



Munich Personal RePEc Archive

Automobile tourism in Italy during the interwar period

Zanini, Andrea

University of Genoa, Italy

1 December 2013

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/76283/>

MPRA Paper No. 76283, posted 20 Jan 2017 12:47 UTC

Il turismo automobilistico in Italia nel periodo fra le due guerre mondiali*

Andrea Zanini

Università degli Studi di Genova

Riassunto. Questo saggio delinea l'evoluzione del turismo automobilistico in Italia negli anni Venti e Trenta del Novecento, cioè prima del cosiddetto turismo di massa. Il ridotto numero di veicoli per abitante sembra suggerire che il fenomeno abbia importanza contenuta; tuttavia la situazione cambia considerevolmente se si considerano i flussi turistici internazionali. Durante questo periodo, infatti, il numero di stranieri che giungono in Italia in automobile cresce progressivamente, sollecitando un potenziamento della viabilità e dei servizi per i turisti motorizzati. Inoltre, per sostenere tale tendenza, negli anni Trenta il governo adotta nuovi provvedimenti per incentivare gli stranieri a visitare l'Italia in auto, cercando anche di accrescere la competitività del paese sul mercato turistico internazionale.

Parole chiave: Turismo internazionale, Automobili, Italia, Periodo fascista.

Codici JEL: N74, N94.

Abstract. [*Automobile tourism in Italy during the interwar period*]. This paper outlines the evolution of automobile tourism in Italy in the 1920s and 1930s, that is, before the so-called mass tourism. The small number of vehicles per inhabitant seems to indicate that this phenomenon had limited importance; however, the situation changes relevantly when considering international tourist flows. During this period, in fact, the number of foreigners travelling to Italy by car grew progressively, leading to an improvement of roads and facilities for motor tourists. Furthermore, to sustain this trend, during the 1930s the government adopted new measures to encourage foreigners to visit Italy by car, also seeking to raise the country's competitiveness in the international tourist market.

Keywords: International tourism, Automobile, Italy, Fascist period.

JEL Codes: N74, N94.

* Una prima versione di questo lavoro è stata presentata al Convegno Internazionale da Ulisse a... *Il viaggio in auto: mito e attualità* (Imperia, 1-3 ottobre 2009).

1. Introduzione

Trasporti e turismo sono due settori caratterizzati da molteplici connessioni. Se da un lato lo sviluppo turistico di un'area è pressoché impossibile in mancanza di adeguate infrastrutture di trasporto, dall'altro, però, un miglioramento nelle vie e nei mezzi di comunicazione non produce di per se stesso ripercussioni immediate sul turismo. Dunque, pur non potendo parlare di una reciproca interdipendenza, si può senz'altro affermare che i legami esistenti sono profondi e complessi (Walton, 2006; Baranowsky, 2007).

Tradizionalmente la storiografia mette in relazione il progresso tecnologico nel campo dei trasporti con una diversa fase evolutiva del fenomeno turistico. Così, se la diffusione della ferrovia in molti casi è collegata alla nascita delle prime forme moderne di turismo, l'avvento dell'automobile viene comunemente associato al turismo di massa. Quest'ultimo è caratterizzato da un incremento senza precedenti dei flussi, da una tendenza alla concentrazione orizzontale e verticale dell'offerta, nonché dalla comparsa di una grande varietà di forme e pratiche turistiche. A ciò si accompagna una progressiva segmentazione del mercato, alimentata da uno stile di vita individualistico e consumistico; in questo processo la diffusione dell'automobile, simbolo di indipendenza e libertà, gioca senza dubbio un ruolo non secondario (Tissot, 1996; Cavalcanti, 2003, Battilani, 2009).

Da un punto di vista temporale l'affermazione del turismo di massa può essere collocata, per gli Stati Uniti, negli anni Venti e Trenta del Novecento, mentre l'Europa, fatta parziale eccezione per la Gran Bretagna, dovrà attendere la seconda metà del Novecento (Cavalcanti, 2003: 49; Rorhman, 1998; Schaffer, 2001).

Negli altri casi, incluso quello italiano, il periodo fra le due guerre costituisce dunque una fase preparatoria e per certi versi anticipatrice di mode e tendenze che si affermeranno compiutamente solo in tempi successivi, ma che, proprio durante questi decenni, iniziano a intensificarsi e ad assumere una certa rilevanza in termini economici.

2. Motorizzazione e turismo interno

Sin dalla sua comparsa, negli ultimi decenni dell'Ottocento, l'automobile si rivela un mezzo adatto al viaggio per diporto, soprat-

tutto a motivo della libertà di movimento che è in grado di offrire in rapporto alle forme di trasporto collettivo, primo fra tutti il treno, sino ad allora predominanti (Bardelli, 2004: 219-228; Pivato, 2006: 59-67). Per lungo tempo, tuttavia, il nuovo mezzo di locomozione ha un impatto alquanto limitato sulle pratiche turistiche, a causa dell'esiguo numero di veicoli in circolazione. Le modalità e le tempistiche di diffusione dell'automobile variano sensibilmente da un Paese all'altro e sono condizionate da molteplici fattori. Tra i più importanti si possono ricordare il diverso livello di sviluppo economico, al quale è strettamente collegata l'entità del reddito medio pro capite e dunque la domanda di beni durevoli. Va inoltre considerato che laddove il mercato interno è poco dinamico e l'industria nazionale è ancora agli esordi, il costo si mantiene di norma più alto, proprio perché non si può contare su elevati volumi di produzione, fatto che limita ulteriormente le possibilità di acquisto. Lo sviluppo dell'automobilismo è inoltre influenzato da altri fattori, quali l'esistenza di un sistema viario sufficientemente articolato e in buone condizioni, di una rete capillare di stazioni di rifornimento e di officine per la manutenzione (Bardoux, 1982; Barker, 1985; Flink, 1988; Laux, 1992; Setright, 2003; Thorold, 2003; Paolini, 2005; Paolini, 2007; Maggi, 2009).

