

VALENTINA ALBANESE

IL RUOLO DI UN GRANDE EVENTO NELLA RIQUALIFICAZIONE DELLE CITTÀ PORTUALI IL CASO DI VALENCIA

Introduzione. – Nell'ambito dei nuovi complessi e variegati scenari geopolitici ed economici dell'Europa del ventunesimo secolo, il Mediterraneo ha assunto il ruolo di cerniera e di nuovo «cuore» culturale e sociale.

Alcune regioni, che nel passato più recente avevano perso valore, a causa della generale strategia mirante a portare verso l'Europa continentale attività economiche e interessi politici, nella realtà attuale stanno tornando ad affacciarsi al contesto internazionale. In particolare, le aree costiere sembrano avere ritrovato il motore del loro progresso e una nuova attrattività.

Le politiche di intervento per lo sviluppo del Mediterraneo hanno come protagonisti principali le sue città, elemento rilevante per la rappresentazione degli scenari di sviluppo a cui si tende e per la sua agognata rinascita. Le città subiscono ovviamente cambiamenti spaziali, per l'insediamento di nuove forme sociali e per gli squilibri che queste modificazioni inevitabilmente trascinano. Nonostante questo fluire di eventi modificatori, le città mantengono in vita la continuità con il passato.

Queste considerazioni assumono particolare valore per le città mediterranee. La cultura è il vero filo di Arianna che unisce e identifica le città del Mare Interno. La loro appartenenza a un insieme geograficamente omogeneo non va di certo ricercata in una presunta unicità di caratteri e modelli architettonici, ma esclusivamente nella cultura politica, strategica e sociale che, nei secoli, ha mosso gli interessi di chi, in diversi momenti, si è occupato di dotare la propria area di influenza di vantaggi competitivi nella localizzazione di attività commerciali o di infrastrutture strategiche quali i porti, che avrebbero favorito un maggiore sviluppo economico e la possibilità di incentivare rapporti transnazionali. Il Mediterraneo non va pensato soltanto come luogo della varietà culturale per eccellenza, in quanto mediatore degli scambi tra terre e civiltà, ma come origine stessa di civiltà e culture (Muscà, 1998).

Nel contesto internazionale le città del Mediterraneo stanno cercando di riproporre quella seduzione e quell'atmosfera che, fra le altre cose, richiamano turisti da ogni dove, ricercando un'immagine urbana piacevole, efficiente, viva, ma anche densa di storia e di cultura (Miani, 1998). La maggior parte di queste città, in linea con le opportunità (o le minacce) che ha aperto la globalizzazione, si sta attrezzando da tempo per cercare di consolidare o migliorare la propria posizione nella gerarchia continentale, attraverso interventi sul

tessuto urbano che non di rado vengono approntati in occasione di grandi eventi (Costa e Toniolo, 1992) dedicati alla cultura, considerata in tutte le sue sfaccettature.

A volte è proprio per poter accogliere queste manifestazioni, che le città approntano piani di riqualificazione che possano mostrare l'interesse delle municipalità nei confronti di un miglioramento generalizzato del tessuto urbano. Per questo motivo è evidente come, in alcuni casi, i grandi eventi si dimostrino un'ottima occasione per il rilancio dell'immagine di un contesto urbano. Tra i molti casi di rinascita di città mediterranee, uno dei più attuali è rappresentato dalla città spagnola di Valencia e dalla sua riqualificazione, incentivata dalla famosa competizione dell'America's Cup, conclusasi con la gara che si è tenuta nel mese di luglio del 2007.

Vale la pena sottolineare che non tutti i luoghi riescono ad accogliere i grandi eventi come occasione di riqualificazione urbana; non tutte le città rifioriscono grazie alla costruzione di nuovi edifici «simbolo» e non tutti i fenomeni di rinascita e rinnovamento urbano possono essere ottenuti ovunque attraverso le modalità che si sono dimostrate vincenti altrove. È universalmente ritenuto che se le città riescono a dimostrare di essere pronte ad accogliere una grande manifestazione – gara o esposizione – potranno sperare di divenire sede privilegiata di un'occasione che, se ben sfruttata, può fornire alla città stessa gli introiti necessari a estendere i propri progetti di rinnovamento ad ambiti più ampi e che dunque, nel tempo, può contribuire al rafforzamento del suo ruolo a livello internazionale.

Storia di una città e del suo rinnovamento urbano. – Il 31 marzo 1939 le forze franchiste riuscirono a occupare le ultime città repubblicane spagnole: Almería, Murcia, Cartagena e Valencia, allora capitale della Repubblica. L'evento determinò la fine della guerra civile e l'inizio della dittatura franchista. Il nuovo regime politico introdusse norme particolarmente dure in certi settori: fu proibito, ad esempio, l'uso delle lingue regionali diverse dal castigliano, come forma di espressione sia orale sia scritta.

Valencia conobbe un periodo di profonde trasformazioni: dal punto di vista quantitativo la popolazione della città crebbe durante il franchismo passando da 321.205 abitanti a 452.117 nel 1940 e questo si tradusse in un aumento consistente dell'occupazione del suolo, affrontato però con pochi interventi urbanistici di rilievo (Furió, 2001).

Il 14 ottobre 1957 si verificò uno straripamento del fiume Turia. L'evento calamitoso provocò numerose vittime; al fine di evitare che una simile circostanza potesse ripetersi, fu presa una decisione che avrebbe causato un cambiamento radicale e una svolta eccezionale per il tessuto urbano di Valencia: la deviazione del corso del fiume all'esterno della città e la conversione del suo letto in un giardino pubblico. Fu così avviata la creazione del Jardín del Turia che, occupando l'intero letto del fiume, attraversa la città e ne costituisce una delle principali attrattive.

L'interesse che già dalla seconda metà del Novecento, e in particolare tra la fine del XX e l'inizio del XXI secolo, i valenciani hanno posto nel rinnovamento urbano è notevole. La storia delle riqualificazioni in città è la storia di un costante interesse volto alla valorizzazione del territorio, con la costruzione di grandi opere architettoniche e il correlato fiorire di nuove prospettive turistiche. I progetti urbani rappresentano sempre più di frequente il veicolo per creare, di concerto con gli interventi pubblici, nuovi pezzi di città capaci di accrescere la sua attrattività complessiva. Valencia, grazie a questi interventi di riqualificazione, è diventata la «città del passeggio». Ha attratto un numero sempre crescente di turisti incuriositi dalle ristrutturazioni e dall'inserimento nell'arredo urbano di modernissimi monumenti architettonici.

