



# *TURISMO e Psicologia*

Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

## **TURISMO E GRANDI EVENTI: IL CASO DEI GIOCHI OLIMPICI DI PARIGI 2024**

*Erika Fasan*  
Università degli Studi di Padova

**Contatto dell'autore**  
[erika.fasan@unipd.it](mailto:erika.fasan@unipd.it)



---

**PADOVA UNIVERSITY PRESS**

## **TURISMO E GRANDI EVENTI: IL CASO DEI GIOCHI OLIMPICI DI PARIGI 2024**

### **RIASSUNTO:**

I grandi eventi, come i recenti giochi olimpici di Parigi 2024, pur avendo una durata limitata nel tempo, influiscono significativamente nei luoghi che li ospitano e nella loro fruizione da parte dei turisti. Costituendo talvolta un vettore di crescita, ma altre volte l'occasione per una crescita non sostenibile o non rispettosa dei luoghi. Le Olimpiadi di Parigi costituiscono un unicum nella storia dei giochi olimpici e un significativo esempio di "giochi nella città", con le competizioni tenutesi in luoghi iconici della capitale francese: una novità che cambia la natura delle gare stesse ma anche le scelte degli spettatori che vi assistono e dei visitatori che raggiungono la città durante un evento globale come quello olimpico.

*Parole chiave:* Turismo e grandi eventi, Grandi eventi, Turismo e sport, Turismo ed eventi sportivi, Olimpiadi, Olimpiadi Parigi 2024, Giochi olimpici Parigi 2024

## **TOURISM AND MAJOR EVENTS: THE CASE OF THE PARIS 2024 OLYMPIC GAMES**

### **ABSTRACT:**

Major events, such as the recent Paris 2024 Olympic Games, while having a limited duration in time, significantly affect the places that host them and their enjoyment by tourists. Constituting at times a vector for growth, but at other times an opportunity for growth that is not sustainable or respectful of places. The Paris Olympics constitute a unicum in the history of the Olympic Games and a significant example of "games in the city," with the competitions held in iconic venues in the French capital—a novelty that changes the nature of the competitions themselves but also the choices of the spectators who attend them and the visitors who come to the city during a global event like the Olympics.

*Keywords:* Tourism and major events, Major events, Tourism and sports, Tourism and sports events, Olympics, Olympics Paris 2024, Olympic Games Paris 2024

## Introduzione

I recenti Giochi Olimpici di Parigi 2024 possono essere l'occasione per qualche riflessione sul rapporto tra grandi eventi e luoghi (città o spazi naturali che siano) che li ospitano e, di conseguenza, sulla fruizione turistica di questi luoghi durante gli eventi stessi e nei mesi (o anni) immediatamente precedenti e successivi.

All'interno delle diverse tipologie di turismo rintracciabili in letteratura, infatti, «i grandi eventi costituiscono una tipologia peculiare di turismo in quanto prevedono l'attrazione di flussi di persone in un luogo temporaneamente allestito come destinazione turistica. Quello che le persone potranno vedere sarà disponibile solo per quel limitato periodo di tempo e, proprio per questa loro caratteristica, convogliano flussi elevati di persone. Ogni evento ha una sua storia irripetibile che lo rende unico» (Maeran, Maiorano 2016: 78).

### 1. Come gli eventi cambiano gli spazi che li ospitano: tra squilibri ed esempi virtuosi

I grandi eventi impattano sulla fruizione turistica dei luoghi, ma prima ancora impattano sui luoghi stessi e sulla vita di chi li abita. Diventando, talvolta, vettore di sviluppo, ma trasformandosi spesso in controverse occasioni di crescita non sostenibile o quantomeno non rispettosa dell'identità delle diverse realtà.

Significativo, in tal senso, il concetto di “capacità di carico” che l'Organizzazione Mondiale del Turismo definisce come «il massimo numero di persone che possono visitare una destinazione turistica, nello stesso periodo, senza causare una distruzione dell'ambiente fisico, economico e socioculturale e un'inaccettabile riduzione della qualità dell'esperienza del visitatore» (Coccosis & Mexa 2004: 38). Un concetto che, evidentemente, si declina in maniera diversa a seconda del contesto considerato (si pensi alla diversità di fruizione di una riserva naturale rispetto a quella di un'area urbanizzata, ma si pensi anche alla diversità del concetto stesso di fruizione in periodi di normalità rispetto a quelli, ad esempio, dell'immediato post pandemia), ma che si può scomporre in tre componenti fondamentali.