Alla vigilia della prima guerra mondiale solo negli Stati Uniti l'automobile ha raggiunto una buona diffusione: nel 1914 sono censite 1.664.000 autovetture, ovvero 16,8 ogni mille abitanti, un dato ben distante da quello europeo e italiano in particolare dove sono in circolazione appena 22.000 automobili, cioè 0,6 ogni mille residenti (Mitchell, 1993: 59, 577; Istat, 1958: 39, 137).

Anche per quanto concerne la rete viaria le condizioni dell'Italia non sono particolarmente buone. Tra il 1904 e il 1910, mentre le strade carrozzabili passano da 138.097 a 148.380 chilometri, con un aumento di 10.283 chilometri, pari al 7,4%, quelle non carrabili – classificate appunto come pedonali e mulattiere – conoscono un incremento ancor più vistoso sia in termini assoluti che relativi: nel 1904 sono 57.447 chilometri e nel 1910 arrivano a 70.105, con una crescita di ben 12.658 chilometri, ovvero del 22% (Annuario, 1912: 203). Ciò rappresenta un chiaro indice del fatto che la cultura dell'automobile è ancora poco diffusa, nonostante l'azione svolta in tal senso dall'associazionismo, grazie alle iniziative del Touring Club Italiano e all'Automobil Club d'Italia (Bardelli, 2004; Paolini, 2007; Pivato, 2006).

Al termine della grande guerra la situazione è lievemente migliorata, anche se il divario rispetto agli Stati Uniti appare comunque decisamente rilevante. Qui le autovetture in circolazione sono ormai oltre 10 milioni, cioè 97,3 ogni mille abitanti, mentre nei principali paesi europei si registrano valori ben più contenuti, sia in termini assoluti che relativi: in Gran Bretagna 7,3 per mille residenti, in Francia 6,2 e in Svizzera 3,9; seguono a notevole distanza Germania e Austria (con 1,3) e, fanalino di coda dell'Europa occidentale, l'Italia, con 1,1 autovetture ogni mille residenti. L'incremento rispetto al periodo prebellico è dunque significativo, ma è indubbio che nel Bel Paese la motorizzazione interessa ancora una cerchia decisamente ristretta di persone.

Tabella 1. *Automobili in circolazione per mille abitanti negli Stati Uniti e in alcuni paesi europei*

<i>Stato</i>	<i>1922</i>	<i>1930</i>	<i>1938</i>
Austria	1,3	2,6	<i>n.d.</i>
Belgio	<i>n.d.</i>	12,3	18,4
Danimarca	<i>n.d.</i>	22,2	28,6
Francia	6,2	26,7	43,3
Germania	1,3	7,5	18,6
Italia	1,1	4,5	6,6
Gran Bretagna	7,3	23,7	42,1
Paesi Bassi	<i>n.d.</i>	8,6	10,8
Svizzera	3,9	15,0	17,9
Stati Uniti	97,3	186,7	194,3

Fonte: elaborazione in base a Mitchell (1993); Mitchell (1998).

Negli anni Venti e Trenta, però, il Vecchio Continente inizia a recuperare velocemente terreno; tuttavia, alla vigilia della seconda guerra mondiale, con 6,6 vetture ogni mille abitanti, l'Italia appare ancora decisamente distante non solo in rapporto agli Stati Uniti (dove il dato giunge a sfiorare il 200 per mille), ma anche rispetto ai principali paesi europei come Francia (43,3 per mille), Gran Bretagna (42,1), Danimarca (28,6), Germania (18,6), Belgio (18,4), o Svizzera (17,9) (Svennilson, 1954: 145-152).

L'incremento registrato in Italia è tuttavia di un certo rilievo in termini assoluti: dalle 23.883 autovetture in circolazione censite nel

1919, si passa a 289.174 nel 1938: dodici volte il dato del ventennio precedente¹.

Tabella 2. *Automobili in circolazione in Italia, in valore assoluto e per mille abitanti (1919-1938)*

Anno	<i>Automobili in circolazione</i>		Anno	<i>Automobili in circolazione</i>	
	<i>Valore assoluto</i>	<i>Per mille abitanti</i>		<i>Valore assoluto</i>	<i>Per mille abitanti</i>
1919	23.883	0,7	1929	169.711	4,1
1920	31.466	0,9	1930	183.292	4,4
1921	34.138	0,9	1931	186.131	4,4
1922	41.035	1,1	1932	188.331	4,5
1923	53.775	1,4	1933	218.936	5,2
1924	57.012	1,4	1934	236.158	5,5
1925	84.826	2,1	1935	243.774	5,7
1926	104.882	2,6	1936	222.378	5,1
1927	119.216	2,9	1937	271.190	6,2
1928	144.174	3,5	1938	289.174	6,6

Fonte: Istat (1958): 39, 137.

Nonostante un certo miglioramento del tenore di vita, indotto dallo sviluppo industriale (in particolare nelle regioni del nord-ovest: Piemonte, Lombardia e Liguria), e malgrado gli auspici del regime fascista, per tutto il periodo in esame sono ancora poche le famiglie italiane che possono permettersi un'automobile, soprattutto a motivo dell'elevato esborso che comporta, sebbene sia stato introdotto, anche in Italia, il sistema di vendita a rate (Ancona, 1928; Bellucci, 1984; Paolini, 2007)².