A favorire un incremento costante del turismo è stato senz'altro anche il clima. La città è

inoltre collocata di fronte alle Isole Baleari e per di più è quasi equidistante dai due principali centri spagnoli, Madrid e Barcellona, con cui è ben collegata. La sua posizione favorevole è un vantaggio che alla città è stato utile come trampolino di lancio; l'amministrazione locale ha puntato molto sulla diversificazione e soprattutto sulla destagionalizzazione dei flussi turistici, attraverso un metodico percorso di ristrutturazione e valorizzazione urbana che ha permesso alla città di assemblare la sua parte storica (quella che visse a metà dello scorso millennio il momento di massimo splendore) e quella più moderna, frutto del genio artistico dell'architetto Santiago Calatrava (Bohigas, 2002).

Per Valencia questa storia di straordinaria valorizzazione è iniziata diversi anni fa quando l'amministrazione regionale e quella municipale hanno cominciato a scommettere con forza (e con adeguate risorse economiche) su mega-progetti architettonici che non tutti vedevano di buon occhio. L'idea di fondo era utilizzare l'avanguardia urbanistica come chiave di volta per l'immagine di una Valencia moderna, sempre più caratterizzata da avveniristici edifici bianchi.

Nel Jardín del Turia sono sorti molti edifici simbolo dell'architettura contemporanea, che si manifesta soprattutto nella spettacolarizzazione delle creazioni; tra gli altri interventi, è la famosa Città delle Arti e delle Scienze (Ciutat de les Arts i de les Ciències), emblema di Valencia, e considerata il cuore della Valencia moderna. Un parco scientifico, culturale, naturale e tecnologico di 350.000 m² con occhi giganti, ninfee, cupole, volte, parabole ed ellissi: il profilo degli edifici ricorda il mondo della natura, gli animali, le piante, i loro spazi acquatici. L'architetto Calatrava ⁽¹⁾ è riuscito a fare di una zona depressa e difficile come la parte terminale del vecchio letto del fiume un centro di grande attrazione, catalizzatore della vita urbana.

Insieme con grandi opere di ristrutturazione, recupero e riqualificazione della memoria storica, nuovi e importanti progetti urbanistici continuano a trasformare l'aspetto della città dotandola delle attrazioni e delle infrastrutture proprie di una grande metropoli che mira a conquistare un ruolo di spicco nell'ambito della competizione globale tra città. Riqualificazioni urbane e turismo sono le leve (tra loro integrate) su cui la città sta maggiormente puntando per emergere rispetto alle altre città portuali del Mediterraneo e rispetto alle mete turistiche spagnole più accreditate (Madrid, Barcellona, Toledo, Siviglia eccetera).

Tipologie di turismo a Valencia. – I segmenti turistici che Valencia sfrutta sono molteplici. Oltre al turismo balneare sono presenti quello termale e quello culturale (sul quale ultimamente si sta focalizzando molto l'attenzione) insieme con molti altri richiami di nicchia, che consentono una diversificazione del prodotto e, soprattutto, una sua destagionalizzazione.

La centralità data a quest'ultimo obiettivo è resa esplicita anche dallo slogan che fino al 1997 promuoveva la Comunità Valenciana: «Vacaciones todo el año». Il logo più significativo che successivamente è stato inventato per la città e che è stato utilizzato a partire dal 2000 è «Comunidad Valenciana está de moda» (Bigné Alcañiz, Font Aulet e Andreu Simó, 2000). Questi attributi utilizzati per il *marketing* danno già un'idea di quelli che sono stati i percorsi intrapresi dalla regione nei confronti del turismo: in un primo tempo l'attenzione era stata concentrata verso la destagionalizzazione del prodotto, in seguito l'obiettivo è stato quello di rendere attrattivo il territorio conferendogli un'immagine di regione all'avvan-

(1) Sono di Santiago Calatrava l'Hemisfèric, il Museo delle Scienze, l'auditorio Palazzo delle Arti, mentre Félix Candela ha disegnato l'Oceanogràfic, l'acquario più grande d'Europa.

guardia tramite la sua città più importante, Valencia, bella e comoda, *chic* e funzionale: una città, in definitiva, alla moda.

Le opportunità turistiche offerte dalla regione valenciana sono potenzialmente moltissime, poiché tante sono le qualità intrinseche del territorio.

La tipologia di turismo probabilmente più antica e consolidata è quella del turismo balneare, o elioterapico. L'aristocrazia e la borghesia spagnola già nel XIX secolo trascorrevano le vacanze estive a Valencia. Le motivazioni da cui erano spinti questi «turisti» erano principalmente di stampo culturale e sociale, ma le condizioni favorevoli del clima mediterraneo e le bellezze del paesaggio naturale contribuirono sicuramente a favorire la scelta di questa regione costiera anche successivamente quando, a partire dalla seconda metà del XX secolo, agli aristocratici si sostituì la borghesia spagnola con la diffusione della vacanza per le famiglie. Il turismo *de sol y playa* (così viene chiamato in Spagna) esplose negli anni Cinquanta e Sessanta del secolo scorso come fenomeno di massa che, in breve tempo, finì per congestionare il litorale mediterraneo rendendolo in generale poco ambito dal turismo internazionale e sempre meno da quello di *élite*: così, da meta di villeggiatura per i Reali spagnoli, col passare del tempo il litorale valenciano finì per accogliere principalmente un turismo interno e locale di scarse proporzioni rispetto ad altre città costiere spagnole.

Questo fatto, se da un lato è stato negativo per la crescita del settore turistico, dall'altro ha evitato che il lungo litorale di ampie spiagge, scampato alle grandi ondate turistiche che hanno invaso la Spagna nei decenni successivi, venisse ulteriormente danneggiato da speculazioni edilizie, o subisse un inquinamento eccessivo. Di conseguenza è stato possibile, sulla spinta dei molti interventi di riqualificazione urbana, valorizzare l'area per quanto riguarda sia gli alberghi e i servizi al turismo sia le aree prettamente balneari, onde agire su un patrimonio naturalistico e architettonico non infrastrutturato, ma almeno neppure compromesso (Boira e Serra, 1997). Gli interventi sono stati puntuali e integrati. Il risultato che oggi si presenta ai nostri occhi è un litorale armonioso e compatto, ricco di servizi e ben collegato al centro della città dai mezzi pubblici. Le spiagge valenciane infatti sono molto vicine al centro e possono facilmente essere raggiunte con il trasporto urbano, ma al tempo stesso sono abbastanza distanti da consentire un vero allontanamento dallo *stress* della metropoli e una pausa rilassante a chi vive la città.