La capacità di carico fisico-ecologica riguarda la disponibilità delle risorse naturali presenti nella destinazione in relazione alla fruizione antropica e fa riferimento alla capacità dei sistemi naturali di assorbire un certo impatto senza causare la perdita delle proprie caratteristiche essenziali.

La capacità di carico socioculturale riguarda i livelli di tolleranza della popolazione locale (si veda ad esempio il modello di Doxey del 1976 che indaga, tra gli altri, l'indice di irritazione dei residenti e la loro percezione sull'effettiva utilità del turismo) e la qualità dell'esperienza dei visitatori dell'area.

La capacità di carico politico-economica, infine, si riferisce all'impatto del turismo sulle strutture economiche locali, inclusa la competizione con altri settori salienti (interessante in questo caso il modello di Butler del 1980 che indaga il turismo rifacendosi alle teorie economiche sul ciclo di vita dei prodotti). Illuminante in tal senso il caso delle Olimpiadi greche del 2004, da più parti considerate l'inizio del default da cui il paese non si è ancora sollevato: «molti ateniesi le chiamano le moderne rovine greche, intendendo gli stadi, i villaggi atletici e le aree attrezzate per i cento sport particolari delle competizioni come kayak, pallavolo, tiro con l'arco e altre simili amenità che oggi sono chiusi al pubblico da cancelli con catene arrugginite in un mare di erbacce a futura memoria degli sprechi delle Olimpiadi greche. Nell'agosto 2004 la Grecia organizzò le sue Olimpiadi tra enormi entusiasmi nazionalisti e previsioni economiche di fare incassi stratosferici e mettere in cantiere infrastrutture che l'avrebbero portata nell'era della modernità. Un paese che guardava al futuro e scommetteva sulla sua rinascita. È andata in modo molto diverso: la lezione greca insegna a prendere gli impegni simili con molta cautela. Il budget di 15 miliardi di euro per finanziare le Olimpiadi greche, poi sfiorato, furono l'inizio della fine per i conti di Atene, un buco contabile da cui il paese non si risollevò più»<sup>1</sup>. Significativo è anche il modello di Ap (1992) che, ricorrendo alla teoria sociale dello scambio, afferma che: «L'interazione è considerata un processo in cui gli attori sociali si scambiano risorse, che possono essere di natura materiale, sociale o psicologica. Lo scambio non è paritario, pertanto si crea sempre

---

<sup>1</sup> «Le Olimpiadi in Grecia del 2004 furono l'inizio del default», Vittorio Rodi, *Il Sole 24 Ore*, 14 febbraio 2012. TURISMO E PSICOLOGIA, 17 (2), 2024

una certa a-simmetria» (Maeran 2004: 109).

Limitatamente al caso italiano si possono citare, tra gli innumerevoli esempi disponibili di eventi e forme turistiche che hanno suscitato un acceso dibattito sulla – reale o presunta – asimmetria tra manifestazione e luogo deputato ad accoglierla, il concerto dei Pink Floyd a Venezia nel 1989 e il Jova Beach Party (il tour che Lorenzo Jovanotti per anni ha portato in location non convenzionali come spiagge, montagne e aree protette, considerato da più parti troppo impattante per l'ecosistema e la biodiversità). Ma anche *Floating Piers* (la passerella installata dall'artista Christo sul lago d'Iseo nell'estate del 2016 che per un paio di mesi ha attratto a Sulzano, Monte Isola e sull'isoletta di San Paolo un numero decisamente non sostenibile di visitatori. Fenomeni, questi, che non solo suscitano qualche interrogativo in materia di ecosostenibilità, ma anche di fruizione turistica in senso lato in quanto impostati a una modalità “mordi e fuggi” che poco spazio lascia alla conoscenza del luogo al di fuori dell'evento in calendario.