I prezzi dei modelli più a buon mercato sono infatti ancora inaccessibili ai ceti operai e alla piccola borghesia; questo non consente di aumentare i volumi di produzione e di ridurre al tempo stesso i costi unitari in modo da allargare il mercato interno, imitando la strategia già intrapresa con successo dalla Ford che ha permesso ai suoi stessi lavoratori di acquisire una vettura. È emblematica a questo riguardo la

¹ Le statistiche fanno riferimento alle automobili che hanno pagato la tassa di circolazione. Sebbene non comprendano i veicoli esenti a norma di legge, o quelli temporaneamente fermi e dunque dispensati dal pagamento, sono comunque ritenute più attendibili rispetto ai dati desumibili dal Pubblico Registro Automobilistico, poiché non sempre i titolari di veicoli non più circolanti – in quanto distrutti o logori – provvedono alla cancellazione.

² Per un confronto con le politiche adottate in quegli anni nella Germania nazista cfr. Overry (1975); Vahrenkamp (2006).

proposta del direttore generale della Fiat, Vittorio Valletta, che nei primi anni Trenta suggerisce ai propri operai di riunirsi in gruppi di quattro per acquistare una Balilla, la vettura allora più a buon mercato prodotta dalla casa torinese (nel 1932 costa 10.800 lire), e di utilizzarla insieme per raggiungere quotidianamente il posto di lavoro; ciascuno di essi l'avrebbe poi a disposizione una domenica al mese per una gita fuori porta con la famiglia³.

Sul versante delle infrastrutture questo periodo è segnato dalla realizzazione delle prime autostrade: arterie di nuova concezione, riservate appunto alla circolazione di veicoli a motore. Esse costituiscono da un lato la tipica espressione di una cultura dell'automobile che si sta diffondendo in quegli anni in Italia, che si coniuga con la volontà politica del regime di realizzare grandi opere, di visibilità internazionale, con chiaro intento propagandistico. Tra il 1923-25, quando inizia la costruzione della Milano-Laghi, e la vigilia del conflitto (1940) sono realizzati circa 500 chilometri (prevalentemente al nord): si tratta della rete più estesa in ambito europeo (Moraglio, 2002; Moraglio, 2007). Tuttavia, i consistenti investimenti richiesti per tali realizzazioni finiscono per ridurre le risorse disponibili per la manutenzione, il miglioramento e l'estensione della rete viaria ordinaria (Giuntini, 1999). Pur non mancando interventi anche su questo versante, rimangono infatti numerose località, soprattutto nel centro e sud Italia, non ancora raggiunte da strade carrozzabili. Nel complesso, fra il 1910 e il 1939 l'estensione complessiva passa da 148.380 a 173.290 chilometri.

Tabella 3. *Estensione della rete stradale ordinaria, 1910-1939 (in km)*

<i>Anno</i>	<i>Statali</i>	<i>Provinciali</i>	<i>Comunali</i>	<i>Totale</i>
1910	8.303	44.671	95.406	148.380
1926	19.754	41.515	89.160	150.429
1934	20.590	40.323	110.164	171.077
1939	20.797	42.213	110.280	173.290

Fonte: Benedetti (1982): 198; Benedetti (1983): 242; Giuntini (1999): 603

³ Bairati (1983): 69. Al di là dell'esborso iniziale, come si è visto piuttosto rilevante, anche le spese di gestione (manutenzione, riparazione) sono elevate, così come il costo del combustibile, non solo perché è necessario importarlo, ma perché, da subito, vengono caricati su di esso consistenti oneri fiscali che arrivano a rappresentare anche più del 70% del prezzo alla pompa (Bellucci, 1984: 158).

Quanto sin qui affermato induce a pensare che in Italia negli anni Venti e Trenta l'automobile abbia avuto un ruolo marginale nelle pratiche turistiche. Tuttavia, se le statistiche sul numero delle automobili in circolazione rivelano nel complesso un basso tasso di motorizzazione, bisogna osservare che si tratta di un indicatore medio nel quale sono compensati fra loro i dati relativi a realtà piuttosto diverse su base territoriale.

Nelle regioni del triangolo industriale (Piemonte, Lombardia e Liguria), dove si concentra oltre il 40% di tutte le vetture immatricolate, si registra una maggiore densità di automobili. Così, nel 1938, mentre in Lombardia vi sono 10,6 auto per mille abitanti, 10,5 in Piemonte e 9,0 in Liguria, in Puglia e Sicilia il dato è 3,3, e scende a 1,1 in Basilicata. Il valore più elevato è però quello del Lazio, pari a 10,8 veicoli per mille residenti: si tratta di un dato fortemente influenzato dalla presenza di Roma (16,3 auto per mille abitanti), ma che presenta valori ben più ridotti nelle altre aree (Viterbo 4,0, Rieti 3,0, Latina 2,5, Frosinone 1,8). In ogni caso si può osservare che in alcune regioni, soprattutto al nord, la diffusione dell'automobile interessa ormai la media e, in taluni casi, anche la piccola borghesia⁴.

Tabella 4. *Autovetture private per regione ogni mille abitanti nel 1938*

<i>Regione</i>	<i>N.</i>	<i>Regione</i>	<i>N.</i>
Piemonte	10,5	Marche	5,1
Valle d'Aosta	4,5	Lazio	10,8
Lombardia	10,6	Abruzzi e Molise	2,2
Trentino-Alto Adige	4,6	Campania	3,4
Veneto	5,1	Puglia	3,3
Friuli-Venezia Giulia	4,1	Basilicata	1,1
Liguria	9,0	Calabria	1,8
Emilia-Romagna	7,8	Sicilia	3,3
Toscana	7,0	Sardegna	2,8
Umbria	5,3	<i>Italia</i>	6,3

Fonte: Tagliacarne (1954): 30-32.