Un interessante segmento turistico nello sviluppo più recente della regione valenciana è quello legato al benessere e al termalismo. Da sempre presente, ma decisamente sotto-utilizzato rispetto alle potenzialità di sviluppo, il turismo «di salute» ha subito una svolta cruciale nel XX secolo, quando è tornato in voga come alternativa alle mete del turismo di massa. Il turismo di salute, o *wellness* come si definisce oggi, si abbina sempre all'acqua, l'acqua termale, l'acqua marina, comunque l'acqua come fonte di benessere. Si dice che *tomar las aguas* in terra valenciana sia una tradizione di origini antichissime, grazie all'importante numero di fonti termali, circa 116, e alla qualità delle acque minero-medicinali.

Valencia e il mare. – Valencia fino agli anni Ottanta del Novecento non era considerata una città marittima. Potevano pensare che lo fosse solo i turisti o i visitatori di passaggio, perché il porto e le spiagge sono sotto gli occhi di tutti. Per gli abitanti, invece, Valencia era solo una città fluviale, in quanto la popolazione locale ha sempre avuto interesse soltanto alla campagna, agli agrumeti, e ha vissuto da sempre, come gli stessi valenciani dicono, voltando le spalle al mare. Un mare estremamente vicino, distante appena tre chilometri dal centro cittadino, che tuttavia non è riuscito, fino al XIX secolo, a interessare i valenciani – che non ritennero indispensabile collegare l'area portuale a quella urbana attraverso agevoli vie di comunicazione.



Fig. 1 – Foto aerea dell'area portuale interessata dagli interventi di riqualificazione

Fonte: www.valencia2007.com

Il viale che conduce alle spiagge, che ora porta il nome di Blasco Ibáñez e che fino a poco tempo fa si chiamava Paseo de Valencia al Mar, fu costruito solo nel primo trentennio del XX secolo, e costituisce il primo vero tentativo di creare un rapporto tra i due spazi. La recente vocazione marinara di Valencia, per essere sfruttata, ha implicato una consistente serie di interventi grazie ai quali Valencia va acquisendo oggi una centralità mai avuta. La città si sta, ad esempio, dotando di due linee ad alta velocità che la collegheranno a Madrid e Barcellona (AVE), consentendo a oltre venti milioni di spagnoli – la metà della popolazione spagnola – di raggiungere Valencia in due ore o poco più. Una prospettiva che crea grandi aspettative tra operatori turistici e costruttori.

Le possibilità di sviluppo del porto sono enormi, e le ampie pianure tutto intorno permettono di ipotizzare qualsiasi tipo di crescita. Il progetto globale di riqualificazione dell'area portuale («Valencia litoral») è stato messo a punto a metà degli anni Novanta, ed è stato ideato dall'architetto Jean Nouvel con la collaborazione del sociologo urbanista José Miguel Iribas e di un gruppo di prestigiosi architetti e urbanisti. Per portarlo a compimento ci vorranno almeno quindici anni, ma le esigenze della Coppa America, subentrata nel 2003, hanno portato a procedere per gradi dando priorità allo sviluppo delle parti del grande progetto che avrebbero potuto direttamente interessare la manifestazione.

Il progetto, che prevede grattacieli circondati da giardini, un nuovo quartiere immerso nella campagna con un mercato di prodotti tradizionali e passerelle sospese sulla spiaggia della Malvarrosa, si poneva come obiettivo primario l'agevolazione di un rapporto più diretto tra la città e il mare e questo è altresì lo scopo della proposta elaborata dall'amministrazione comunale con il suo progetto «Balcón al Mar», precedente alla scelta di Valencia come sede della competizione di vela.

All'inizio degli anni Ottanta, si iniziò a notare una pressione sempre maggiore intorno al porto, che spinse ad ampliare i progetti di sviluppo dell'area, includendo parti più ampie di territorio circostante. I nuovi piani per la crescita del porto necessitavano l'appoggio degli abitanti delle aree vicine, appoggio che invece non veniva accordato, dando avvio a un annoso conflitto di interessi tra i diversi soggetti coinvolti. Il conflitto è stato senz'altro amplificato da una cattiva informazione, che fomentava l'opinione pubblica e comportava una sempre maggiore avversione da parte dei cittadini allo sviluppo dell'area portuale. I cittadini sostenevano, criticando fortemente il progetto di ampliamento, che il *waterfront* in contatto con la città, data la sua scarsa redditività e date le banchine poco utilizzate, dovesse essere recuperato a loro vantaggio, perché potessero beneficiarne: le aree portuali dovevano essere riqualificate e convertite nella loro destinazione d'uso per consentire una fruizione molto ampia, in grado di coinvolgere i residenti e anche i turisti. Per questo motivo l'autorità portuale di Valencia, all'inizio degli anni Ottanta, offrì i terreni della darsena interna all'amministrazione cittadina, cedendole gratuitamente il suolo. Veniva così dato avvio, proprio su iniziativa del porto, a un processo di avvicinamento del porto alla città (Ronda Agudo, 2005). Il momento culminante di questa integrazione si ebbe nell'ottobre 1997, durante il convegno *Balcón al Mar*, quando si formalizzò la cessione gratuita delle aree della darsena interna del porto, per una superficie totale di terra e di acqua di 600.000 m² (280.000 m² di suolo e 320.000 di superfici idriche), e nel contempo si definì la necessità di potenziare la competitività del porto di Valencia con tre importanti interventi: un nuovo accesso ferroviario a sud della città, un'area con funzioni logistiche a servizio del porto, ma anche della città, e un nuovo ingresso a nord del porto.

Il progetto del «Balcón al Mar» si configurava come un piano speciale d'intervento per il recupero della darsena interna come parte integrante dell'assetto urbano. L'integrazione è stata realizzata prolungando le grandi vie, avvicinando il trasporto pubblico e dando continuità al lungomare. Quest'ultimo fu costruito una decina di anni fa, con lo scopo di creare una connessione tra area portuale e parte terminale del parco del Turia. Nel corso del tempo, con la crescita industriale e il degrado della periferia valenciana, era diventato una sorta di area di frattura che allontanava ancora più i valenciani dal mare; in questo isolamento, si consolidava l'immagine del *waterfront* come di uno spazio del tutto slegato dai modi di vita urbani (Torreño, 2005).

