

ANTONIETTA IVONA

GRANDI EVENTI SPORTIVI, EREDITÀ DISCUSSE E TRASFORMAZIONI DELLE DESTINAZIONI OSPITANTI

Introduzione. – I grandi eventi attirano un numero significativo di partecipanti, sia a livello internazionale che nazionale, e spesso i partecipanti internazionali costituiscono una percentuale considerevole. Per i territori interessati, l'organizzazione di eventi e mega-eventi costituisce una leva in termini di diffusione della propria immagine e un'occasione per attrarre capitali destinati a infrastrutture e altri investimenti locali. I grandi eventi hanno trovato una varietà di modi per adattarsi e rispondere a circostanze impreviste dovute a conflitti politici, pianificazione di sedi sovradimensionate, tempi di implementazione limitati e eredità difficili da gestire. Tra le svariate chiavi di lettura con cui si può guardare agli eventi una possibilità è comprenderne l'eredità dello stesso, intesa come ciò che rimane sul territorio dopo l'evento stesso in termini di simboli e valori, o di strutture e impianti; e se questa eredità spesso diventa più importante dell'evento in sé. L'articolo si propone di esaminare il caso della Barcolana, un evento velico e una regata annuale che si svolge nel Golfo di Trieste. È una delle regate veliche più grandi e famose d'Europa e del mondo.

Note metodologiche. – Attraverso un approccio qualitativo, si è cercato di comprendere un fenomeno specifico in un contesto specifico quale quello dei giorni della Barcolana. Nella ricerca sono state eseguite delle interviste semi-strutturate ad osservatori privilegiati, intesi come persone che per la posizione professionale sono rilevanti per ampliare il quadro conoscitivo e ai turisti arrivati a Trieste con l'interesse prevalente di partecipare all'evento. Schoenberger (1991) ha rilanciato l'applicazione delle interviste semi-strutturate in geografia socioeconomica, nel tentativo di comprendere il funzionamento delle organizzazioni economiche in base alle motivazioni e alle dinamiche fra soggetti. In letteratura, inoltre, alcuni autori hanno evidenziato l'importanza del luogo dove viene svolta l'intervista che può offrire degli ulteriori elementi interpretativi per la

ricerca (Elwood, Martin, 2000; Kvale, Brinkmann, 2015; Tuck, McKenzie, 2015; Green, Thorogood, 2018). Essi sostengono che un'attenta osservazione dell'ambiente circostante e delle interazioni che costituiscono il luogo dell'intervista può informare la comprensione da parte del ricercatore della domanda di ricerca, delle interpretazioni dell'intervista e delle considerazioni etiche, compreso il modo in cui vengono costruite le relazioni di potere. In particolare, Elwood e Martin affermano che «Although the interview site may not be part of the primary avenue of inquiry in the research, observing dynamics in that place, and paying attention to what the participant says about the place, may generate useful research material» (2000, p. 656).

Si sono svolte delle cosiddette interviste “mobili”, a piedi, in quanto aprono possibilità narrative che i loro equivalenti statici non consentono (Finlay, Bowman, 2017). Gli intervistati, tra i portatori di interesse, hanno quindi potuto rispondere nei contesti della loro vita quotidiana e riflettere su dettagli concreti che altrimenti sarebbero stati trascurati. Nel caso dei turisti hanno risposto durante la loro esperienza immersiva nel Villaggio della Barcolana vivendo a pieno l'esperienza. Il metodo è partecipativo e facilita la narrazione spontanea dei partecipanti sui loro sentimenti e percezioni durante l'evento religioso, che possono essere difficili da catturare con altri metodi (Pernecky, Rakić, 2019).

L'importanza degli eventi. – La progettazione prima e la realizzazione poi, di un evento di grandi dimensioni risultano molto più complesse e articolate di quanto lo siano le normali iniziative di offerta turistica. Esso, infatti, non può prescindere dalla giusta combinazione tra la proposta cardine dell'evento, l'attrazione turistica del contesto territoriale di riferimento, e gli aspetti gestionali che lo preparano e lo gestiscono. Esso è il risultato di almeno quattro componenti: la componente umana, quella materiale e immateriale, il rapporto qualità-prezzo e, infine, la totalità dei servizi offerti.

L'evento inoltre deve avere alcune imprescindibili caratteristiche tali da decretarne il successo: deve essere espressione della cultura e delle tradizioni locali; suscitare il desiderio di partecipazione con alcuni elementi anche di spettacolarità; combinare opportunamente il valore dell'autenticità con quello della ritualità. La gestione di un grande evento è un fenomeno complesso; chi è in grado di gestirlo in modo corretto dimostra di essere un buon

amministratore anche degli affari correnti di una comunità. In generale un grosso evento può essere considerato un momento di trasformazione e di produzione di territorio, sul piano simbolico e materiale, una catastrofe in senso thömiano per la concentrazione in uno spazio temporale ridotto di notevoli risorse economiche, culturali e umane (Dansero, De Leonardis, 2006).

Al di là della dimensione che l'evento assume, esso quasi sempre si afferma come occasione unica di sovraesposizione per le località ospitanti, che, successivamente, sfruttano la notorietà della manifestazione per nuove proposte di conoscenza del luogo. Secondo Montanari «non è sufficiente organizzare una grande manifestazione: questa deve avere un impatto positivo sul comparto dei consumi turistici, deve contribuire ad aumentare la domanda nel settore dei trasporti, del commercio e delle altre attività produttive» (2002, p. 759).