Pur in mancanza di specifiche rilevazioni statistiche, si può dunque ragionevolmente ritenere che in alcune aree del Paese, come appunto

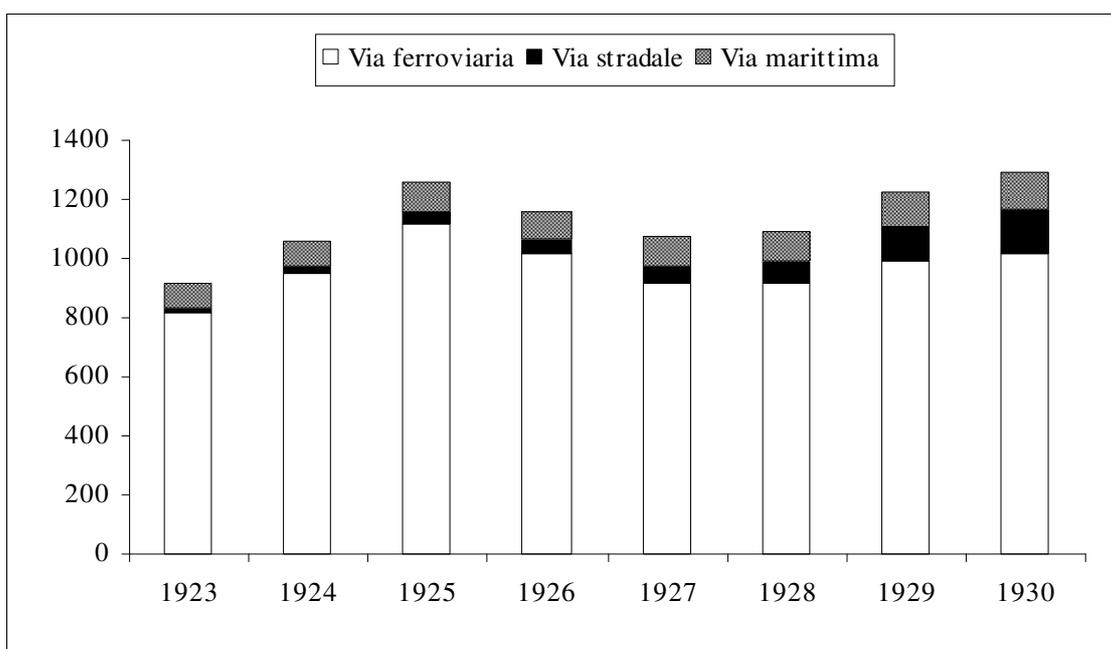
⁴ Tagliacarne, 1954: 30-32. In tale classifica la provincia di Roma è terza su scala nazionale dietro Torino (17,3 auto per mille abitanti) e a Milano (16,9 vetture per mille residenti). A differenza dei dati di cui alla tabella 1, quelli qui considerati si riferiscono alle sole le automobili private, escludendo cioè quelle in servizio di piazza, da noleggio e rimessa.

la Liguria, in cui proprio negli anni Trenta si registra una significativa crescita delle presenze nazionali, costituite in gran parte (oltre che da Liguri), da Piemontesi e Lombardi, l'automobile abbia rivestito importanza crescente nelle pratiche turistiche (Rollandi e Zanini, 2011; Zanini 2012). Ne sono testimonianza anche gli interventi delle province volti a estendere e migliorare la viabilità con il duplice intento di valorizzare il territorio e di renderlo accessibile ai sempre più numerosi viaggiatori motorizzati (Garibbo, 1931; L'opera, 1933; La Provincia, 1937).

3. Il turismo internazionale

Appare tuttavia limitativo focalizzare l'analisi alla sola componente nazionale, dato che, nel periodo fra le due guerre, l'Italia, assieme a Francia e Svizzera, è una delle mete più ambite dagli stranieri (Muzzarelli, 1997; Paloscia 2004; Strangio, 2006; Strangio, 2007; Berrino, 2011). Numerose indagini coeve evidenziano la crescita dei flussi esteri e, in particolare del movimento automobilistico. Tuttavia, le statistiche disponibili non consentono una puntuale misurazione del fenomeno.

Grafico 1. *Stranieri entrati in Italia (in migliaia) negli anni 1923-1930*



Fonte: Mariotti (1974): 202.

Sulla base delle stime condotte dall'Ente Nazionale per le Industrie Turistiche (Enit) si può osservare che, tra il 1923 e il 1931 la quota più consistente dei forestieri (oltre l'80%) arriva nel nostro paese tramite ferrovia; quanto alle altre componenti del movimento complessivo si rileva un incremento degli ingressi in automobile, che da 16.000 nel 1923 (meno del 2% del totale), passano a quasi 144.000 nel 1930 (11% circa) e giungono così a superare gli arrivi per via marittima (Mariotti, 1974: 190-203; Strangio, 2006: 276-282; Strangio, Teodori, 2012).

