

**ANNESSO N. 3**

**allo stato di previsione del Ministero del turismo e dello spettacolo  
per l'esercizio finanziario 1962-63**

*(Art. 4 della legge 31 luglio 1959, n. 617)*

**RELAZIONE SULL'ATTIVITA'  
DELL' ENTE NAZIONALE ITALIANO PER IL TURISMO  
(E.N.I.T.)**

**per l'esercizio finanziario  
dal 1° luglio 1960 al 30 giugno 1961**

---

La relazione che segue illustra l'attività svolta dall'E.N.I.T. dal 1° luglio 1960 al 30 giugno 1961 ed è stata opportunamente integrata, ove possibile, con ulteriori notizie sul lavoro compiuto a tutto il 1961.

Giova premettere che con il decreto ministeriale 11 gennaio 1961 è stato costituito il Consiglio di amministrazione dell'Ente, insediato dal Ministro per il Turismo e lo Spettacolo, On.le Alberto Folchi, il 2 febbraio dello stesso anno, mentre precedentemente le attribuzioni degli organi di amministrazione dell'E.N.I.T. erano disimpegnate dal Direttore Generale del Turismo, in base al disposto del secondo comma dell'articolo 12 del decreto del Presidente della Repubblica 27 agosto 1960, n. 1041.

Il Consiglio di amministrazione, nella sua prima riunione tenutasi il 1° marzo 1961, si preoccupò subito di predisporre i provvedimenti necessari per l'applicazione del citato decreto legislativo n. 1041 e cioè la preparazione dello statuto e del regolamento del personale. Venne pertanto dato mandato al Comitato esecutivo di nominare due Commissioni, composte di membri particolarmente qualificati, per la preparazione di uno schema rispettivamente dello statuto e del regolamento. Tali schemi vennero in seguito deliberati dal Consiglio e quindi sottoposti all'approvazione del Ministro per il Turismo e lo Spettacolo e del Ministro per il Tesoro.

Ciò premesso, si ritiene opportuno ricordare che l'Ente trova la sua principale fonte di finanziamento nel contributo statale di lire 1.055.000.000, così fissato dalla legge 4 agosto 1955, n. 705. Tale contributo è stato ripartito in tre gruppi di spese riguardanti i vari settori dell'Ente che, nell'esercizio finanziario in esame, hanno registrato il seguente andamento:

|  |    |                       |
|--|----|-----------------------|
| Spese generali e d'amministrazione . . . . .         | L. | 244.525.482 (16,04 %) |
| Spese per Uffici all'estero e di frontiera . . . . . | »  | 585.786.234 (38,44 %) |
| Spese per attività istituzionali . . . . .           | »  | 693.655.213 (45,52 %) |
| <hr/>  |    |                       |
| Totale . . . . .                                     | L. | 1.523.966.929         |
| <hr/> <hr/>  |    |                       |

Le spese superiori all'ammontare del contributo statale che risultano dal prospetto sono determinate dall'altro contributo, proveniente dalla gestione dei buoni benzina all'estero, che ha consentito all'E.N.I.T. di integrare gli stanziamenti di bilancio.

Il primo gruppo riguarda le spese generali e di amministrazione: competenze principali ed accessorie al personale della sede centrale, carichi assicurativi e previdenziali, imposte e tasse, spese d'ufficio e di economato, varie.

L'altro riguarda le spese relative alle competenze previste per il personale delle rappresentanze E.N.I.T. all'estero e degli uffici di frontiera, nonché quelle di funzionamento degli stessi uffici e rappresentanze.

Il terzo gruppo, infine, riguarda le spese erogate per l'attuazione dei fini istituzionali dell'Ente: pubblicità sulla stampa estera, propaganda editoriale, partecipazione a fiere, mostre ed esposizioni, ospitalità, propaganda radiotelevisiva e fotocinematografica, ecc.

Se si esamini la proporzione del riparto dello stanziamento tra i fondamentali gruppi di spese, sembra che essa sia stata mantenuta in giusti limiti. Infatti, le spese degli uffici all'estero e di frontiera, sia per il personale che per il funzionamento, non possono essere considerate distinte da quelle relative alle attività istituzionali dell'Ente: è proprio infatti per il tramite di questi uffici che si realizza concretamente l'azione propagandistica volta al fine di stimolare l'afflusso del turismo straniero in Italia.

#### I. - RAPPRESENTANZE E.N.I.T. ALL'ESTERO E ALLE FRONTIERE.

Particolarmente intenso è stato, durante il periodo in esame, il lavoro svolto dalle rappresentanze dell'Ente al fine di incrementare, nei limiti dei mezzi finanziari a disposizione, la propaganda del turismo italiano all'estero.