Questa affermazione implica che l'organizzazione di un evento grande o medio, sia rivolta ad una soglia di utenti definita e la cui portata territoriale sia già individuata. Secondo Hall (1992), è l'unicità dell'evento e la sua irripetibilità in altri luoghi che lo rende attraente e attrattivo. Da qui ne deriva anche la potenzialità dell'evento di generare effetti moltiplicatori sul territorio che viene conosciuto e promosso oltre le date in cui esso si svolge. Presupposto necessario è che l'evento si svolga in uno scenario paesaggistico e culturale suggestivo. Da paesaggio-sfondo per la manifestazione, il paesaggio può diventare, nel tempo, elemento attrattivo per nuovi flussi turistici attraverso opportune strategie di marketing pubblico e privato per diffonderne la notorietà.

Partendo dalle caratteristiche imprescindibili dell'evento ovvero come espressione della cultura e delle tradizioni locali, la spettacolarità, il desiderio di partecipazione e di appartenenza, e infine l'autenticità, esso può rappresentare una leva per la ripartenza economica post-pandemica soprattutto in quei territori fortemente vocati a un turismo non stagionalizzato (Dwyer, Forsyth, 2005).

Insomma, l'evento, indipendentemente dalla sua dimensione, genera comunque un processo di territorializzazione (Raffestin, 1984; Turco 1988; Dansero, De Leonardis, 2006), in cui l'azione umana trasforma l'agire spaziale in agire territoriale. Quanto al piano configurativo il processo di territorializzazione assume, nel pensiero e nella pratica sociale, molteplici e variabili configurazioni che si modellano in base alle elaborazioni

culturali e agli interessi in gioco. Tre di queste possibili configurazioni assumono una vocazione universalistica: paesaggio, luogo e ambiente. Esso presenta due caratteri basilari: la costante evoluzione e un procedimento interno di tipo essenzialmente cumulativo.

In tal senso, infine il luogo, inteso come insieme di giacimenti patrimoniali, sia di saperi e risorse ambientali, sia di culture, stili di vita, caratteri, diventa l'agente primario della trasformazione produttiva, sinteticamente e metaforicamente definito da Becattini (2015) "una molla caricata nei secoli." E l'evento, se opportunamente pianificato, realizzato e gestito, può innescare quella molla perdurante nel tempo quando e se l'eredità dell'evento viene curata per trasformarsi in patrimonio e capitale territoriale (Dematteis, Governa, 2005).

I mega eventi. – Un'ampia letteratura concorda sul fatto che gli eventi potenziano l'immaginario urbano (Getz, Page, 2016); sostengono strategie di rigenerazione urbana, animano gli spazi e le comunità urbane, creano domanda turistica (Connell, Page, Meyer, 2015); producono nuove (ri)configurazioni spaziali (McGillivray, Duignan 2022) e, conseguentemente, generano un effetto moltiplicativo sull'economia locale. Altri autori, invece, concentrano le proprie riflessioni sul benessere sociale, sull'inclusione ed equità degli eventi e la loro sostenibilità urbana (Mair, Chien, Kelly, Derrington, 2021). La dimensione di questo tipo di eventi spesso reca con sé delle diseconomie sociali ed economiche non sempre sufficientemente considerate nelle fasi di progettazione e di valutazione ex post. (Liu, 2016; Fernandes, 2017; Kong, Mu, Hu, Zhang, 2022; Kim, Han, Kim, Kim, 2022).

Di fatto, il mega evento, sia esso sportivo o con altra caratterizzazione, è un'ambita occasione per accendere i fari sulle città o in alcuni casi su intere nazioni.

Anche in un periodo definito dall'austerità economica globale, i mega eventi sportivi mantengono una mistica trasformatrice che li rende spettacoli molto ambiti sia dagli stati nazionali che dai centri urbani. Tuttavia, questi 'titan globali', come li definiscono McGillivray e Frew (2015), sono finiti sotto uno sguardo sempre più critico che ne denuncia la loro separazione dagli interessi primari dei cittadini delle città o nazioni ospitanti, il cinismo delle offerte, la corruzione e lo scetticismo sui benefici ereditati (Eick, 2010; Hiller, 2012; Ludvigsen, Rookwood, Parnell, 2022;

Byrne, Ludvigsen, 2023). Inoltre, mentre gli studi sulla geografia e sulla teoria socioculturale dei grandi eventi, caratteristici o mega, ne hanno sottolineato la loro potenza in termini di marketing (Stevenson, 2003), di capacità di creare un'offerta diversificata anche come attrattori turistici (Hillman, Lamont, Scherrer, Kennelly, 2021), è auspicata da tempo un'analisi più approfondita della dialettica tra eventi e spazio urbano (Gotham, 2005).

Getz (2007) li ha definiti in questo modo: Mega eventi, in termini di dimensioni o significato, sono quelli che producono livelli straordinariamente elevati di turismo e media copertura, prestigio o impatto economico per la comunità, la sede o l'organizzazione ospitante. Getz e Page (2016) distinguono, poi, i mega eventi occasionali, gli eventi simbolici periodici, gli eventi regionali e locali, ma tutti sono espressione di questa profusione di eventi all'interno della "città in festa" (Lefebvre, Roullet, 2013). Questa propensione agli eventi e in particolare ai mega eventi può costituire motivo di fragilità turistica alla scala urbana, poiché generano flussi consistenti di persone su periodi molto brevi portando a rapida saturazione le infrastrutture turistiche. Senza contare i cambiamenti nei comportamenti di consumo e nella tipologia stessa della clientela turistica abituale, i mega eventi possono anche generare malcontento, opposizione da parte degli abitanti e contestazioni fra partecipanti ed organizzatori durante l'evento (Duignan, Pappalepore, Everett, 2019; Delaplace, Schut, 2022), soprattutto quando comportano emissioni acustiche o quando generano problemi di congestione.