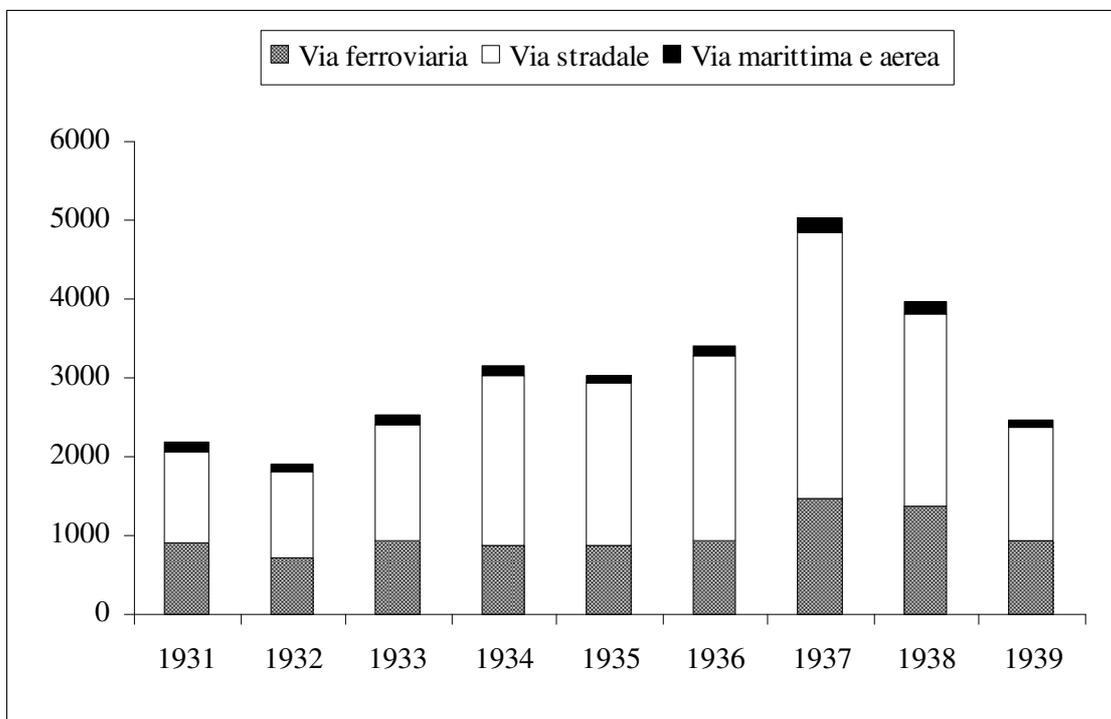
A partire dal 1931 viene applicata una nuova procedura di computo che prevede la rilevazione diretta ai posti di frontiera sulla base dei controlli effettuati dalle autorità di pubblica sicurezza addette alla verifica dei passaporti (Mariotti, 1974: 185-189).

Osservando i dati del periodo bisogna sottolineare in primo luogo le ripetute oscillazioni, derivanti per lo più da motivazioni congiunturali di natura economica e politica. Ad esempio, la caduta a circa 1.900.000 ingressi nel 1932 è senza dubbio determinata dagli effetti della crisi economica mondiale, mentre la riduzione del 1935 dalla guerra d'Etiopia (con le correlate sanzioni al nostro Paese); nel 1937, poi, si raggiunge il massimo di 5.000.000 e in questo ha senza dubbio influito l'Esposizione Internazionale di Parigi, rivelando così una interconnessione dei flussi turistici a livello internazionale (Mochi, 1983: 179-186; Paloscia, 2004: 33-34).

Al di là di queste osservazioni relative al movimento complessivo, bisogna rilevare che tra il 1931 e il 1939 l'entità degli ingressi per via ordinaria appare decisamente considerevole in rapporto alle altre tipologie e rappresenta oltre la metà dei forestieri entrati in Italia, con punte attorno ai due terzi tra il 1934 e il 1937. Tuttavia, come afferma Angelo Mariotti, direttore generale prima e poi presidente dell'Enit, se «il traffico ferroviario può considerarsi costituito da viaggiatori che, nella grande maggioranza, compiono viaggi di una certa lunghezza e perciò di una discreta durata», quello stradale è rappresentato in larga parte «da escursionisti o da persone d'affari che concludono il loro viaggio in Italia nel breve termine di poche ore o al massimo di qualche giornata». Ovviamente attraverso i valichi ordinari giungono anche autoveicoli di turisti che si trattengono più a lungo nel nostro Paese, «ma si ritiene che il numero dei viaggiatori trasportati da tali mac-

chine raggiunga non più del 10% del movimento complessivo» (Mariotti, 1974: 188)⁵.

Grafico 2. *Stranieri entrati in Italia (in migliaia) negli anni 1931-1939*



Fonte: Carone (1959): 292.

Per quanto riguarda gli accessi per via ordinaria, dunque, i dati rilevati in questo periodo risentono in misura decisamente considerevole della componente escursionistica e dei movimenti ripetuti di quanti entrano con regolarità nel nostro Paese per motivi di lavoro o altro. Tuttavia, anche ipotizzando – come suggerito dal Mariotti – che il traffico turistico vero e proprio rappresenti appena il 10% di tali ingressi, a partire dal 1933 si può comunque rilevare un deciso incremento rispetto agli anni Venti.

Questa tendenza risulta particolarmente evidente nelle zone di confine, e in particolare in provincia di Imperia. Fra i trenta accessi stradali del Regno, il transito di Grimaldi, presso Ventimiglia, è infatti quello che detiene il primato per numero di veicoli entrati, tanto che, nei primi anni Trenta, rappresenta da solo circa un quarto del movi-

⁵ Va altresì rilevato che gli ingressi per via ordinaria comprendono non solo quanti giungono in Italia in automobile, ma anche con altri mezzi di locomozione o a piedi (Mariotti, 1974: 198).

mento nazionale⁶. Nel 1932, in particolare, sono rilevate 10.586 auto e 5.110 torpedoni turistici, in relazione ai quali si possono stimare quasi 88.000 viaggiatori⁷. A questi vanno aggiunti i forestieri entrati a bordo delle 2.175 vetture provviste del cosiddetto “trittico” (un documento che consente di velocizzare le formalità ai posti di frontiera a quanti effettuano passaggi ripetuti nell’arco dell’anno), per cui si può arrivare ad una stima di circa 133.500 stranieri⁸. Anche in questo caso si tratta molto spesso di escursionisti, che vengono quotidianamente dalla vicina Francia a Sanremo con propria autovettura o con i numerosi “autobus di gita”, o di “carovane” di americani, inglesi e tedeschi che, soprattutto in primavera ed estate, giungono in Italia a bordo dei torpedoni (Donte *et al.*, 1934: 369-371).