L'abbattimento delle barriere fisiche esistenti tra vecchio letto del fiume Turia e lungomare dovrà avvenire attraverso la darsena e il Puente de Astilleros, che devono fungere da punti di unione con il quartiere di Nazaret, quartiere storico dell'abitato marittimo. Con questa realizzazione si metteranno in comunicazione due aree di importanza strategica dal punto di vista turistico, sportivo e commerciale; inoltre si accorperanno alla città nuove dotazioni e servizi di carattere educativo, culturale, ricreativo e di svago (polo sportivo marittimo, piscina da competizione, scuola municipale di vela e museo marittimo); al tempo stesso, si stanno creando nuove zone verdi con ampi spazi liberi e giardini, per dare una definitiva risposta all'esigenza dimostrata dai cittadini di avere più spazi da utilizzare a scopo ricreativo nell'area portuale. Il Paseo Marítimo, che ormai fa da perimetro anche alla darsena, costruito nell'ambito di questo progetto di riqualificazione, unisce alcuni edifici storici, facilitandone l'accesso e rendendo piacevole recarsi dall'uno all'altro passeggiando tra le palme e guardando il mare. Questo lungo viale è stato recentemente attrezzato anche come pista ciclabile.

Con gli interventi del Paseo Marítimo sono state dunque migliorate oltre alle condizioni abitative anche le attrezzature dell'arredo urbano, i servizi e i trasporti della città: sono state inserite numerose fermate di autobus e metropolitana lungo il Paseo, e i cittadini di questi quartieri portuali per la prima volta sperimentano la vicinanza alla città.



Fig. 2 – Area portuale e particolare della darsena

Fonte: www.valencia2007.com

Grazie all'iniziativa del porto, il complesso Paseo Marítimo-Balcón al Mar-Jardín del Turia allo stato attuale si configura come una delle migliori facciate marittime d'Europa, un *waterfront* bello e funzionale, vivibile, fruibile.

Balcón al Mar. – L'intervento più interessante per il raggiungimento di questo obiettivo è stato, fuori dubbio, quello del Balcón al Mar. Per questo piano di lavoro è stato concepito un programma di realizzazione molto ambizioso. L'intento con cui sono stati disegnati i progetti per la realizzazione di Balcón al Mar è stato quello di sfruttare gli spazi privilegiati del *waterfront*, gli antichi moli e gli edifici portuali, per portare la popolazione valenciana a vivere l'area portuale, condividere i suoi progetti e il suo contesto di vita. La partecipazione cittadina è stata infatti considerata un elemento essenziale e irrinunciabile e per questo i vari interventi hanno mantenuto fermo il fine ultimo di aumentare la frequentazione dell'area portuale da parte dei valenciani.

Queste aree, perciò, hanno conservato il loro carattere marittimo/portuale, così da tenere in vita il senso di appartenenza e l'identificazione degli abitanti con il luogo. Il risultato è stato ottenuto anche grazie alla scelta di uno stile architettonico adeguato, che ha evitato di rendere triviale uno spazio eccezionale acconsentendo a soluzioni affrettate. Sono già evidenti i primi benefici tratti da questo rinnovamento territoriale, in termini di immagine, di qualità della vita e di soddisfazione dei cittadini.

Perseguendo questo obiettivo nel periodo tra il 1996 e il 2000, il porto di Valencia ha dato avvio a interventi di restauro di tutti gli edifici della darsena interna. Contemporaneamente alla valorizzazione dello spazio portuale e grazie al suo avvicinamento alla città, è iniziato un processo di rilancio dei prezzi degli immobili nelle aree in prossimità del porto, che può essere stimato fra il 20 e il 100% (a seconda della distanza dal *waterfront*), portan-

do come conseguenza importanti operazioni urbanistiche in tutta l'area. Nel corso degli anni Novanta, in particolare, quando sono state eseguite le opere del Paseo Marítimo, nel progetto è stata inclusa la costruzione di nuovi alberghi, nuovi immobili e nuovi ristoranti. Ciò ha provocato una domanda per seconde case, nei pressi del porto, superiore del 50% rispetto agli anni precedenti, con un notevole impatto sulla rendita immobiliare, aumentata improvvisamente in tutti i quartieri adiacenti al porto (Grao, Cabañal, Nazaret), che prima erano semplicemente poveri quartieri di pescatori, slegati completamente dal resto della città, isolati, privi di servizi e piuttosto degradati (Boira e Serra, 1997).

Dopo l'ottenimento delle competizioni dell'America's Cup ⁽²⁾, l'area ceduta alla città nell'ambito del progetto di realizzazione della facciata marittima è raddoppiata, poiché incorporando al Balcón al Mar le nuove infrastrutture si è sommata una superficie a uso della gara sportiva di altri 600.000 m².

La Coppa America: un'occasione per il rilancio dell'economia urbana. – Dal 1851 l'America's Cup ha viaggiato per tutto il mondo, mantenendo come sedi delle competizioni principalmente le città portuali statunitensi. Tuttavia, nel 2003, in Nuova Zelanda si è verificata una vera e propria rivoluzione nel mondo della vela quando a vincere l'America's Cup è stata la barca «Alinghi», del magnate finanziario svizzero Ernesto Bertarelli. È tradizione che la competizione si svolga, di volta in volta, nel paese dell'imbarcazione vincitrice l'anno precedente, ma non sarebbe mai stato possibile portare l'America's Cup sui laghi svizzeri; si è così verificata la necessità, per la prima volta, di designare come sede della competizione una città diversa rispetto a quella del *team* vincente. La scelta della futura sede della Coppa America è spettata al finanziere svizzero, che ha potuto scegliere tra quaranta città (selezionate tra 250 probabili), di cui tre spagnole.

L'autorità portuale di Valencia era consapevole che le qualità sviluppate in quegli anni potevano costituire un aspetto estremamente vantaggioso su cui basare la competizione per ottenere lo svolgimento delle gare. Oltre alla riqualificazione dell'area portuale, Valencia aveva in piedi altri progetti di rinnovamento che non aspettavano altro che essere finanziati e attivati. La città quindi vantava una consolidata attitudine alla riqualificazione e al rinnovamento del tessuto urbano nonché un dettagliato progetto per proseguire i miglioramenti da apportare allo spazio portuale.

Dopo i primi contatti avvenuti tra le autorità portuali di Valencia e coloro i quali stavano preparando l'offerta da presentare a Bertarelli ⁽³⁾, gli attori – autorità cittadina, regiona-

(2) La rapida conclusione di molte di queste grandi opere di infrastrutturazione e riqualificazione è stata possibile proprio grazie all'ingente finanziamento ottenuto quando Valencia è stata eletta sede della 32ª America's Cup.