Quando i lavori di predisposizione dell'evento snaturano lo spazio urbano, la conflittualità può scatenarsi anche prima che l'evento abbia inizio. Non sempre quindi si ha accettazione sociale degli eventi in generale e dei mega eventi più nello specifico (Marquis, 2013). La specifica visione della città, animata e dinamica, generata dalle politiche legate agli eventi non è infatti sempre compatibile con la visione della città abitata, portando spesso anche all'amplificazione dei possibili conflitti in tema di utilizzo degli spazi, e più in generale, di convivenza tra popolazione locale e l'evento.

I mega eventi sportivi. – Nella storia dei grandi eventi sportivi si annoverano diversi casi di eventi in 'chiaroscuro'; tra i più recenti vi è il discusso caso dei Mondiali di calcio in Qatar nel 2022, con polemiche legate alla scelta di tenere l'evento in un paese in cui i diritti umani vengono continuamente negati. Le accuse di "*sportwashing*", l'uso dello sport per

migliorare l'immagine di un paese, hanno accompagnato, di fatto, tutta la durata dell'evento. Ma le luci e le ombre hanno riguardato anche il rapporto tra uscite, con una cifra record di 220 miliardi di dollari spesi per le infrastrutture (la maggior parte delle quali non riutilizzabili oltre i Mondiali), ed entrate di appena 1,6 miliardi. Invece la FIFA (Fédération Internationale de Football Association, federazione internazionale che si occupa dell'organizzazione di tutte le manifestazioni intercontinentali degli sport legati al calcio) risulta il soggetto economico che ha guadagnato dalla manifestazione in Qatar (Craig, 2022; Ganji, 2022; Lyjak, 2023).

Le entrate del Qatar sono derivate principalmente dal turismo e dai viaggi d'affari. Anche se questa cifra sembra una cifra esigua rispetto alle spese sostenute, la realtà è che la maggior parte delle nazioni ospitanti la Coppa del Mondo non traggono profitto dall'aver il torneo sul proprio territorio, eppure le sfide per ottenere l'affidamento sono sempre aspre proprio per quanto sopra detto; il grande evento genera conoscenza dei luoghi *tout court*, e questa conoscenza diventa un viatico per intraprendere altri affari e relazioni politico-commerciali dopo la conclusione dello stesso.

Questi eventi possono perseguire obiettivi diversi ma, in generale, festival ed eventi sono ormai diventati sinonimi di programmi neoliberisti e centrali negli sforzi imprenditoriali delle città per generare commercio, rigenerare luoghi e distinguersi sulla scena globale altamente competitiva (Quinn e altri, 2021). La letteratura che analizza l'impatto economico dei mega eventi si concentra largamente sugli eventi sportivi (Maennig, Zimbalist, 2012; Task e altri, 2015; de Nooij, van den Berg, 2018) e sempre più frequentemente gli eventi sportivi si svolgono nelle città (Quinn, Vieira Fernandes, Ryan, 2022). Secondo Nicolau (2021) il turismo sportivo è il luogo in cui le persone partecipano ad un'attività sportiva, in modo ricreativo o competitivo, viaggiano per osservare lo sport di base o a livello d'élite, e viaggiano per visitare un'attrazione sportiva, ed è considerato un business molto redditizio. Non sorprende quindi che le destinazioni abbiano tentato di includere gli eventi sportivi nei loro piani strategici. Certamente, le organizzazioni di gestione della destinazione hanno beneficiato dell'impatto economico su una destinazione e della realizzazione delle strategie di posizionamento. In effetti, gli eventi sono diventati così integrati nell'offerta turistica in termini di *rebranding* della destinazione, di sviluppo delle attrazioni e rigenerazione urbana che, di fatto, la politica degli eventi in una destinazione è sempre più dominata dal

mercato. Quindi, tutti gli attori coinvolti nella pianificazione e gestione degli eventi devono affrontare sfide significative; *in primis* gestire in modo efficace gli interessi, a volte divergenti, tra operatori pubblici e privati che si contendono e auspicano risultati diversi. *In secundis* soddisfare anche le aspettative della comunità locale che ospita l'evento e i disagi ad esse inevitabilmente connessi.

Ciò inevitabilmente richiama una riflessione, per quanto in questo lavoro appena accennata, sul tema degli impatti ed eredità dei grandi eventi sportivi e non solo e del loro effetto duraturo. Come sostengono Mair e altri (2021) sebbene i termini "impatti" e "eredità" siano spesso usati in modo intercambiabile, l'eredità incorpora una gamma più ampia di impatti che rimangono dopo l'evento a beneficio della comunità ospitante. Preuss (2007) afferma che indipendentemente dal tempo di produzione e dallo spazio, l'eredità è tutto ciò che è pianificato e non pianificato, positivo e negativo, tangibile e immateriale, creato per e da un evento sportivo che perdurano più a lungo dell'evento stesso. L'eredità rimane un concetto sfuggente e fortemente contestato a causa della sua durata indeterminata.

Al di là del fascino del concetto di eredità e della sua efficacia sul piano politico e comunicativo, esso appare tuttavia ambiguo e difficile da definire, in quanto si può riferire a una pluralità di ambiti (sportivo, economico, culturale, ambientale, territoriale), e mutevole nel tempo (quando valutarla e che arco temporale considerare) e nella spazio (c'è solo un'eredità locale, o anche una regionale, nazionale e magari globale?), dovendosi applicare a contesti culturali differenti, ed essendo influenzato da una pluralità di fattori globali e locali. Ciononostante, [...] si ritiene che l'eredità possa avere un importante significato sia sul piano scientifico sia su quello politico nell'orientare l'attenzione su ciò che rimane dopo l'euforia del grande evento, proponendosi come un'eredità sostenibile nel lungo periodo (Dansero, De Leonardi, 2006, p. 618).

