commercio mondiale e dei G8, e comunque dal novembre 1999 (terza conferenza ministeriale dell'Organizzazione Mondiale del Commercio a Seattle, passando per Göteborg e arrivando al G8 del luglio 2001 a Genova), i movimenti antiglobalizzazione hanno rapidamente abbassato l'appetibilità di questi eventi (Andretta e altri, 2002).

(1) I vertici G7 e G8 sono stati, nell'ordine: Rambouillet 1975, San Juan 1976, Londra 1977, Bonn 1978, Tokyo 1979, Venezia 1980, Ottawa 1991, Versailles 1982, Williamsburgh 1983, Londra 1984, Bonn 1985, Tokyo 1986, Venezia 1987, Toronto 1988, Parigi 1989, Houston 1990, Londra 1991, Monaco 1992, Tokyo 1993, Napoli 1994, Halifax 1995, Mosca 1996 (*summit* speciale sulla sicurezza nucleare), Lione 1996, Denver 1997, Birmingham 1998, Colonia 1999, Okinawa 2000, Genova 2001 (Franchini Sherifis e Astraldi, 2001).

Un'altra interessante geografia di importanti eventi è quella offerta dalle sedi e dalle date del *network* delle città o capitali europee della cultura (2), iniziativa avviata da Melina Mercouri con Atene nel 1985.

Come conclusione, si può ribadire che la diversificazione di iniziative di alto livello, sportive, culturali e artistiche, è molto elevata; la terziarizzazione crescente dell'economia e la fine della città «fordista» rilanciano la competizione internazionale delle città; per questo, all'interno dei processi di deindustrializzazione, la geografia dei grandi eventi e i concetti utili per definirli e studiarli diventano uno strumento euristico e metodologico di notevole interesse. Il dibattito sulle tassonomie aiuta la riflessione sui mega-eventi.

#### RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ANDRETTA M. e altri, *Global No Global New Global*, Milano, F. Angeli, 2002.
- BOBBIO L. e C. GUALA (a cura di), *Olimpiadi e Grandi Eventi. Verso Torino 2006*, Roma, Carocci, 2002.
- CASHMAN R. e A. HUGHES (a cura di), *Staging the Olympics. The Event and Its Impact*, Sydney, University of New South Wales Press, 1999.
- CHALKLEY B. e S. ESSEX, *Urban Development through Hosting International Events: A History of Olympic Games*, in «Planning Perspectives», Londra, 1999, 14, pp. 369-394.
- CHAPPELET J.-L., *Le reve inachevé, ou la candidature de Sion aux Jeux olympiques d'hiver*, Chavannes-près-Renens, IDHEAP, 2000.
- CZARNIAWSKA B., C. MAZZA e R. PIPAN, *Gestire grandi città*, Milano, F. Angeli, 2001.
- DE MORAGAS M., *I Giochi Olimpici: cultura, identità e comunicazione*, in BOBBIO e GUALA (2002), pp. 77-86.
- DE MORAGAS M. e M. BOTELLA (a cura di), *The Keys to Success. The Social, Sporting, Economic and Communications Impact of Barcelona '92*, Barcellona e Losanna, Olympic Studies Centre e Olympic Museum, 1994.
- ESSEX S. e B. CHALKLEY, *Olympic Games: Catalyst of Urban Change*, in «Leisure Studies», Abingdon e Cambridge (Ma.), 1998, 17, pp. 187-206.
- FRANCHINI SHERIFIS R. e V. ASTRALDI, *Il G7/G8*, Milano, F. Angeli, 2001.
- GETZ D., *Event Management and Event Tourism*, New York, Cognizant, Elmsford, 1997.
- GILLESPIE C., *The Political Legacy of the Olympic Games*, relazione presentata al Sympo-