(3) Bertarelli aveva organizzato, tramite la sua società AC Management, le selezioni per il nuovo campo di regata del 2007. Le città selezionate dopo una prima scrematura erano state Marsiglia, Valencia, Napoli e Lisbona. Napoli, a detta di tutti gli esperti, era la favorita, per la morfologia del suo golfo (campo di regata) e dei venti che spesso soffiano nell'area. AC Management inviò un questionario ai quattro comitati organizzativi, uguale per tutti ma con le domande poste secondo un ordine differente e con l'indicazione di tenere su domande e risposte il massimo riserbo: lo stesso giorno il questionario della città partenopea veniva pubblicato via Internet! Oltre a questo, in Italia l'eventualità di ospitare l'America's Cup suscitò una serie di proteste mosse da sindacati e *no global*. Nel frattempo, mentre Napoli non riusciva a gestire i suoi vantaggi competitivi, le amministrazioni spagnole e un architetto pressoché sconosciuto coordinavano i loro sforzi lavorando nel silenzio (come era stato richiesto dall'AC Management e dagli *sponsors* della competizione) e alacremenente (come era richiesto dalle tacite regole della competizione tra città).

le e nazionale, coadiuvate dallo stesso re Juan Carlos – convennero di stabilire una relazione permanente per strutturare l'offerta delle migliori installazioni, costituendo il «Consorzio Valencia 2007». Il 26 novembre 2003, Valencia venne eletta sede dell'evento e l'America's Cup 2007 è stata disputata in mare iberico.

La terza città della Spagna per importanza ha vinto la gara per diversi motivi, tra cui le eccellenti e affidabili condizioni meteorologiche, che garantiscono regate puntuali e regolari, e una totale dedizione al progetto, che si è concretizzata nella realizzazione di importanti infrastrutture per accogliere l'evento nel modo più consono.

Tra queste infrastrutture, oltre alle molte già menzionate, è compreso il Port America's Cup, con le nuove darsene che hanno offerto 700 ormeggi nel cuore della competizione, realmente a pochi minuti dal campo di regata, «lo stadio». Le due aree di regata sono situate a meno di trenta minuti dalle basi e le prove hanno avuto luogo molto vicino alla costa, proprio perché potessero godere gli spettatori.

È stato presto chiarito dall'AC Management che sulla scelta molto ha influito il progetto di recupero e costruzione delle strutture di supporto alla regata su cui, come detto, si era puntato da subito quale elemento strategico per portare la competizione in città. Il progetto, disegnato dall'architetto spagnolo José Maria Llavador, ha recuperato una zona periferica, antistante al mare, e in questo modo si è iscritto nei contenuti dei progetti precedenti che hanno sempre mantenuto prioritario l'obiettivo della riqualificazione del porto. Hanno dunque vinto il coordinamento tra i vari livelli di potere amministrativo e un progetto architettonico di valorizzazione e risistemazione vincente.

Da quando è stato ultimato il progetto della Città delle Arti e delle Scienze di Calatrava, nella parte terminale del letto del fiume Turia, questa periferia si è connotata come area di importante valenza culturale. La seconda area decentrata che si sta sviluppando e recuperando, a prescindere dall'America's Cup, è quella che sta crescendo attorno al Palazzo dei Congressi progettato dall'architetto Norman Foster. Oltre a queste riqualificazioni vanno ricordate la quantità e la qualità dei progetti di rinnovamento del porto compresi nel progetto del *Balcón al Mar*.

Il governo spagnolo l'11 novembre 2005 aveva ottenuto che l'ICO (Instituto de Crédito Oficial) erogasse al Consorzio Valencia 2007 un credito di 500 milioni di euro, destinato a finanziare la riqualificazione del porto e il suo equipaggiamento di tutti i servizi e le infrastrutture necessarie a ospitare l'America's Cup. La cifra copriva il complesso degli interventi previsti fino al 2007 e vincolati all'aspetto sportivo dell'evento, mentre ne rimanevano esclusi gli interventi di riqualificazione già attivati in altre parti della città. In precedenza, il Consorzio e l'ICO avevano stipulato un accordo formale, il 4 febbraio 2005, per ottenere un «credito-ponte» di 99 milioni di euro per poter dare avvio alle operazioni del progetto di riqualificazione. Sono così iniziate nell'inverno del 2005 le prime operazioni per costruire le basi delle squadre, il canale con le sue dighe e l'edificio per gli ospiti disegnato da David Chipperfield.

È stato anche creato un canale di comunicazione tra la darsena interna e il mare aperto; la navigazione delle imbarcazioni sportive attraverso la darsena del porto – così come questa si presentava fino al 2004 – sarebbe stata infatti incompatibile con la navigazione commerciale attiva 24 ore su 24: le regate avrebbero costituito un intralcio alle attività commerciali che quotidianamente si svolgono nel porto. Per questa ragione è stato costruito un canale lungo 800 m, che consente una comunicazione parallela tra la darsena interna e il mare aperto attraverso una «bocca d'accesso» appositamente disegnata e già costruita.

Le installazioni e gli edifici posti a disposizione dell'AC Management sono stati costruiti nella darsena interna in stretta relazione, spaziale e funzionale, con la darsena esterna. Sono anche stati realizzati parcheggi sia in superficie sia sotterranei, la cui capacità minima

è stata stabilita in 1.200 posti-auto. Attorno all'isola costruita al centro del porto per ospitare l'America's Cup, è persino nato un nuovo approdo turistico per grandi *yachts*, raggiungibile in elicottero; una linea di metropolitana ha permesso di condurre rapidamente i visitatori dall'aeroporto al porto; sono stati costruiti, inoltre, alberghi e *residences* in grado di accogliere i dieci milioni circa di turisti che, confermando le previsioni, sono giunti durante i tre anni corrispondenti alla preparazione e allo svolgimento della competizione; per il soggiorno dei proprietari ⁽⁴⁾ degli *yachts* è stato costruito un edificio chiamato Owners Club, situato in prossimità dell'attracco delle imbarcazioni e costruito su una superficie di 720 m², in grado di ospitare 250 persone; per l'accoglienza degli invitati dei partecipanti alla competizione è stato invece predisposto *ex novo* un edificio con una capienza massima di 1.000 persone, su una superficie di 3.200 m². Ancora, entro l'antico molo principale, risalente al 1686, nascerà una scuola di vela; il vecchio edificio «dell'Orologio», punto di riferimento del porto, è stato convertito in un centro culturale in cui organizzare esposizioni d'arte; nel porto è stato installato il nuovo Museo Marittimo di Valencia, che ripercorre la storia del litorale valenciano, del commercio marittimo e della vita dei pescatori, esponendo in particolare reperti di archeologia marittima.