Senza alcun dubbio, per portare avanti l'eredità è necessario un forte partenariato tra i decisori pubblici, gli organizzatori e le comunità locali.

Diventa, quindi, evidente la necessità di mezzi e strumenti di mercato che aiutino a guidare o indirizzare la pianificazione e la realizzazione degli eventi per raggiungere gli obiettivi desiderati (Whitford e altri, 2014).

Il caso della Barcolana. – Per una maggiore efficacia degli eventi, soprattutto quelli con svolgimento ciclico è opportuno che i manager e decisori politici guardino a un processo di revisione continuo che tenga conto del quadro d'insieme dell'evento, dalla sua genesi alla sua evoluzione nel tempo e come esso viene percepito da tutte le componenti sociali coinvolte nello stesso, così come esemplificato nella figura 1.

Fig. 1 – *Le componenti per una valutazione di un evento*



Fonte: elaborazione da Getz, Page, 2016

Lo studio sistematizzato degli eventi ne può, quindi, facilitare la comprensione e l'adattabilità ai diversi contesti territoriali in cui si realizzano, e non da ultimo, considerarne la ricaduta sociale intesa come qualsiasi impatto che potenzialmente ha un impatto sulla qualità della vita dei residenti locali (Fredline, Jago, Deery, 2003). Nonostante i molteplici vantaggi economici, di immagine, di notorietà ci sono anche dei costi associati all'organizzazione di mega-eventi, molti dei quali sono a carico dei residenti locali. Questi includono l'aumento del traffico, del rumore e della congestione, nonché la potenziale privazione dei diritti civili generata dal processo di pianificazione degli eventi. Tali costi e benefici sociali sono spesso riferiti alla sostenibilità e sono strettamente collegati alla nozione di *event legacy* (Mair, Chien, Kelly, Derrington, 2021; Magno, Dossena, 2020).

Il caso di studio analizzato è un tipico mega evento che può essere valutato proprio nelle sue componenti secondo il modello di Getz e Page.

Barcolana non è solo una regata. È un incontro di mondi sul mare, un incrocio di storie che viaggiano in barca a vela spinte dal vento. Ed è pure un rito collettivo che permette di capire le diverse anime di Trieste, città che sa pensare, scrivere, fare cultura, ma anche vivere e divertirsi. (Gialuz, Mezzena Lona, 2018). E proprio nella geografia fisica di Trieste (fig. 2) che trova radici l'inizio di questo straordinario evento che è la Barcolana. A Trieste, il mare è una parte fondamentale della vita dei suoi abitanti e, grazie alla Barcolana, diventa parte integrante della loro vita, uno spazio collettivo: per dieci giorni l'anno il mare si trasforma in una sorta di "piazza" con la quale la città identifica sé stessa.

La peculiarità più evidente e forse più rilevante nella descrizione di Trieste è nel suo essere città di mare e di vento, affacciata sull'omonimo Golfo dell'Adriatico. Prevedibilmente, un ruolo storico fondamentale nelle dinamiche commerciali è stato svolto dalla morfologia del fronte mare, progressivamente adattato e attrezzato (Modaffari, 2019, p. 145).

Occorre partire da questo *incipit* per comprendere l'inizio di un evento meramente sportivo trasformatosi in mega evento ciclico. In questo caso, quindi, la spazialità dello sport trova la sua ampia affermazione perché il luogo (in particolare la località di Barcola, sobborgo italo-sloveno, distante 3,4 km dal centro di Trieste) è stato fondamentale per la nascita della Società Velica di Barcola e Grignano (SVBG) che diede l'avvio alla prima regata, trasformando lo *yachting*, fino ad allora elitario, in *sailing*.

Il luogo distante dalle altre due società veliche presenti in città, Yacht Club Adriaco e Società Triestina della Vela, voleva già trasmettere un messaggio di rottura con l'idea di uno sport per pochi e, quindi, antidemocratico. L'accesso alla Società, si legge, doveva essere aperto «a tutte le persone indipendentemente dal loro sesso, professione, posizione sociale, attività, purché trattattisi di appassionati del mare» (Karlsen, 2018, p. 19).

La traduzione fattiva di questa idea fu l'organizzazione della prima regata aperta a tutte le imbarcazioni anche di altri circoli velici, eliminando la classificazione per stazza. Invece, introdussero varie gare nella gara con la semplice suddivisione delle imbarcazioni in tre classi sulla base della loro lunghezza in acqua. E in queste innovative regole sono ravvisabili i

prodromi del successo che la Barcolana avrebbe registrato. Ancora una volta il concetto di luogo comporta

il prestare attenzione ai significati simbolici connessi a fatti iscritti nello spazio, all'organizzazione di un evento in una determinata area, ai valori che vengono mobilitati, a come cambia la percezione dei luoghi da parte dei praticanti, dei partecipanti così come dei turisti-spettatori (Cirillo, Dansero, Pioletti, 2017, p. 9).

Il 19 ottobre 1969 quarantasette imbarcazioni si schierarono lungo la linea di partenza della prima Coppa d'Autunno, per affrontare le instabili condizioni meteo-marine del Golfo di Trieste. Naturalmente nessuno tra i protagonisti e gli organizzatori di quella prima edizione avrebbe mai immaginato che dopo quella prima edizione ne sarebbero seguite altre cinquantaquattro; dopo mezzo secolo la regata, nata quasi per caso dall'iniziativa di undici appassionati, sarebbe diventata la "Regata più grande del Mondo", definita proprio così e certificata nel 2019, per la sua 51ma edizione, dal Guinness World Records, data la partecipazione di oltre 2.000 barche e circa 16.000 marinai come equipaggio.