L’accresciuto traffico motorizzato spinge gli amministratori locali a investire nel miglioramento della viabilità e nell’incremento dei servizi a beneficio di quanti viaggiano in automobile al fine di fronteggiare la concorrenza estera. Matura pertanto la consapevolezza che non esiste «un monopolio mondiale delle stazioni climatiche». Come osserva nei primi anni Trenta Giovanni Garibbo, funzionario del Consiglio Provinciale dell’Economia di Imperia, il turista straniero «non ha che l’imbarazzo della scelta e non ha da fare altro che indirizzare in un punto o in un altro la possente sua macchina da viaggio, capace di contenere tutti i bagagli e gli accessori occorrenti per un lungo soggiorno». L’automobile, infatti, soprattutto all’estero, ha ormai spodestato il treno «in virtù appunto di una perfetta organizzazione stradale». Per cui è fondamentale adeguarsi prontamente «alle abitudini ed esigenze altrui e collo stesso ritmo dei nostri concorrenti, se intendiamo sul serio che gli stranieri non debbano rilevare differenze e operare confronti che ricadano a tutto nostro svantaggio». Diversamente, conclude Garibbo, sarà «perfettamente inutile possedere una buona attrezzatura alberghiera idonea a soddisfare le esigenze di una numerosa colonia di forestieri», poiché questa potrà avviarsi «facilmente verso altre regioni e altre nazioni attraverso vie più adatte al traffico moderno» (Garibbo, 1931: 137-138).

⁶ Secondo quanto riportato da Giovanni Garibbo nel 1932 attraverso il valico di Grimaldi sarebbe entrato il 23% degli stranieri giunti in Italia a bordo di autoveicoli (Garibbo, 1935: 32) e l’anno successivo tale quota raggiungerebbe il 30% (Donte *et al.*, 1934: 371).

⁷ In media 3 occupanti per autovettura e 11 per torpedone (Garibbo, 1935: 32).

⁸ Per i veicoli provvisti di “trittico” si ipotizza una media di sette ingressi ciascuno e, come per le altre vetture, tre occupanti (Garibbo, 1935: 32).

Verso la metà degli anni Trenta, anche a livello nazionale si inizia a guardare con maggiore attenzione al turismo automobilistico. In precedenza, per cercare di favorire l'aumento di correnti turistiche qualificate si puntava principalmente sulla stipula di accordi con le ferrovie allo scopo di ottenere sconti consistenti o biglietti che consentissero particolari formule di viaggio gradite alla clientela straniera (Giuntini, 2003; Strangio, 2007).

Nel 1935, visto il progressivo aumento dei viaggiatori motorizzati e le ulteriori prospettive di incremento di tali flussi, si assiste invece al varo di specifici provvedimenti volti ad agevolare quanti giungono in automobile. Rientrano in questo ambito i cosiddetti "buoni benzina", appositi tagliandi acquistabili da stranieri o italiani residenti all'estero, già in possesso di buoni albergo, vale a dire voucher introdotti in quello stesso anno con i quali è possibile alloggiare negli hotel convenzionati ad una tariffa scontata del 30%⁹. I buoni benzina sono venduti presso le agenzie di viaggio estere autorizzate, gli uffici turistici a bordo di transatlantici e quelli appositamente istituiti dall'Enit presso i principali transiti di frontiera e i maggiori porti del Regno. Essi danno diritto ad un rifornimento di benzina, fino ad un massimo di venti litri al giorno, con una riduzione delle tasse di vendita del 40%, se il soggiorno non supera i quindici giorni, e, dell'80%, se il soggiorno è compreso fra i sedici e i novanta giorni. Il risparmio è dunque considerevole: se nel dicembre 1936, a fronte di un prezzo alla pompa di 2,23 lire al litro si possono economizzare da 54 centesimi a 1 lira e 7 centesimi (a seconda del tempo di permanenza in Italia), nel maggio 1938, a seguito di un inasprimento della tassazione lo sconto va da una a due lire al litro su un prezzo di 3,42 lire¹⁰. Successivamente l'agevolazione viene estesa a quanti viaggiano in moto o con proprio aeromobile e, con alcune modifiche, agli autobus e ai pullman che trasportano comitive. L'iniziativa riscuote un certo successo: nel 1936 i litri di carburante venduti tramite i buoni sono oltre 4.000.000 e nei due anni seguenti si superano i 6.000.000¹¹.

⁹ Grazie anche all'esenzione dalla tassa di soggiorno. I buoni alberghi danno diritto anche ad uno sconto sui biglietti per l'ingresso a musei, gallerie, siti archeologici, spettacoli e altro. Mochi (1983): 183-184; Muzzarelli (1997): 62-64.

¹⁰ Per i prezzi della benzina *Automobile in cifre* (1951): 35.

¹¹ Più precisamente 4.090.190 litri nel 1936, 6.208.430 nel 1937 e 6.122.720 nel 1938. (Gagliardi, 1959: 49).

I buoni benzina, al pari dei buoni albergo, hanno lo scopo di consentire ai non residenti, interessati a trascorrere un periodo di soggiorno nel nostro Paese, di acquistare determinati servizi, prima di varcare la frontiera, a prezzi ben più vantaggiosi di quelli che avrebbero potuto spuntare una volta entrati nel territorio nazionale, grazie anche all'applicazione di un cambio di favore¹². In questo modo l'Italia diviene una meta meno costosa e dunque più appetibile. Si tratta pertanto di un pacchetto di strategie coordinate che consentono di guadagnare nuove quote di mercato in un contesto in cui la concorrenza internazionale risulta crescente (Cavalcanti, 2008).

