

La linea strategica n. 5 **Promuovere Torino come città di cultura, turismo, commercio e sport**

La valorizzazione e promozione della cultura è oggi centrale nelle politiche di sviluppo delle città europee. A Torino questa politica trova le sue radici nel passato di capitale sabauda e d'Italia e di capitale industriale. La cultura e le attività culturali, nei settori tradizionali e in quelli legati alle nuove tecnologie, rappresentano insieme al commercio e allo sport, una delle componenti chiave per migliorare la qualità della vita dei cittadini, ma anche un potenziale motore per lo sviluppo economico con forti ricadute sull'occupazione.

Un recente studio della Commissione Europea ha stimato che i due quinti della crescita occupazionale dell'Unione Europea nei prossimi anni sarà prodotto proprio dall'industria culturale. Cultura e sport sono anche tra i principali "prodotti" del turismo e possono contribuire allo sviluppo dell'industria turistica e, più in generale, alla promozione di una nuova immagine della città. La designazione di Torino come sede delle Olimpiadi Invernali nel 2006 rappresenta, anche in questo contesto, una grande opportunità.

Torino ha una vita culturale dinamica e diffusa e molte realtà imprenditoriali legate al settore culturale, ma sono possibili azioni che inneschino un vero e proprio settore di crescita e che affermino una nuova immagine di Torino: un grande attrattore di flussi di visitatori, una più profonda integrazione fra i musei cittadini, una stagione internazionale di eventi teatrali, musicali e cinematografici potenziata, un nuovo polo che favorisca lo sviluppo di produzioni artistiche e culturali dei giovani. Il Piano deve garantire un clima di pluralismo e di attenzione alla diversità di autonome proposte culturali.

Questa linea del Piano è articolata in sette obiettivi:

1. *valorizzare e sviluppare il patrimonio culturale;*
2. *coordinare le attività culturali e programmare eventi di carattere internazionale;*
3. *sviluppare l'industria turistica;*
4. *posizionare la destinazione Torino/Piemonte nel mercato turistico nazionale e internazionale;*
5. *sostenere la crescita e l'innovazione della rete commerciale;*
6. *promuovere lo sport;*
7. *utilizzare le Olimpiadi Invernali come motore di sviluppo e promozione internazionale.*