Parte delle modifiche previste a livello urbano dai grandi eventi può essere ricondotta un processo di gentrificazione, ovvero a un processo di rigenerazione di un quartiere urbano associato all'arrivo di gruppi sociali ad alto reddito, alla realizzazione, appunto, di qualche evento di particolare rilievo o – semplicemente – a una crescente domanda turistica. Un processo spesso controverso che, da un lato, porta con sé il miglioramento delle condizioni degli edifici e delle aree urbane, dall'altro tende ad allontanare i gruppi a reddito più basso che lo abitavano precedentemente. Emblematico è il caso di Barcellona dove le trasformazioni in vista proprio delle Olimpiadi del 1992 hanno portato a trasformazioni radicali nel tessuto urbano, ma anche a casi virtuosi di recupero del patrimonio architettonico e industriale da parte della cittadinanza e di incontro tra le esigenze di espansione urbana e quelle di salvaguardia e riqualificazione culturale, prima ancora che edilizia.

## 2. Il caso Parigi 2024

A fare dei Giochi della 33° Olimpiade dell'Era Moderna (tenutisi a Parigi dal 26 luglio all'11 agosto 2024) un unicum all'interno non solo della storia dei Giochi Olimpici, ma anche dei grandi eventi e della fruizione turistica che – a vario titolo – vi è riconducibile, concorrono numerosi elementi.

La scelta di una Olimpiade nella città nel senso letterale del termine, in primis. Privilegiando, laddove possibile, spazi urbani già esistenti e minimamente modificati in funzione dell'evento sportivo, anziché stadi e strutture sportive costruiti ad hoc e spesso destinati a diventare autentiche “cattedrali nel deserto”.

Esemplificativi della tendenza a costruire ex novo in vista di un grande evento sportivo, invece, possono essere considerati i Mondiali di Calcio tenutisi in Qatar nel 2022, che hanno visto la costruzione di sei stadi e della linea metropolitana di Doha con un investimento complessivo di 220 miliardi di dollari statunitensi (superiore al PIL complessivo annuo del Paese). Ma significative sono anche le polemiche sulla sostenibilità di alcune azioni in vista dei Giochi Olimpici Invernali Milano Cortina 2026: tra queste l'abbattimento di una foresta di larici centenari per costruire una pista da bob, sulla cui utilità post Olimpiadi già emergono da più parti forti perplessità. Il tutto in aperta inosservanza della volontà del CIO (Comitato Olimpico Internazionale), che da sempre richiede di utilizzare per i Giochi impianti esistenti e già funzionanti.

Un'Olimpiade nella città, invece, quella di Parigi 2024: non un evento avulso dal contesto che lo ospita, dunque, ma un grande evento che, fin dall'assegnazione nel 2017, dalla città si era proposto di trarre linfa e ispirazione. Ed è suggestivo che il simbolo della città, la Tour Eiffel (sufficiente da sola a declinare la teoria del *sight seeing* di Burgelin, 1967, secondo la quale i turisti vanno non verso le cose, ma verso le loro immagini), fosse stata costruita in occasione di un altro grande l'evento, l'Esposizione Universale del 1889.

I grandi eventi, dunque, cambiano le città, la loro quotidianità e i loro riti: basti pensare che, per la prima volta nella storia della “*Grande Boucle*”, il Tour de France 2024 non si è chiuso con la tradizionale

passerella sugli Champs Elysées e, anzi, non è nemmeno passato per Parigi per non interferire con i preparativi delle Olimpiadi. Ma, nel caso di Parigi 2024, sono state anche le caratteristiche intrinseche della città a cambiare la regia dei giochi.

A partire dalla cerimonia d'apertura, meritevole o colpevole a seconda delle interpretazioni, di aver infranto ogni tradizione, anche la più sacra, con la sfilata degli atleti non all'interno di uno stadio, ma su 85 battelli lungo la Senna e poi a terra fino al gran finale di fronte alla Tour Eiffel. Una cerimonia bersaglio di critiche forse non preventivabili prima dell'inizio dei Giochi, ma che ha offerto, assieme a scorci assolutamente instagrammabili (sempre alla luce della teoria di Burgelin) della *Ville Lumière*, una novità assoluta nella tradizione delle cerimonie inaugurali: la totale spettacolarizzazione dell'evento e una fruizione a uso e consumo degli spettatori televisivi più che di quelli in presenza lungo le rive della Senna o nelle tribune riservate all'autorità. La rappresentazione dell'evento che diventa l'evento stesso e ne cambia natura e linguaggi, a voler scomodare Marshall McLuhan e il suo «il medium è il messaggio» (1967). E se già nel 2006 Horne e Manzenreiter evidenziano come l'accrescimento del progresso tecnologico abbia «portato i grandi eventi ad assumere sempre più un carattere globale», il collegamento satellitare con una piccola compagine di atleti da Tahiti, il territorio francese d'oltremare in Polinesia in cui si sono svolte le gare di surf (con conseguente record per la competizione più lontana organizzata al di fuori dalla città ospitante), suggerisce riflessioni non solo di natura socio-politica, ma anche sulla natura stessa di “evento globale”.