4. Considerazioni conclusive

Negli anni Venti e Trenta si registra in Italia una progressiva crescita del turismo automobilistico, che tuttavia non raggiunge livelli paragonabili a quelli del secondo dopoguerra. Nonostante la carenza di elementi che consentano di definirne in termini puntuali l'entità e l'evoluzione, i dati sul tasso di motorizzazione suggeriscono una diversa articolazione territoriale del fenomeno per quanto concerne il turismo interno, che sembra concentrarsi principalmente nelle regioni del triangolo industriale.

Per quanto riguarda invece i flussi esteri, le rilevazioni disponibili, ancorché frutto di stime, testimoniano un progressivo incremento. È il risultato di un mutamento nelle pratiche turistiche, indotto dal fatto che i paesi vicini hanno un più elevato tasso di motorizzazione e che, proprio in questo periodo, vengono messi in atto specifici provvedimenti per incrementare l'afflusso dei forestieri che giungono in Italia in automobile. A questi ultimi, in particolare, ma anche agli altri turisti stranieri, si offrono servizi a prezzi decisamente vantaggiosi, probabilmente sottocosto o ai limiti della convenienza economica. Per comprendere le ragioni di tali interventi in campo turistico è necessario considerare anzitutto che, in questo periodo, i prezzi interni risultano sensibilmente più elevati rispetto a quelli di Francia e Svizzera, vale a dire i concorrenti diretti e maggiormente temibili dell'Italia sul fronte

¹² In questa direzione va anche il cosiddetto "assegno turistico" istituito sempre in questo periodo. Mochi (1983): 184; Muzzarelli (1997): 63-64. Si veda inoltre Guarnieri (1953): 75-77.

del turismo internazionale (Guarnieri, 1953: 75). Inoltre, va ricordato che in questo modo lo stato si propone anche di ottenere importanti vantaggi in termini di riequilibrio dei conti valutarî con l'estero in un periodo in cui la difficile congiuntura internazionale e le scelte di politica economica interna rendono particolarmente critico il problema (Guarnieri, 1953: 76-81; Ministero per la Costituente, 1946: 202-210).

Buoni albergo e buoni benzina non sono dunque semplici "buoni sconto", ma veri e propri mezzi di pagamento grazie ai quali, se da un lato si favorisce l'afflusso dei turisti esteri, dall'altro si mira ad un incremento delle entrate valutarie turistiche, allo scopo compensare il deficit della bilancia commerciale (Strangio, 2007: 109).

L'interesse verso il turismo internazionale è dunque almeno in parte strumentale, subordinato a imprescindibili esigenze di politica valutaria ma ciò non toglie che tali provvedimenti abbiano prodotto l'effetto di far aumentare gli arrivi esteri e, in particolare, quelli automobilistici.

Bibliografia

- Ancona, U. (1928) I problemi dell'automobilismo al Congresso mondiale di Roma. *Nuova Antologia di Scienze, Lettere e Arti* n. 340: 103-119.
- Annuario statistico italiano*, s. 2^a, 2 (1912).
- Automobile in cifre*, 2 (1951).
- Bairati, P. (1983) *Vittorio Valletta*. Torino: Utet.
- Baranowsky, S. (2007), Common Ground: Linking Transport and Tourism History. *Journal of Transport History* 28(1): 120-124.
- Bardelli, D. (2004) *L'Italia viaggia. Il Touring club, la nazione e la modernità, 1894-1927*. Roma: Bulzoni.
- Bardoux, J.P. (1982) *The Automobile Revolution*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Barker, T.C. (1985) The International History of Motor Transport. *Journal of Contemporary History* 20(1): 3-19.
- Battilani, P. (2009) *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*. Bologna: Il Mulino (2^a ed.).
- Bellucci, A. (1984) *L'automobile italiana, 1918-1943*. Roma-Bari: Laterza.
- Benedetti, G. et al. (1982) Trasporti e comunicazioni. In: *Annali dell'economia italiana*, vol. 7, 1923-1929, t. 2. Milano: Ipsoa.
- Benedetti, G. et al. (1983) Trasporti e comunicazioni. In: *Annali dell'economia italiana*, vol. 8, 1930-1938, t. 2. Milano: Ipsoa.
- Berrino, A. (2011) *Storia del turismo in Italia*. Bologna: Il Mulino.
- Carone, G. (1959) *Il turismo nell'economia internazionale*. Milano: Giuffrè.