La regata, che si tiene durante il primo fine settimana di ottobre, attira migliaia di partecipanti e spettatori, rendendola un evento culturale e sportivo significativo nella regione. La Barcolana è nota per il suo formato unico, che prevede una *mass start* alla quale partecipano centinaia di imbarcazioni di varie dimensioni e classi in un'unica regata. La manifestazione dura una settimana con eventi a terra e in mare, oltre la competizione velica che si svolge la domenica.

La figura 3 mostra esattamente come, in oltre cinquant'anni, è cresciuto l'interesse verso la Barcolana.

Fig. 2 – *Barcola e Trieste*



Fonte: elaborazione propria su Google Maps e Dmaps

Fig. 3 – *Incremento del numero di imbarcazioni partecipanti alle 55 edizioni della Barcolana dal 1969 ad oggi*



Fonte: elaborazione su dati BARCOLANA56, <https://www.barcolana.it/> 2024

Dopo il 1993 il numero di imbarcazioni partecipanti non è mai stato inferiore a mille unità. Il picco di interesse si è registrato nel triennio 2017-2019 con un numero di iscrizione rispettivamente di 2101, 2689 e 2015 natanti. Neanche nel 2020 l'evento fu sospeso; fu uno dei pochi eventi europei ad essere organizzato nonostante il Covid-19. Un imponente sistema di sicurezza sanitario, la partnership con le istituzioni locali, l'impegno a supportare l'economia del territorio attrassero comunque l'iscrizione di 1424 imbarcazioni. Gli eventi collegati, a terra e in mare, si disputarono in sicurezza. Ma la Barcolana non si svolse per le pessime condizioni meteorologiche verificatesi prima della partenza: un violento vento di Bora con oltre 45 nodi alzatosi all'alba di domenica 11 ottobre, indusse gli organizzatori ad annullare la regata per la prima volta nella storia, viste le condizioni meteo.

Benché la ripresa post-pandemica della manifestazione abbia registrato un decremento di circa 500 iscrizioni nel 2021 rispetto a quello del 2019, i numeri sono comunque alti ovvero 1650 imbarcazioni iscritte come emerge dal colpo d'occhio delle figure 4, 5 e 6.

Fig. 4 – *Panorama delle fasi iniziali della Barcolana 2021 dal Poggio di Gretta (Trieste)*



Fonte: <https://www.barcolana.it>

Fig. 5 – *Le barche concorrenti durante l'evento*



Fonte: foto propria, 2021

Fig. 6 – *Uno dei momenti della gara*



Fonte: foto propria, 2021

Una valutazione dell'evento. – Il numero dei turisti e appassionati di vela presente nei giorni della Barcolana è via via cresciuto. Secondo i dati raccolti dalla Società Velica di Barcola e Grignano nell'ultima edizione oltre 425mila persone hanno partecipato agli eventi svoltisi a terra, in mare e sul Carso.

Dal lato degli enti pubblici locali la Barcolana è un prezioso evento in termini di ritorno economico; nel 2018, l'anno di maggiore affluenza come sopra ricordato, con un investimento totale di 340.000 euro in contributi alla regata, hanno ottenuto un ritorno economico diretto di oltre 6,2

milioni di euro l'anno, pari al gettito fiscale che grazie alla Barcolana rimane nelle casse regionali, essendo il FVG una regione a statuto speciale, in cui quote consistenti di accise e imposte (ad esempio il 59% dell'Iva) rimangono sul territorio. Se la Barcolana non ci fosse, gli enti pubblici avrebbero 6 milioni di euro in meno da destinare ai propri bilanci ogni anno, e il PIL di Trieste avrebbe oltre 71,5 milioni in meno l'anno, perdendo una fonte di ricchezza importante per la città. A quella somma vanno aggiunti anche 26,5 milioni, derivanti dalla valorizzazione economica della copertura mediatica e del ritorno di immagine a vantaggio dell'evento e della città di Trieste. Un saldo economico globale che supera dunque i 95 milioni di euro. (Ufficio stampa Barcolana, 2019).

Ai dati relativi alle entrate dell'Edizione 55 del 2023 (tab. 1) quando si sono svolte le interviste, vanno poi aggiunti quelli rivenienti, e non ufficializzati, dalle strutture ricettive che hanno ospitato oltre i turisti anche i 25.000 velisti (o parte di essi). In termini di effetto imitativo per lo sviluppo turistico del territorio sono da sottolineare altri dati: 24 le nazioni rappresentate dagli armatori partecipanti; il 14% degli iscritti è straniero; i paesi maggiormente rappresentati sono Slovenia, Austria, Croazia, Germania, Svizzera e Ungheria.

Tab. 1 – *L'impatto della Barcolana 55*

Entrate dirette all'organizzazione				
Imbarcazioni iscritte	Quota d'iscrizione	Quote incassate in media	Contributo comunale	Contributo regionale
1.773	min. € 60 max € 180	€ 212.760	€ 186.000	€ 390.000
Entrate indirette alla città				
Partecipanti complessivi	Dipendenti, consulenti, addetti e volontari	Impiegati nel Villaggio Barcolana	Biglietti Trenitalia venduti in quattro giorni	Turisti
425.000	693	1800	50.000	264.000

Fonte: elaborazioni dati da <https://www.barcolana.it/>

Sebbene sia stata esplorata la letteratura correlata ai grandi eventi, questo studio si concentra, poi, sull'osservazione dei partecipanti e riflette, contemporaneamente sulla esperienza personale dell'autrice.