E ancora, il braciere olimpico a forma di mongolfiera acceso nei Giardini delle Tuileries davanti al Louvre che ogni sera si librava in volo a 60 metri di altezza diventando parte integrante della città e della sua riproducibilità da parte di abitanti e turisti. E come già per la Tour Eiffel, inizialmente destinata a essere smantellata dopo 20 anni dall'Esposizione Universale del 1889, anche per l'opera del designer Mathieu Lehanneur si è accennato alla possibilità di renderlo oggetto permanente del profilo urbano.

Oppure ancora le gare di nuoto di fondo e di triathlon disputatesi nelle acque della Senna: al di là della iconicità e della scenograficità della location, il fatto che a poche ore dall'inizio di ogni gara si sia discusso sulla salubrità o meno del fiume e sull'opportunità o meno di far scendere in acqua gli atleti pone non pochi interrogativi in termini di sostenibilità, anche e soprattutto post evento.

### **3. Domanda e offerta: il comportamento turistico in occasione di Parigi 2024**

Quelli appena elencati, sia pure per sommi capi e senza alcuna pretesa di esaustività, gli aspetti che hanno reso i Giochi di Parigi 2024 un unicum nella storia delle competizioni olimpiche. Può essere interessante però indagare l'evento, oltre che nelle sue peculiarità intrinseche, anche nelle modalità in cui ha modificato la fruizione turistica della città e il comportamento turistico di chi ha scelto di visitarla ad agosto 2024.

Vale la pena sottolineare, forse, che i Giochi hanno avuto quest'anno una sede ospitante già destinazione turistica per eccellenza e che, come da tradizione, si sono svolti nella prima metà di agosto, a sua volta il periodo di fruizione turistica per eccellenza. Nonostante le scelte dei viaggiatori siano più diluite rispetto al passato (si pensi al concetto, ormai desueto, della villeggiatura di agosto) è indubbio, infatti, che il periodo a ridosso di Ferragosto mantenga la sua aura di periodo di vacanze per antonomasia. Che il calendario olimpico a sua volta fa suo, con una programmazione a settimane fisse in linea con altre competizioni sportive, come i Campionati Europei e Mondiali di calcio, tradizionalmente tra giugno e luglio. Con alcune eccezioni, tra cui i già citati Mondiali 2022 in Qatar, svoltisi tra novembre e dicembre (e dunque nel periodo autunnale-invernale per l'emisfero boreale) a causa delle temperature e dei tassi di umidità proibitivi in altri mesi dell'anno (si ricordino, a tal proposito, gli stadi dotati di aria condizionata, con tutto quello che ne consegue in termini di sostenibilità energetica). Sarebbe interessante, a tal proposito, qualche riflessione sulla percezione e sulla fruizione (anche televisiva) degli eventi che, per collocazione temporale, si svolgono al di fuori

delle consuete cornici.

Il tradizionale calendario olimpico di Parigi 2024, invece, ha consentito agli spettatori, e ai turisti in generale, di vivere un evento (le Olimpiadi) all'interno di un altro evento (la vacanza), o viceversa. Con il verificarsi di entrambe le alternative: chi è partito per seguire le gare e ne ha approfittato per visitare la città e chi è partito per una vacanza tradizionale in una capitale europea e si è trovato immerso in un evento globale, come quello olimpico.