Il ruolo del grande evento per la città: effetti tangibili. – L'amministrazione cittadina di Valencia aveva redatto nel 1999 un piano strategico per consolidare la tendenza a realizzare progetti di grande rigenerazione urbana che si era affermata in città sin dall'inizio degli anni Ottanta. Il piano del 1999 prevedeva una serie di principi base per trasformare l'area portuale e realizzare un *waterfront* degno della terza città della Spagna. Era poi esplicitamente dichiarata l'intenzione di rendere più semplice l'accesso all'area portuale da punti diversi, prevedendo inoltre la creazione di spazi destinati ai parcheggi. Oltre a questi obiettivi, figurava anche un miglioramento dal punto di vista culturale, da realizzare attraverso nuove strutture e servizi utili a esaudire le esigenze della città in campo artistico, educativo, ludico e ricreativo, urbanizzando l'area intorno al porto con magazzini e nuovi edifici associati alla realizzazione di una grande passeggiata di circonvallazione attorno alla darsena, comprendente aree verdi, zone pedonali e piste ciclabili, ormai messa a punto e in piena attività. A quanto pare, allo stato attuale delle realizzazioni, questi obiettivi sembrano raggiunti.

L'effetto apportato dall'America's Cup sull'economia urbana è stato consistente. Per le competizioni finali dell'America's Cup, circa 2.000.000 di turisti hanno visitato Valencia. Per non mettere a dura prova il sistema viario e più in generale tutti i canali di trasporto della città, sono stati modificati alcuni punti del progetto iniziale con l'obiettivo di evitare la saturazione del traffico intorno al porto. Sono stati così edificati tre nuovi ponti: uno all'altezza dei quartieri Nazaret e Grao, uno sopra la linea ferroviaria e l'ultimo sulla Città delle Arti e delle Scienze, progettato da Santiago Calatrava anche per dare continuità al sottostante progetto simbolo della città (Ronda Agudo, 2005). Sono state poi costruite o ristrutturate altre infrastrutture ritenute necessarie ai fini di un comodo e piacevole svolgimento delle gare; il traffico è riuscito a defluire per tutta la durata delle competizioni senza eccessivi intoppi. È stata aumentata la lunghezza della pista principale dell'aeroporto e incrementata la capienza del *terminal* passeggeri, il porto è stato dotato di nuove installazioni per l'approdo di navi da crociera e sono stati accelerati i tempi previsti per la costruzione della fer-

(4) Gli *yachts* che hanno frequentato il Port America's Cup erano di proprietà sia degli sportivi delle squadre partecipanti, sia degli appassionati di regate giunti da tutto il mondo per assistere alla manifestazione.

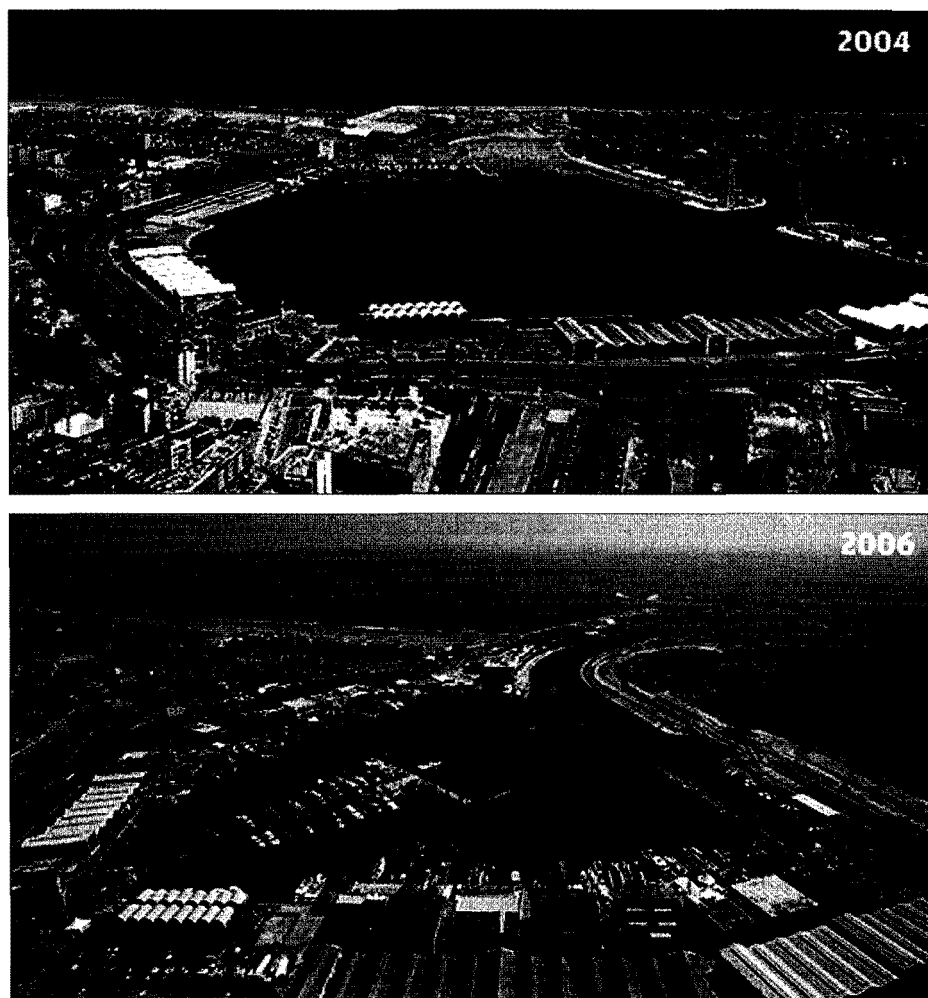


Fig. 3 – Confronto dello stato di avanzamento dei lavori di riqualificazione del porto valenciano tra il 2004 e il 2006

Fonte: www.valencia2007.com

rovia ad alta velocità (AVE). La città ha beneficiato della costruzione di nuove e migliori strutture alberghiere con la costruzione di più di 20 nuovi alberghi, di cui alcuni di lusso. Inoltre la precedente capacità di attracco per imbarcazioni da diporto è stata notevolmente aumentata passando da 2.500 imbarcazioni a 4.500 (Ronda Agudo, 2005).