Tra il 6 e l'8 ottobre 2023, sono state effettuate un totale di 40 interviste semi-strutturate ad attori coinvolti nella manifestazione e individuati per il loro contributo nella comprensione delle componenti per la valutazione dell'evento secondo il modello di Getz e Page (2016). Specificatamente, le interviste si sono svolte con 4 rappresentanti tra i velisti partecipanti, 7 attori economici locali, 4 attori istituzionali, e 25 turisti. A tutti è stato chiesto di esprimere la loro percezione complessiva dell'evento; ai turisti si sono aggiunte domande relative alla motivazione della partecipazione (se sportiva, ludica, professionale), all'importanza del luogo rispetto all'evento e quanto la Barcolana sia da ritenersi diversa da altri eventi simili. Le altre interviste sono state finalizzate, poi, a comprendere quanto gli operatori si sentano coinvolti dall'evento e nell'evento e nel suo processo decisionale e quanto di esso rimane nei mesi successivi in termini di ereditarietà e notorietà.

Pur nell'eterogeneità delle risposte, l'analisi ha rivelato diffusamente che la Barcolana viene considerata come un imperdibile appuntamento nonostante la sua ripetitività negli anni. Emerge anche che il visitatore è interessato esclusivamente all'evento e alla città di Trieste quasi come sfondo allo stesso; le località limitrofe rimangono ai margini non rilevando interconnessioni con altri centri pur potendo potenzialmente contare sui consistenti flussi che interessano la città nella settimana della Barcolana. Ad esempio, la risposta di una coppia di turisti, pressoché simile ad altre tre, è stata utile per la gestione futura della manifestazione e nell'organizzazione di eventi anche nelle località contermini a Trieste: «tutto o quasi tutto si svolge a Trieste e la zona del centro in questi giorni è particolarmente affollata e avremmo volentieri partecipato anche ad iniziative dislocate fuori soprattutto a Barcola, dove tutto è iniziato».

Dal lato degli operatori, le risposte univocamente sottolineano l'importanza della Barcolana sia nei giorni specifici e anche successivamente. Le loro risposte vertono sulla valutazione delle edizioni antecedenti e di come l'interesse generale per la Barcolana sia via via cresciuta insieme ai benefici economici e di notorietà generale dei luoghi

nei tre anni prima del Covid l'evento ha registrato numeri importantissimi e il passaparola per la città è stato fondamentale per il turismo durante tutto l'anno; oggi stiamo ripartendo e i numeri di questa edizione, seppur non definitivi, lasciano lo spazio ad un cauto ottimismo. Dobbiamo lavorare sulla sostenibilità futura dell'evento e sull'accoglienza soprattutto nei bacini come porto Lido.

I dati dell'ultima edizione, la cinquantaseiesima, sono in leggero calo ma pur sempre significativi.

Conclusioni. – L'analisi del caso studio dimostra come i mega-eventi apportano una serie di vantaggi e sviluppo alle destinazioni ospitanti. Nel caso della Barcolana è utile sottolineare come si tratta di uno spazio monopolare caratterizzato da una forza di attrazione totalizzante tanto da definire Trieste come "località primato" almeno nei giorni dell'evento al pari di altre località turistiche ultra-note. I flussi turistici si dirigono direttamente verso la città ed ivi rimangono concentrati. Va notato, inoltre, che la capacità di attrazione della località primato, non è eterna. Se non rinnova le proprie attrazioni, è soggetta a decadere, per essere soppianta da altre e l'irradiazione da essa verso altre località può essere un modo di accrescere e rafforzare la sua capacità di continuare a svolgere il suo ruolo di attrattore. Il grande evento velico, quindi, è diventato l'occasione per rivitalizzare l'intero territorio, provando ad allungare la permanenza dei turisti con l'organizzazione di eventi collaterali e valorizzando i patrimoni locali. Questi ultimi, poi, hanno ritrovato un rinnovato interesse tra i turisti che colgono l'occasione della regata per conoscere la città nei giorni in cui i riflettori mediatici si accendono nella sua direzione. E come afferma Ethier «Le spectacle du patrimoine se joue sur la scène médiatique, mais se manifeste aussi sur d'autres registres, comme à travers des interventions architecturales de mise en valeur et d'actualisation du patrimoine» (2017, p. 1).

Il connubio possibile tra grande evento e patrimonio locale diventa proprio l'eredità dello stesso. È possibile attirare l'attenzione sul patrimonio con mezzi spettacolari e diversi, anche dopo che l'evento è terminato. Già 25 anni fa il sociologo David Harvey (1989) annunciava la crescente spettacolarizzazione degli spazi urbani che avrebbe accompagnato la rapida trasformazione delle modalità di rappresentazione delle popolazioni nella società occidentale e nelle sue aree di influenza culturale.

Concludendo, la gestione attuale di un grande evento richiede una profonda capacità di gestione della manifestazione; esso va considerato anche in una prospettiva di lungo periodo che contempra la necessità della spettacolarizzazione con quella della diffusione dei benefici oltre il tempo limitato della durata. Il caso di studio della regata velica della Barcolana a Trieste dimostra quanto un evento supportato da una efficace organizzazione possa generare un notevole moltiplicatore economico a vantaggio del territorio che può essere di grande ispirazione per altri eventi e per strategie di sviluppo future.