- Cavalcanti, M.L. (2003) Traguardi consolidati e problemi irrisolti della storia economica del turismo. In: Leonardi, A. et al. (a c. di) *Tourismus und Entwicklung im Alpenraum, 18.20. jh. / Turismo e sviluppo nell'area alpina, secoli XVIII-XX*. Innsbruck: Studien Verlag.
- Cavalcanti, M.L. (2008) L'Italia "Paese noioso": i problemi dell'offerta alberghiera tra XIX e XX secolo. In: Berrino, A. (a c. di), *Storia del turismo. Annale 2006-2008*, vol. 7. Milano: FrancoAngeli.
- Donte, V.G., et al. (1934) (a c. di) *La provincia di Imperia*. Milano: Esperia.
- Flink, J.J. (1988) *The Automobile Age*. Cambridge (Mass.): Mit Press.
- Gagliardi, T. (1959) *L'industria turistica ed alberghiera in Italia*. Vicenza: Arti Grafiche delle Venezie.
- Garibbo, G. (1931) *L'economia della Provincia di Imperia negli anni 1929 e precedenti*. Sanremo: Gandolfi.
- Garibbo, G. (1935) *La Provincia di Imperia nella sua economia*. Sanremo: Gandolfi.
- Giuntini, A. (1999) Nascita, sviluppo e tracollo della rete infrastrutturale. In: Amatori, F. et al. (a c. di) *L'industria*. Torino: Einaudi (Storia d'Italia, Annali, 15).
- Giuntini, A. (2003) Le tourisme ferroviaire en Italie des origines jusqu'à la création des 'trains populaires'. In: Tissot, L. (dir.), *Construction d'une industrie touristiques aux 19^e et 20^e siècles. Perspectives internationales / Development of a Tourist Industry in the 19th and 20th Centuries. Internationals Perspectives*. Neuchâtel: Editions Alphil.
- Guarnieri, F. (1953) *Battaglie economiche tra le due grandi guerre*, vol. II, 1936-1940. Milano: Garzanti.
- Istat (1958) *Sommario di statistiche storiche dell'Italia 1861-1955*. Roma: Istituto Centrale di Statistica.
- L'opera della Provincia di Genova per l'incremento della viabilità nell'ultimo quinquennio (1933). *Genova. Rivista Municipale*. 13: 1005-1017.
- La Provincia di Savona nel suo primo decennale* (1937). Savona: Istituto di Propaganda per la Liguria.
- Laux, J.M. (1992) *The European Automobile Industry*. New York: Twayne.
- Maggi, S. (2009) *Storia dei trasporti in Italia*. Bologna: Il Mulino (2^a ed.).
- Mariotti, A. (1974) *Raccolta di studi sul turismo*, a c. di F. Demarinis. Roma: Scalia.
- Ministero per la Costituente (1946) *Rapporto della Commissione economica presentato all'Assemblea Costituente*, vol. III, *Problemi monetari e commercio estero*. Roma: Istituto Poligrafico dello Stato.
- Mitchell, B.R. (1993) *International Historical Statistics. The Americas, 1750-1988*. New York: Stockton Press.
- Mitchell, B.R. (1998) *International Historical Statistics. Europe, 1750-1993*. New York: Stockton Press.
- Mochi, C. (1983) Commercio e turismo. In: *Annali dell'economia italiana*, vol. 8, 1930-1938, t. 2. Milano: Ipsoa.
- Moraglio, M. (2002) Per una storia delle autostrade italiane: il periodo tra le due guerre mondiali. *Storia urbana*, 26(2): 11-25.
- Moraglio, M. (2007) *Storia delle prime autostrade italiane (1922-1943). Modernizzazione, affari e propaganda*. Torino: Trauben.

- Muzzarelli, N. (1997) Il turismo in Italia tra le due guerre. *Turistica* 6(1): 46-78.
- Overy, R.J. (1975) Cars, Roads and Economic Recovery in Germany, 1932-8. *Economic History Review* 28(3): 466-483
- Paloscia, F. (2004) *Il turismo nell'economia italiana*. Roma: Agra.
- Paolini, F. (2005) *Un paese a quattro ruote. Automobili e società in Italia*. Venezia: Marsilio.
- Paolini, F. (2007) *Storia sociale dell'automobile*. Roma: Carocci.
- Pivato, S. (2006) *Il Touring Club Italiano*. Bologna: Il Mulino.
- Rollandi, M.S. e Zanini, A. (2011) "Italian Riviera": dal turismo terapeutico al turismo sociale in Liguria (secoli XIX-XX). In: Barciela, C., Manera, C., Molina, R., Di Vittorio, A. (eds.), *La evolución de la industria turística en España e Italia*. Palma de Mallorca: Institut Balear d'Economia.
- Rorhman, H.K. (1998) *Devil's Bargains: Tourism in the Twentieth-Century American West*. Lawrence: University Press of Kansas.
- Schaffer, M.F. (2001) *See America first. Tourism and National Identity, 1880-1940*, Washington and London: Smithsonian Institution Press.
- Setright, L.J.K. (2003) *Drive on! A Social History of the Motor Car*. London: Granta Book.
- Strangio, D. (2006) Il turismo in Italia tra le due guerre mondiali. Un'analisi storico-economica dei flussi turistici stranieri. In: Dallari, F. et al. (a c. di) *Turismo. Tra sviluppo locale e cooperazione interregionale*. Bologna: Pàtron.
- Strangio, D. (2007) Tourism as a Resource of Economic Development. Legislative Measures, Local Situations, Accommodation Capacity and Tourist Flows in Italy in the 'Inter-War Years'. In: Celant, A. (ed.), *Global tourism and regional competitiveness*. Bologna: Pàtron.
- Strangio, D. and Teodori, M. (2012) Tourism and rail transport in Italy (1929-1933). In: Cuéllar Villar, D., Muñoz Rubio, M. y Polo Muriel, F. (eds.), *Actas del VI Congreso de Historia Ferroviaria*. Madrid: Fundación de los Ferrocarriles Españoles.
- Svennilson, I. (1954) *Growth and Stagnation in the European Economy*. Geneva: United Nations Economic Commission for Europe.
- Tagliacarne, G. (1954) *Variazioni territoriali dello stato economico fra il 1938 e il 1952 in Italia e in altri paesi*. Roma: Società Italiana di Economia, Demografia e Statistica.
- Thorold, P. (2003) *The Motoring Age: the Automobile and Britain, 1896-1939*. London: Profile Books.
- Tissot, L. (1996) Il turismo: dal pellegrino al Club Méditerranée. In: Bairoch P. et al. (a c. di), *Storia d'Europa*, vol. V, *L'età contemporanea. Secoli XIX-XX*. Torino: Einaudi.
- Vahrenkamp, R. (2006) Automobile Tourism and Nazi Propaganda: Constructing the Munich-Salzburg Autobahn, 1933-1939. *Journal of Transport History*. 27(2): 21-38.
- Walton, J.K. (2006) Transport, Travel, Tourism and Mobility: a Cultural Turn? *Journal of Transport History*. 27(2): 129-134.
- Zanini, A. (2012) *Un secolo di turismo in Liguria. Dinamiche, percorsi, attori*. Milano: Franco Angeli.