E poiché il «comportamento turistico rientra a pieno titolo nell'ambito più ampio del comportamento di consumo» (Maeran, Fontana, Ricagni: 2011) a entrambe le tipologie di motivazione si possono applicare le leggi della domanda e dell'offerta e le riflessioni che da sempre accompagnano la fruizione turistica. In particolare, quelle secondo cui «il baricentro della convivenza si sposta verso la regione dei consumi: le merci e le situazioni d'acquisto accentuano i loro contenuti simbolici. Esse assumono quei valori espressivi che servono a connotare, verso gli altri, la personalità dei singoli utenti: si caricano di significati aggiunti ai semplici valori d'uso; si distinguono l'una dall'altra soprattutto per le sfumature d'immagine che le fanno apparire simboli di status, strumenti di uniformità e di distinzioni» (Maeran, Fontana, Ricagni 2011: 7).

Le indagini condotte nell'estate 2024 circa i trend della domanda e dell'offerta riferiscono dati non univoci, e forse meritevoli di ulteriori approfondimenti e comparazioni con altri eventi simili o con le annate immediatamente precedenti e successive.

Il comportamento dell'offerta, quantomeno di quella alberghiera, sembra voler cavalcare il principio di scarsità teorizzato da Robert Cialdini, secondo cui le opportunità sembrano più preziose quanto più la loro disponibilità è percepita come limitata. Potrebbe spiegarsi in questo modo l'iniziale apertura di un numero limitato, rispetto agli anni precedenti, di posti letto prenotabili, unita a un generale rincaro dei costi degli alloggi, ma anche dei trasporti pubblici e della tassa di soggiorno (praticamente triplicati rispetto al 2023). Ed è qui che il meccanismo combinato di principio di scarsità e acquisto turistico come simbolo di status sembra incepparsi, con gli hotel che a poche settimane dall'inizio dell'evento registrano tassi di prenotazioni significativamente inferiori agli stessi periodi degli anni precedenti. Le ragioni psicologiche di questa flessione, però, potrebbero non limitarsi a più o meno felici politiche di prezzo, ma essere legate anche alle indicazioni circa la presenza di cantieri in città e di modifiche alle linee di trasporto pubblico, o in generale a una presunta difficoltà ad affrontare da turisti, più o meno competenti, una città alle prese con un evento globale.

Dati non univoci, si diceva, in quanto una analoga indagine<sup>2</sup> condotta sugli affitti brevi (tramite piattaforme come Booking.com e Airbnb o prenotazioni dirette) rileva una domanda alta per tutto il periodo olimpico (con arrivi concentrati nelle date di mercoledì 24 luglio, due giorni prima dell'inizio dei Giochi Olimpici, e venerdì 26 luglio, il giorno della cerimonia di apertura) e una durata media del soggiorno più lunga (il 13% delle prenotazioni riguarda soggiorni di almeno 8 notti, rispetto al 2% del 2023, con una media di 5,28 giorni rispetto ai 2,35 giorni per le stesse date nel 2023) nonostante i prezzi medi per notte che registrano un incremento del 400% (da 141€ nel 2023 a 706€ nel 2024). In questo secondo scenario, dunque, le Olimpiadi fungerebbero, oltre che da fattore di attrazione (per richiamare la distinzione tra i fattori push e pull proposta da Crompton, 1979) anche da plus a un tradizionale *city break*, tale da giustificare e rendere accettabili incrementi pure notevoli in termini di costi.

#### **4. La fruizione turistica di Parigi durante i Giochi Olimpici 2024**

Chi scrive si è recato a Parigi durante la seconda settimana delle competizioni olimpiche e le righe che seguono risentono dunque più dell'esperienza personale che di valutazioni scientifiche. Procedono dunque, per utilizzare le classificazioni della filosofia del linguaggio, per linguaggio

<sup>2</sup> <https://www.lodgify.com/blog/it/report-olimpiadi-parigi/#:~:text=I%20prezzi%20medi%20per%20notte,le%20stesse%20date%20nel%202023.>

ordinario e non per linguaggio scientifico.

Si è trattato di un viaggio che, coinvolgendo anche due bambine, ha richiesto un minimo di programmazione: la prenotazione dell'alloggio, del Louvre, della Tour Eiffel (forse in virtù del già citato principio di scarsità di Cialdini o forse per la necessità da parte degli organizzatori di gestire in modo flessibile le disponibilità, gli slot dei giorni sono stati rilasciati in quantità omeopatiche e hanno richiesto un monitoraggio costante del sito ufficiale), dei due Parchi di Disneyland Paris e della crociera sul Bateau Mouche.