BIBLIOGRAFIA

- BECATTINI G., *La coscienza dei luoghi. Il territorio come soggetto corale*, Roma, Donzelli, 2015.
- BYRNE S., LUDVIGSEN J.A.L., “Sport mega-event governance and human rights: the ‘Ruggie Principles’, responsibility and directions”, *Leisure Studies*, 2023, 42, 2, pp. 156-171.
- CIRILLO D., DANSERO E., PIOLETTI A.M., “La geografia simbolica dello sport: da spazi a luoghi”, *Geotema*, 2017, 54, pp. 7-14.
- CONNELL J., PAGE S.J., MEYER D., “Visitor attractions and events: Responding to seasonality”, *Tourism Management*, 2015, 46, pp. 283-298.
- DANSERO E., DE LEONARDIS D., “Torino 2006, la territorializzazione olimpica e la sfida dell’eredità”, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 2006, 3, pp. 611-642.
- CRAIG M., “The Money Behind the Most Expensive World Cup In History: Qatar 2022 By The Numbers”, *Forbes*, 2022 (<https://www.forbes.com/sites/mattcraig/2022/11/19/the-money-behind-the-most-expensive-world-cup-in-history-qatar-2022-by-the-numbers/>).
- DEPLAÇE M., SCHUT P.O., “Editoriale”, *Via*, 2022, 22.
- DEMATTEIS G., GOVERNA F. (a cura di), *Territorialità, sviluppo locale, sostenibilità. Il modello SLoT*, Milano, FrancoAngeli, 2005.
- DE NOOIJ M., VAN DEN BERG M., “The Bidding Paradox: Why Politicians Favor Hosting Mega Sports Events Despite the Bleak Economic Prospects”, *Journal of Sport and Social Issues*, 2018, 42, 1, pp. 68-92.
- DUIGNAN M.B., PAPPALÉPORE I., EVERETT S., “The ‘Summer of

- Discontent?: Exclusion and Communal Resistance at the London 2012 Games”, *Tourism Management*, 2019, 70, pp. 355-367.
- DWYER L., FORSYTH P., “Estimating the Impacts of Special Events on an Economy”, *Journal of Travel Research*, 2005, 43, 4, pp. 351-359.
- EICK V., “A neoliberal sports event? FIFA from the Estadio Nacional to the fan mile”, *City*, 2010, 14, 3, pp. 278-297.
- ELWOOD S., MARTIN D. G., “Placing? Interviews: Location and Scales of Power in Qualitative Research”, *The Professional Geographer*, 2000, 52, 4, pp. 649-657.
- ETHIER G., “Le spectacle du patrimoine. Une introduction”, in ETHIER G. (édité par) *Le spectacle du patrimoine*, Québec, Université du Québec, 2017, pp. 1-16.
- FERNANDES A.M.V., “Mega-events and cultural heritage, Rio 2016: a new Barcelona 1992”, in ETHIER G. (a cura di) *Le spectacle du patrimoine*, Québec, Université du Québec, 2017, pp. 17-41.
- FINLAY J., BOWMAN J., “Geographies on the move: A practical and theoretical approach to the mobile interview”, *The Professional Geographer*, 2017, 69, pp. 263-274.
- FREDLINE L., JAGO L., DEERY M., “The development of a generic scale to measure the social impacts of events”, *Event Management*, 2003, 8, 1, pp. 23-37.
- GANJI S.K., “How Qatar Became a World Leader in Sportswashing”, *Journal of Democracy*, 2022 (<https://www.journalofdemocracy.org>).
- GETZ D., *Event studies: Theory, research and policy for planned events*, Oxford, Elsevier, 2007.
- IBIDEM, PAGE S. J., “Progress and prospects for event tourism research”, *Tourism Management*, 2016, 52, pp. 593-631.
- GIALUZ M., MEZZENA LONA A., 2018, *Barcolana. Un mare di racconti*, Firenze, Giunti, 2018.
- GOTHAM K.F., Theorizing Urban Spectacles, *City*, 2005, 9, 2, pp. 225- 246.
- GREEN J., THOROGOOD N., *Qualitative methods for health research* (4th ed.), London, SAGE, 2018.
- HALL C. M., *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management, and Planning*, London, Belhaven Press, 1992.
- HILLER H., *Host cities and the Olympics: An interactionist approach*, London, Routledge, 2012.
- HILLMAN P. E ALTRI, “Reframing mass participation events as active

- leisure: Implications for tourism and leisure research”, *Tourism Management Perspectives*, 2021, 39, s.p.
- KARLSEN P. *Società velica di Barcola e Grignano. Un sogno portato dal vento*, Firenze, Giunti, 2018.
- HARVEY D., “From managerialism to entrepreneurialism: The Transformation in urban governance in late capitalism”, *Geografiska Annaler*, 1989, 71, 1, p. 3-17.
- KIM J., HAN J., KIM E., KIM C., “Quality of Life Subjective Expectations and Exchange from Hosting Mega-Events”, *Sustainability*, 2022, 14, 11079.
- KONG L. E ALTRI, “The application of resilience theory in urban development: a literature review”, *Environmental Science and Pollution Research*, 2022, 29, 49651-49671.
- KVALE S., BRINKMANN S., *Interviews. Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.), London, SAGE, 2015.
- LEFEBVRE S., ROULT R., “Politiques urbaines et planification territoriale dans la ville festive/Urban policy and territorial planning in the festive city”, *Loisir et Société/Society and Leisure*, 2013, 36, 1, pp. 1-7.
- LIU Y. D., “Event and quality of life: A case study of Liverpool as the 2008 European Capital of Culture”, *Applied Research in Quality of Life*, 2016, 11, pp. 707-721.
- LUDVIGSEN J. A. L., ROOKWOOD L., PARNELL D., “The sport mega-events of the 2020s: governance, impacts and controversies”, *Sport in Society*, 2022, 25, 4, pp. 705-711.
- LYJAK A., “The Finances Behind the 2022 World Cup”, *Michigan Journal of Economics*, 2023 (<https://sites.lsa.umich.edu/mje/2023/01/10/the-finances-behind-the-2022-world-cup>).
- MAENNIG W., ZIMBALIST A., “What is a Mega Sporting Event?”, in MAENNIG W., ZIMBALIST A. (a cura di), *International Handbook on the Economics of Mega Sporting Events*, Cheltenham, Camberley, Edward Elgar Publishing, 2012, pp. 9-16.
- MAGNO F., DOSSENA G., “Pride of being part of a host community? Medium-term effects of mega-events on citizen quality of life: The case of the World Expo 2015 in Milan”, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2020, 15, s.p.
- MAIR J. E ALTRI, “Social impacts of mega-events: a systematic narrative review and research agenda”, *Journal of Sustainable Tourism*, 2021, pp. 538-560.