---

(2) Le città coinvolte sono: Atene 1985, Firenze 1986, Amsterdam 1987, Berlino 1988, Parigi 1989, Glasgow 1990, Dublino 1991, Madrid 1992, Anversa 1993, Lisbona 1994, Lussemburgo 1995, Copenaghen 1996, Salonicco 1997, Stoccolma 1998, Weimar 1999; nel 2000, in occasione del passaggio al nuovo millennio, le città coinvolte sono state nove, e precisamente Avignone, Bergen, Bologna, Bruxelles, Cracovia, Helsinki, Praga, Reykjavik e Santiago di Compostela; altre designazioni sono state definite dal Consiglio dei ministri della Cultura dell'Unione Europea, fino al 2017: le prime sono Porto e Rotterdam 2001, Bruges e Salamanca 2002, Graz 2003, Genova e Lilla 2004; un appuntamento simile concerne anche Barcellona, che nel 2004 organizzerà il *Forum Universale delle Culture*, con il patrocinio dell'UNESCO (Czarniawska, Mazza e Pipan, 2001)

- sium on the Legacy of the Olympic Games, Losanna, Olympic Museum, novembre 2002.
- GOSPODINI A., *European Cities in Competition and the New «Uses» of Urban Design*, in «Journal of Urban Design», Abingdon e Cambridge (Ma.), 2002, 7, 59-73
- GUALA C., *Introduzione. Olimpiadi e Mega Eventi*, in BOBBIO e GUALA (2002), pp. 17-36.
- HALL C.M., *Hallmark Tourist Events: Impact, Management and Planning*, Londra, Belhaven, 1992.
- HALL C.M., *The Definition and Analysis of Hallmark Events*, in «Geojournal», Dordrecht, 1989, 19, pp. 263-268.
- HANNERZ U., *Cultural Complexity*, New York, Columbia University Press, 1992.
- HILLER H., *Mega-Events, Urban Boosterism and Growth Strategies: An Analysis of the Objectives and Legitimations of the Cape Town 2004 Olympic Bid*, in «International Journal of Urban and Regional Research», Oxford, 2000, 2, pp. 439-458.
- IOC-INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE, *Olympic Marketing, 1998 Fact File*, Losanna, IOC, 1998.
- KLAUSEN A.M. (a cura di), *Olympic Games as Performance and Public Event*, New York, Berghahn Books, 1998.
- PREUSS H., *Economics of the Olympic Games. Hosting the Games 1972-2000*, Sydney, Walla Walla Press, 2000.
- PUIJK R., *Global Spotlights on Lillehammer. How the World viewed Norway during the 1994 Winter Olympics*, Luton, University of Luton e John Libbey Media, 1997.
- RITCHIE J.R.B., *Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues*, in «Journal of Travel Research», Thousand Oaks, 1984, 23, pp. 2-11.
- ROCHE M., *Mega-Event and Modernity*, Londra, Routledge, 2000.
- RONNINGEN A., *Analysis of the Economic Impact of the XVII Olympic Winter Games at Lillehammer 1994*, Losanna, IOC, 1995.
- SPELLING O., *L'impatto economico dei Mega Eventi: il caso Lillehammer 1994*, in BOBBIO e GUALA (2002), pp. 115-144.

TOWARDS A TYPOLOGY OF MEGA-EVENTS. – The international debate about «Mega Events» (Olympics, Soccer World Cup, Expos...) shows a broader differentiation considering the concepts utilized and the classifications proposed. Mega Events, Big Events, Hallmark Events, Special Events, and so on, are used to define such phenomena, but the risk of overlapping affects these concepts and their operational and euristic goals. The aim of the article is to discuss how some variables deal with Mega Events, as high political and international significance, media coverage, uniqueness and popular appeal. But also the «contents» of Mega Events, their different economic impact and television role, can help to define a more functional classification, that involves also strategic public works. A new taxonomy is proposed, using the combination of contents, scale and global/national impacts of these multidimensional phenomena.

Università di Torino, Dipartimento di Scienze Sociali

[guala.cbrito@tin.it](mailto:guala.cbrito@tin.it)