La totalità dei numerosi progetti realizzati ai fini dell'America's Cup, così come infrastrutture portuali, aeroportuali, strade e ferrovie, andrà senza dubbio a generare una serie di movimenti economici esterni difficili da quantificare. È tuttavia da considerare che quasi duemila famiglie, con alto potere d'acquisto, hanno vissuto a Valencia per tre anni, mentre l'organizzazione, per i quattro anni dal 2003 al 2007, e le dodici squadre per tre anni, hanno richiesto investimenti e servizi nella città e nella comunità – un indotto difficile da sti-

mare, ma certamente consistente. A questo si deve aggiungere il flusso economico generato dai visitatori che sono confluiti in città dal 2004 e che sempre più numerosi l'hanno affollata almeno fino a tutto il 2007. Se non è ancora possibile esprimere in cifre questi dati, si può già ragionevolmente presupporre che i risultati confermeranno e supereranno le aspettative.

I frutti già tangibili che questo grande evento ha portato in città possono essere riscontrati in un più rapido processo di affezione dei cittadini, da sempre «di spalle» al mare, che ora frequentano e vivono il porto, prima deserto, in qualunque momento della giornata e in qualunque giorno dell'anno; il Paseo Marítimo è sempre vivo: ciclisti, bambini, giovani, turisti, cittadini in cerca di *relax* animano continuamente quest'area che fino a qualche anno fa era soltanto un'area di frontiera, uno spazio a sé stante, scollegato dalla città e anche abbastanza pericoloso. L'America's Cup ha fatto ottenere alla città un ingente finanziamento con il quale ha potuto realizzare un gran numero di infrastrutture. Il porto di Valencia ha assunto un aspetto elegante e assolutamente funzionale a qualsiasi categoria di utenti e ora mira a diventare un *terminal* di fondamentale importanza sul Mar Mediterraneo. Ma, soprattutto, la competizione ha costituito un'irripetibile opportunità per far conoscere la città di Valencia nel panorama internazionale nella sua realtà e soprattutto nelle sue potenzialità in quanto centro d'affari, di turismo e di nautica da diporto senza confronto nel Mediterraneo.

Osservazioni conclusive. – Manifestazioni di rilievo internazionale – quali le olimpiadi, i mondiali di calcio o le esposizioni universali – possono rappresentare una componente essenziale per favorire la realizzazione di molte trasformazioni urbane. Le città che le ospitano e organizzano vivono queste occasioni come eccezionali spinte per attuare operazioni di rinnovamento urbano, per canalizzare risorse finanziarie, tecniche e progettuali verso grandi opere e per rilanciare la propria immagine in un contesto più concorrenziale rispetto al passato. Analizzare il nesso tra manifestazioni di rilievo internazionale e trasformazioni territoriali significa individuarne gli aspetti salienti e interrogarsi sul modo in cui le città colgono l'opportunità costituita dai grandi eventi per rinnovare sé stesse e la propria immagine.

Gli aspetti di unicità, dinamicità e irripetibilità collegati a questo fenomeno esigono un'adeguata vetrina di esposizione ottenibile solo attraverso mezzi di comunicazione di massa coinvolti e organizzati dal potente – se ben utilizzato – strumento del *marketing* territoriale. Le città, nella speranza di essere abili a sfruttare al massimo le opportunità offerte, entrano in competizione dapprima per ottenere in sede l'evento e in seguito, con lo stesso mezzo, si preparano ad accogliere al meglio turisti e visitatori in modo da consolidare la propria immagine agli occhi degli *outsiders* e degli *insiders*.

Questi eventi, per produrre i molteplici effetti benefici di cui si è detto, devono tuttavia sempre essere inseriti in un contesto progettuale già ben delineato e i loro effetti devono essere supportati da un adeguato piano strategico che ne indirizzi gli esiti positivi oltre la manifestazione e ne determini il perdurare nel tempo. Durante il 2007, col passare dei mesi e l'approssimarsi della data d'inizio della competizione, a Valencia era sempre più difficile trovare un posto-letto. Per poterla visitare era necessario prenotare almeno un mese prima perché aerei e alberghi venivano assaltati dai turisti che vi si recavano attratti proprio dalla gara. Tuttavia la città, ospitando l'America's Cup, è entrata in un circuito di internazionalizzazione che la sta portando a richiamare con un effetto a catena molti altri eventi: è stata sede del «motomondiale», di fiere e congressi di ogni genere, sede di manifestazioni artistiche internazionali che, sovrapposte all'America's Cup, addirittura hanno finito per congestionare la città.

Un notevole risultato, dunque, in termini di indotto turistico; ma la domanda è: cosa resterà dopo? Alla conclusione dell'evento, i nuovi complessi alberghieri, i collegamenti viari più efficienti, un aeroporto più grande e con maggiori collegamenti internazionali, l'architettura spettacolare fanno ben sperare. I dati più recenti sull'*incoming* legato alla Coppa America e le informazioni che cominciano a diffondersi circa la sede della prossima gara, vinta ancora una volta da Alinghi – e dunque è nuovamente di Bertarelli la scelta della sede – stanno avvalorando le ipotesi che sono state formulate in questo contributo. La città evidentemente ha saputo mettere in azione le risorse territoriali come si è visto per Barcellona (Miani, 2004); l'effetto positivo scatenato dal grande evento sembra essere destinato a permanere sul territorio perché i valenciani evidentemente hanno sfruttato al meglio l'occasione mettendo in valore, in un rapporto sinergico, le risorse territoriali.

Risale alla fine del settembre 2007 la notizia che l'organizzatore della 32ª America's Cup, AC Management, ha distribuito ⁽⁵⁾, ai *teams* che hanno partecipato all'evento, il 90% di 66,5 milioni di euro che rappresentano i profitti generati nella gestione della Coppa negli ultimi quattro anni. La creazione di una struttura unica che ha gestito sia le selezioni degli sfidanti sia le regate dell'America's Cup, insieme con lo sviluppo di una strategia di *marketing* professionale, hanno consentito agli organizzatori della 32ª America's Cup di realizzare un profitto finale netto da suddividere tra tutti i partecipanti. Questi 66,5 milioni di euro di utile costituiscono la rimanenza di un giro di affari complessivo di 240 milioni di euro, realizzati per la maggior parte con il contributo della città e con le sponsorizzazioni quadriennali, ma anche attraverso la vendita dei diritti televisivi, le concessioni e gli ormezzi che si affacciano sul Port America's Cup.

A giudicare dai commenti, ovunque reperibili, in merito alla gestione di questa edizione dell'America's Cup, sono stati prodotti utili e indotti in tutti i settori correlati alla manifestazione (dal settore turistico a quello urbanistico), e questa edizione sarà ricordata come la migliore di sempre per i suoi quattro miliardi di spettatori televisivi complessivi. A oggi, riguardo allo svolgimento della prossima edizione, non esistono ancora certezze, ma l'ipotesi di una replica a Valencia sembra divenire sempre più probabile. Nel frattempo, per non perdere tempo, intorno al porto di Valencia, luogo ormai di intrattenimento, sport e nuove opportunità lavorative, il 24 agosto 2008 è stata disputata la gara automobilistica del Gran Premio d'Europa, per la prima volta corsa a Valencia su un inedito circuito cittadino.