- MARQUIS I., “La ville festive et le processus de coconstruction d’une politique publique, un levier dans le processus de l’acceptabilité sociale des événements touristiques? Le cas du Vieux- Québec “, *Loisir et Société/ Society and Leisure*, 2013, 36, 1, pp. 60-77.
- MCGILLIVRAY D., FREW M. “From Fan Parks to Live Sites: Mega Events and the Territorialisation of Urban Space”, *Urban Studies*, 2015, 52, 14, pp. 2649-63.
- MCGILLIVRAY D., DUIGNAN M.B., “Events, urban spaces and Mobility”, *Annals of Leisure Research*, 2022, 25, 1, pp. 1-4,
- MODAFFARI G., “Storia e prospettive economiche delle Rive di Trieste: il caso Barcolana, un evento larger than the city”, in ZILLI S. (a cura di) *Territorio e consumo in una regione composita. Il Friuli-Venezia Giulia fra Grande Distribuzione Organizzata e Barcolana*, Milano, FrancoAngeli, 2019, pp. 145-165.
- MONTANARI A., “Grandi eventi, marketing urbano e realizzazione di nuovi spazi turistici”, *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 2002, 4, pp.757-782.
- NICOLAU J.L., “Editorial of the special issue on Sports and Tourism: Economic Impacts”, *Tourism Economics*, 2021, 27, 3, pp. 415-418.
- PERNECKY T., RAKIĆ T., “Visual Methods in Event Studies”, *Event Management*, 2019, 23, 2, pp. 179-190.
- PREUSS H., “The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies”, *Journal of Sport & Tourism*, 2007, 12, 3-4, pp. 207-228.
- QUINN B. E ALTRI “Festivals, public space and cultural inclusion: public policy insights”, *Journal of Sustainable Tourism*, 2021, 29, 12, pp. 1875-1893.
- QUINN B., VIEIRA FERNANDES A.M., RYAN T., “Event tourism, public policy and socio-cultural development in Dublin”, *Via*, 2022, 22, s.p.
- RAFFESTIN C. “Territorializzazione, deterritorializzazione, riterritorializzazione e informazione”, in TURCO A. (a cura di), *Regione e regionalizzazione*, Milano, FrancoAngeli, 1984, pp. 69-82.
- SCHOENBERGER E., “The corporate interview as a research method in economic geography”, *Professional Geographer*, 1991, 43, 2, pp. 180-189.
- STEVENSON N., *Cultural citizenship: cosmopolitan questions*, Maidenhead, Open University Press, 2003.
- TAKS M., CHALIP L., GREEN B.C., “Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities”, *European Sport Management Quarterly*, 2015, 15, 1, pp. 1-6.

- TUCK E., MCKENZIE M., *Place in research theory, methodology, and methods*, London and New York, Routledge, 2015.
- TURCO A., *Verso una teoria geografica della complessità*, Milano, Unicopli, 1988.
- UFFICIO STAMPA BARCOLANA, *Comunicato Stampa La Barcolana porta a Trieste 71,5 milioni di euro*, Trieste, 2019 (<https://www.barcolana.it/hyve/document/8e57db10-ee91-4534-a7e8-035e429b1986>).
- WHITFORD M., PHI G., DREDGE D., “Principles to practice indicators for measuring event governance performance”, *Event Management*, 2014, 18, pp. 387-403.

Major sporting events, discussed legacies and host destination transformations. – Among the various interpretations with which one can look at events, one possibility is to understand their legacy, understood as what remains in the territory at the end of the event itself in terms of symbols and values, or structures and systems; and if this legacy often becomes more important than the event itself. The article aims to examine the case of the Barcolana, an annual sailing event and regatta that takes place in the Gulf of Trieste. It is one of the largest and most famous sailing regattas in Europe and the world. The regatta attracts thousands of participants and spectators, making it a significant cultural and sporting event in the region. The Barcolana is known for its unique format, which involves a mass start in which hundreds of boats of various sizes and classes participate in a single regatta. Almost eighteen hundred boats were registered for the fifty-fifth edition last year. The event lasts a week with events on land and at sea, as well as the sailing competition which takes place on Sunday. After a review of the literature relating to the topic under study, through a qualitative methodology the factors that together create those effects, often positive but not only, on the territories involved in the event were analysed. The “on the move” interviews with some event participants were useful for understanding the involvement and quality of the event itself, and how to guarantee its continuous and gradual development.

Keywords. – Event, Planning, Territorial development

*Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Dipartimento di Economia e Finanza
antonietta.ivona@uniba.it*