

## PRESENTAZIONE

---

Alcuni anni fa, all'avvio dell'avventura di Torino 2006, Università e Camera di Commercio organizzarono un interessante convegno, il cui tema portava direttamente al cuore della questione: come una città può vincere, o perdere, le Olimpiadi. Per il rilievo dell'evento, l'interrogativo può estendersi all'intera regione. Oggi il quesito è stato variamente riproposto per l'esperienza ateniense, e occorre riportarlo all'attenzione di tutti nella fase più calda di realizzazione e gestione dei giochi invernali 2006.

Il problema presenta ovviamente due versanti: innanzitutto, come garantire una conduzione efficiente, e su tale risvolto la comunità regionale, e Torino al suo centro, appare impegnata con una tenacia e una competenza che confermano la grande tradizione manageriale piemontese. In secondo luogo, valorizzare al meglio l'occasione olimpica per far compiere un salto di rango alla metropoli subalpina e all'intero Piemonte per immagine, pregio architettonico, ricettività, relazioni internazionali. E questo è un traguardo di lunga lena, che richiede strategie lungimiranti, coesione sociale, creatività diffusa, innovazione di mentalità e culture sedimentate, e su di esso appare opportuno un supplemento di riflessione.

Lo scopo del ragionamento strutturato presentato in questo fascicolo è appunto quello di richiamare l'attenzione e il dibattito sull'orizzonte allargato delle possibili conseguenze dell'evento olimpico che si sta preparando. Esso parte da una considerazione talvolta dimenticata: l'occasione del 2006 non si inserisce in un vuoto di trasformazioni, in un sistema territoriale stagnante, ma in un contesto metropolitano e regionale già da tempo impegnato in una radicale ridefinizione della propria identità economica e culturale; ed è alla luce dei trend in atto, di terziarizzazione qualificata, di internazionalizzazione attiva, di adeguamento infrastrutturale, di riqualificazione ambientale, che devono essere valutati gli impulsi positivi – ad anche le possibili distorsioni – che la grande iniziativa avviata potrà trasmettere al nostro sistema regionale.

Due indicazioni principali se ne possono trarre: occorre guardare all'intera gamma delle potenziali conseguenze, evitando che l'attenzione si concentri solo sugli effetti immediati, pur importanti in una congiuntura non brillante. Non limitarsi – ad esempio – a programmare e raccogliere frutti solo nell'ambito dell'attività edilizia o del turismo invernale, ma tentare di valorizzare le opportunità di business e le relazioni tra imprese nei settori delle tecnologie dell'informazione, dei media, della cultura, dell'organizzazione di megaeventi, dei settori cioè attraverso i quali può crescere in Piemonte un'economia "knowledge based". E in secondo luogo, gestire l'evento guardando al domani, non considerarlo una parentesi, un'occasione transitoria che allevia una difficile transizione dell'economia tradizionale di questa regione, dopo di che si ritorna alle vecchie abitudini. Come Genova si è scossa da un declino quasi incontrastabile con le Colombiadi del 1992, e oggi celebra la propria solida riqualificazione come Capitale della Cultura, così anche noi dobbiamo considerare l'evento olimpico come l'entrata definitiva in una nuova arena competitiva, per la quale già da anni il Piemonte e la sua metropoli avevano lavorato con progetti e iniziative, e che oggi appare anche per la partita del 2006 un traguardo più vicino.

Il Presidente dell'IRES Piemonte  
Avv. Mario Santoro