A quanto pare, a quasi un anno dalla conclusione della regata, il fermento che ha coinvolto Valencia in un febbrile rinnovamento non è assolutamente concluso, tutt'altro: si rigenera e pare rinvigorirsi e prendere nuova forza da ogni risultato ottenuto.

(5) La distribuzione degli utili è avvenuta secondo i seguenti parametri: 10% ad ACM, 45% alla squadra detentrici (*defender*), 45% agli sfidanti (*challengers*), come indicato già nel 2003 nel protocollo della 32ª edizione. Di conseguenza, il migliore dei *challengers* (Emirates Team New Zealand) riceverà più di 9 milioni di euro. L'importo minimo per i *teams* che non si sono qualificati per le semifinali è comunque superiore al milione di euro. Nonostante che la data di pagamento prevista sul protocollo fosse marzo 2008, ACM ha accelerato la conclusione delle procedure amministrative, per consentire a tutte le squadre di ottenere un vantaggio immediato nella preparazione della prossima campagna. L'ipotesi ventilata a pochi mesi dalla conclusione dell'evento è stata svolgere la 33ª America's Cup di nuovo a Valencia e con un anticipo di due anni rispetto ai quattro convenzionali, quindi nel 2009.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AYMARD M., *Spazi*, in BRAUDEL (1994), pp. 123-144.
- BENEVOLO F., *Venezia città portuale*, Venezia, Fondazione Venezia 2000 - Cultura e impresa, 1999.
- BIGNÉ ALCANIZ E., X. FONT AULET e L. ANDREU SIMÓ, *Marketing de destinos turísticos*, Madrid, Esic, 2000.
- BOHIGAS O., *Ricostruire Barcellona*, Milano, Etas, 2002.
- BOIRA J.V. e A. SERRA, *El Grau de València. La construcció d'un espai urbà*, Valencia, Generalitat Valenciana, Institució Valenciana d'Estudis i Investigacions, 1994.
- BOIRA J.V. e A. SERRA (a cura di), *El puerto de Valencia y su entorno urbano. El Grau y el Cabanyal-Canyamelar en la historia*, Valencia, Ayuntamiento de Valencia, 1997.
- BRAUDEL F., *Il Mediterraneo. Lo spazio, la storia, gli uomini, le tradizioni*, Milano, Bompiani, 1994.
- CARTA M., *Next City: Culture City*, Roma, Meltemi, 2004.
- COSTA P. e M. TONIOLO (a cura di), *Città metropolitane e sviluppo regionale*, Milano, F. Angeli, 1992.
- FURIÓ A., *Història del País Valencià*, Valencia, Eliseu Climent Editor, 2001.
- HARVEY D., *L'esperienza urbana*, Milano, Il Saggiatore, 1993.
- HOYLE B.S., D.A. PINDER e M.S. HUSAIN, *Aree portuali e trasformazioni urbane. Le dimensioni internazionali della ristrutturazione del waterfront*, Milano, Mursia, 1994.
- MATVEJEVIĆ P., *Mediterraneo. Un nuovo breviario*, Milano, Garzanti, 1991.
- MIANI F., *La dimensione urbana per l'integrazione mediterraneo-europea*, in «Geotema», Bologna, 1998, 12, pp. 68-73.
- MIANI F., *Politiche di riqualificazione urbana: nuove tendenze e spunti di riflessione*, in U. LEONE (a cura di), *Aree dismesse e verde urbano. Nuovi paesaggi in Italia*, Bologna, Pàtron, 2003, pp. 27-69.
- MIANI F., *Globalizzazione metropolitana*, Parma, Azzali, 2004.
- MIANI F., *Oltre il museo: Bilbao, rigenerazione urbana di una città periferica*, in U. LEONE (a cura di), *Aree dismesse e verde urbano. Nuovi paesaggi in Italia*, Vol. II, Bologna, Pàtron, 2005, pp. 63-109.
- MUSCARÀ L., *Mediterraneo ed Europa: identità culturali e chiusure territoriali*, in «Geotema», Bologna, 1998, 12, pp. 74-80.
- PORTAS N., *Reflections on Recent Waterfront Transformations*, in «The Maturity of Waterfront», Venezia, 1999, 3-4, pp. 27-34.
- RIBEIRO O., *Il Mediterraneo. Ambiente e tradizione*, Milano, Mursia, 1972.
- RONDA AGUDO J., *La XXXII America's Cup, la ciudad de Valencia y su puerto*, in «Portus», Venezia, aprile 2005, 9, pp. 66-72.
- SALVAT J., *Intervenciones en la ciudad histórica: la experiencia RIVA, work in progress*, Valencia, 2005.
- SOCIETÀ GEOGRAFICA ITALIANA, *Rapporto annuale 2005. L'Italia nel Mediterraneo*, Roma, SGI, 2005.
- TORREÑO M., *Arquitectura y urbanismo en Valencia*, Valencia, Carena Editors, 2005.

VALLEGA A., *Città marittime in trasformazione*, in E. MAZZETTI (a cura di), *Megalopoli/Ecumenopoli. La città come destino o come sfida. Dalla Megalopoli di Filone all'Ecumenopoli di Gottmann*, in «Quaderni della Facoltà di Scienze Politiche», Napoli, 1996, 43, pp. 249-270.

VALLEGA A., *Geografia culturale: luoghi, spazi, simboli*, Torino, UTET, 2003.

www.americascup.com

www.comunidad-valenciana.org/documentacion/estudios/encuesta1997.htm

www.valencialitoral.com

www.valencia2007.com

A BIG EVENT'S ROLE IN THE RENEWAL OF THE URBAN SUBURBS. VALENCIA'S CASE. – The 26 November 2003 Valencia was designated America's Cup house. Thanks to its winds that blow the whole year and thanks to an upgrading project of the port area, starting in 1997, in which it has been very easy inserting some work's planes, indispensable to the event. A 500 million euros funding has been made available to the city in order to build the necessary infrastructures, services and the racing regata field, to accommodate a sporting event of an international resonance. A great development of the port area has been obtained together with a good economic growing. The event has helped Valencia's people to live the port's area, to work for its infrastructures, to use the relax area in which a lot of amusing activities take place. Now the big occasion of the America's Cup in Valencia seems to have obtained the desired effects.

Università di Parma, Dipartimento di Economia

valealbanese@libero.it