Per il resto si è trattato di un viaggio ispirato alla tipologia di viaggiatore del *flâneur*, l'uomo che vaga oziosamente per le vie cittadine, senza fretta, sperimentando e provando emozioni nell'osservare il paesaggio celebrato da Baudelaire e Benjamin e a cui Federico Castigliano ha dedicato nel 2017 *Flâneur: L'arte di vagabondare per Parigi*. Tipologia, questa, che va ad aggiungersi alle tradizionali tipologie di viaggiatori individuate da Cohen (1979) – *vacationer* (l'abitudinario), *sightseer* (il cacciatore di immagini) e *drifter* (il vagabondo, il nomade che ricerca nel viaggio l'avventura e l'esperienza estrema). La decisione tardiva di scegliere Parigi come meta delle vacanze della famiglia ha reso impossibile prenotare dei posti per assistere alle gare, ma si è trattato di un viaggio che ha comunque beneficiato dell'evento olimpico con tutte le ricadute cui si è accennato nelle righe precedenti.

Lo svolgimento delle gare in città, in primo luogo, con la possibilità – ad esempio – di sbirciare le gare di beach volley in programma al Campo di Marte temporaneamente trasformato in Stadio Tour Eiffel o di ammirare la torre stessa con i suggestivi cinque cerchi olimpici installati per l'occasione (e successivamente rimossi).

La compresenza in città, in secondo luogo, di tipologie diverse di turisti: quelli “tradizionali”, riconoscibili nella loro caccia alle immagini di burgeliniana ispirazione, e quelli mossi da interessi anche sportivi. Alla scoperta della città secondo ritmi diversi, scanditi più dal ritmo delle gare che non da eventuali ingressi a musei e attrazioni e dalla ricerca, più o meno consapevole, di occasioni di contatto con altri sportivi (atleti o spettatori che fossero) con la conseguente realizzazione di una sorta di *koïnè*, significativa nella sua temporaneità, non messa in preventivo prima della partenza.

E ancora, le modifiche all'accessibilità dei luoghi e alla viabilità che non sono state solo causa di disagio (come fermate della metro e uscite autostradali chiuse o l'impossibilità di accedere senza un biglietto per le gare a Place de la Concorde, trasformata in parco per gli sport urbani), ma anche di opportunità, come quelle di attraversare una Place Vendôme vuota subito dopo il passaggio della maratona e passeggiare lungo i quai della Senna chiusi al traffico automobilistico).

Passando per gli eventi collaterali (come le feste serali sui battelli lungo la Senna, la mostra temporanea “*L'olimpismo, un'invenzione moderna, un'eredità antica*” al Louvre e la riapertura, nello stesso museo, dello Studio, lo spazio in cui i bambini possono giocare ma anche simulare i 100 mt di corsa su una pista ricreata ad hoc), il merchandising e la disseminazione di loghi e richiami all'evento ovunque, anche in località non direttamente toccate dalle competizioni. Quasi a testimonianza di un evento francese e non solo parigino (ed effettivamente le gare di vela si sono tenute a Marsiglia, quelle di surf, come già anticipato, addirittura a Tahiti).

Ovunque, tranne che nei parchi di Disneyland Paris che hanno mantenuto il loro clima sospeso di festa perenne fuori dal tempo senza alcun riferimento, nemmeno a livello di cartellonistica, ai giochi in corso. Confermandosi come il “non luogo” per eccellenza raccontato da Marc Augé (1999) nella sua indagine etnologica su parte del turismo contemporaneo: «Era senza dubbio questo il primo piacere di Disneyland: ci si offriva uno spettacolo in tutto e per tutto simile a quello che ci era stato annunciato. Nessuna sorpresa: era come al Museo di arte moderna di New York, dove non ci si stanca di constatare fino a che punto gli originali assomigliano alle copie. Qui, senza dubbio (ci riflettei in seguito), si trovava la chiave di un mistero che mi colpì immediatamente: perché c'erano tante famiglie americane che visitavano il parco, quando evidentemente avevano già visitato quelli simili di Oltreatlantico? Ebbene, per l'appunto, esse vi ritrovavano quel che conoscevano già. Gustavano i piaceri della verifica, le gioie del riconoscimento, un po' come quei turisti troppo audaci che, perduti in capo a un mondo esotico il cui colore locale non tarda a stancarli, si ritrovano e si riconoscono

solo nell'anonimato scintillante di un supermercato identico a quello cui sono abituati».

Il culmine di questa identificazione tra Parigi e i suoi Giochi Olimpici? Probabilmente la “Maratona per tutti”, disputatasi la sera del giorno dedicato alle maratone dei professionisti: per la prima volta nella storia dei Giochi Olimpici (e Paralimpici) due eventi di corsa aperti al pubblico amatoriale. Una maratona e una 10 km sullo stesso tracciato in cui solo poche ore prima avevano corso gli atleti professionisti, lungo un percorso iconico che ha costeggiato, tra gli altri, il Louvre e i Giardini delle Tuileries con la Tour Eiffel illuminata sempre sullo sfondo. Una grande festa di pubblico, con frequenti interazioni tra spettatori e corridori e dall’alta resa fotografica (numerosi i casi di corridori che interrompevano la corsa per auto-immortalarsi).

Meritevoli di nota anche le modalità con cui sono stati assegnati gli oltre 20.000 pettorali disponibili per la “Maratona per Tutti”: attraverso una app, (*Marathon pour Tous* appunto) che permetteva di partecipare a sfide sportive selettive, da soli o in squadra, e di raccogliere punti collegandosi durante i propri allenamenti (di corsa o in bicicletta) oppure attraverso un account Instagram dedicato. Segnaliamo anche la “*Connected Marathon pour Tous*” fortemente voluta dal Comitato Organizzatore di Parigi 2024, ovvero la possibilità – sempre grazie a una app – di essere protagonisti della corsa in tempo reale, immergendosi in una Parigi virtuale durante il proprio allenamento all’aperto o sul tapis roulant. Esempi significativi che illustrano le modalità sempre più raffinate di interazione reale-virtuale che caratterizzano la moderna fruizione turistica, e non solo: all’interno delle piattaforme gli utenti svolgono un ruolo attivo e propositivo e si trasformano nel prosumer, al contempo produttore e consumatore, teorizzato da Toffler nel 1980.

Quanto al dopo Olimpiadi, la sensazione – sempre sulla base dell’esperienza personale – è che sia iniziato immediatamente dopo lo spegnimento del braciere olimpico alle Tuileries e l’inizio della cerimonia di chiusura allo Stade de France, questa sì nella linea della tradizione, con tutti gli atleti riuniti in un unico impianto sportivo. E mentre sugli schermi dello stadio e degli spettatori collegati in mondovisione comparivano le immagini di Venice Beach-Los Angeles, città designata a ospitare i Giochi Olimpici 2028, e si iniziava a percepire la distanza abissale con lo spettacolo sportivo, sociale e culturale appena concluso, Parigi è sembrata archiviare le Olimpiadi che ne avevano così connotato il volto nei mesi, forse anni, precedenti e tornare alla dimensione di meta turistica, sia pur nella propria eccezionalità, tradizionale.

## BIBLIOGRAFIA

- Augé, M. (1999). *Disneyland e altri non luoghi*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Burgelin, O. (1967). Le turisme jugé. *Vacance et tourisme*, 10.
- Cialdini R. (1984). *Le armi della persuasione*. Milano: Giunti
- Coccosis, H. & Mexa, A. (2004). *The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment: Theory and Practice*. Aldershot: Ashgate Publishing.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424
- Doxey, G.V. (1975). A Causation Theory of Visitor-Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. *Proceedings of the 6th Annual Conference of the Travel Research Association*, 195-198.
- Horne J., Manzenreiter W. (2006), An Introduction to the Sociology of Sports Mega-Events. *The Sociological Review*, 54.
- Romano, D. (1988). *Immagine, marketing e comunicazione*. Bologna: Il Mulino
- Maeran, R. (2004). *Psicologia e turismo*. Roma-Bari: Editori Laterza

- Maeran R., Fontana M., Ricagni M. (2011). Comportamento di consumo e comportamento turistico. *Turismo e Psicologia*, 1, 366-372.
- Maeran R., Maiorano M. (2016). Expo Milano 2015: comunicazione e percezione turistica dei grandi eventi. *Turismo e Psicologia*, 2, 76-83.
- Maeran, R., Mignemi, G. (2022). *Psicologia del turismo, nuove forme interattive di consumo*. Bologna: Patron Editore
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York City: William Morrow