Stato di previsione  
per l'esercizio finanziario  
1962-63

Ministero del turismo  
e dello spettacolo

Tale lavoro risulta documentato nel seguente prospetto che riassume l'attività svolta, in alcuni settori propagandistici, da 29 rappresentanze site in 18 Paesi:

|                                 | Opuscoli,<br>manifesti,<br>diorami ecc. | Fotografie | Informazioni | Conferenze | Films  | Vetrine |
|---------------------------------|---|------------|--------------|------------|--------|---------|
| Argentina . . . . .             | 283.590                                 | 1.556      | 31.419       | 3          | 1.061  | 41      |
| Austria . . . . .               | 45.420                                  | —          | 48.297       | 1          | 2.661  | 2       |
| Belgio . . . . .                | 777.432                                 | 2.872      | 46.375       | 36         | 700    | 261     |
| Cile . . . . .                  | 16.673                                  | —          | 960          | —          | 245    | 49      |
| Danimarca . . . . .             | 309.961                                 | 893        | 8.610        | —          | 242    | —       |
| Egitto . . . . .                | 80.742                                  | 38         | 716          | —          | 142    | 25      |
| Francia . . . . .               | 1.051.571                               | 5.175      | 459.488      | 151        | 2.689  | 194     |
| Germania . . . . .              | 3.402.946                               | 6.546      | 1.749.231    | 81         | 6.181  | 201     |
| Gran Bretagna . . . . .         | 528.150                                 | 3.139      | 121.545      | 16         | 1.205  | 97      |
| Grecia . . . . .                | 452.557                                 | 1.556      | 22.517       | —          | 1.251  | 56      |
| Irlanda . . . . .               | 123.454                                 | 142        | 70.404       | 42         | 1.435  | 2       |
| Libano . . . . .                | 46.317                                  | 80         | 8.715        | 1          | 954    | 21      |
| Olanda . . . . .                | 695.026                                 | 2.912      | 102.280      | 85         | 3.180  | 132     |
| Spagna . . . . .                | 379.049                                 | 1.717      | 60.542       | 20         | 1.794  | 51      |
| Stati Uniti d'America . . . . . | 3.250.829                               | 11.008     | 191.338      | 41         | 2.754  | 196     |
| Svezia . . . . .                | 837.869                                 | 5.579      | 156.865      | 12         | 2.652  | 100     |
| Svizzera . . . . .              | 426.273                                 | 1.493      | 26.630       | 18         | 382    | 30      |
| Turchia . . . . .               | 51.877                                  | —          | 2.051        | —          | 37     | 10      |
|                                 | 12.759.736                              | 44.706     | 3.107.983    | 507        | 29.565 | 1.468   |

In particolare la Delegazione di *Parigi* ha curato i contatti con personalità ed organismi capaci di alimentare il movimento turistico verso l'Italia. Ha prestato la sua collaborazione per numerose conferenze proiettando documentari destinati ad illustrarle. Ha sviluppato il settore cinematografico con particolari proiezioni di cortometraggi presso Enti e Associazioni francesi. Ha partecipato con uno stand alla Fiera di Parigi, alla Mostra del Prodotto Italiano del Grande Emporio « Le Bon-Marché » di Parigi. Nel settore della stampa ha dato un notevole contributo a periodici e giornali con notizie, articoli e materiale fotografico.

---

È da ricordare che presso la Delegazione esiste un archivio fotografico ben fornito che è di grande utilità particolarmente per la stampa.

La Delegazione di *Nizza* ha curato il settore delle conferenze, le proiezioni di documentari, gli allestimenti vetrinistici svolgendo una particolare azione di propaganda presso scuole, istituti di cultura, Automobile e Touring Club, atta ad approfondire la conoscenza della Italia.

La Delegazione di *Francoforte* ha organizzato delle serie di conferenze, mattinate propagandistiche, serate filmistiche. Ha diretto anche una azione di propaganda presso ambienti industriali tedeschi e nei grandi magazzini ed empori a catena. Ha diramato numerosi comunicati stampa agli ambienti giornalistici; ha divulgato notizie inerenti a manifestazioni, ha compilato circolari informative contenenti notizie utili per i turisti tedeschi diretti in Italia. Ha collaborato, oltre che con le redazioni di giornali e riviste, con alcune Case Editrici per la pubblicazione di varie guide sull'Italia. Il Delegato ha impartito lezioni sull'Italia ad un corso d'istruzione per Agenti di Viaggio.

La Delegazione di *Dusseldorf* ha curato efficacemente il settore delle proiezioni cinematografiche e degli allestimenti vetrinistici. Ha promosso convenientemente e favorito viaggi e soggiorni in Italia di alte personalità tedesche e di esponenti di prestigio nei campi industriale, culturale, medico, ecc. curando poi con la dovuta tempestività e il dovuto garbo la massima diffusione delle notizie che riguardavano tali viaggi e soggiorni, creando così la premessa di una nuova azione di sicuro effetto nell'ambiente tedesco.

La Delegazione di *Monaco* ha dovuto registrare uno straordinario aumento di richieste di informazioni per iscritto e di prospetti. Ha realizzato una speciale azione di propaganda per le località italiane di sport invernali mediante vetrine allestite presso la Delegazione e presso Agenzie e Ditte di articoli sportivi. Ha partecipato all'Esposizione Internazionale del Turismo di Monaco, allestendo uno stand e, utilizzando lo stesso materiale per la suddetta Esposizione, ha allestito uno stand di dimensioni minori alla successiva Esposizione Internazionale dell'Artigianato che ha avuto luogo a Monaco. Ha continuato la periodica pubblicazione del Bollettino di informazioni per la stampa e le agenzie di viaggio, redatto dalla Delegazione stessa.

La Delegazione di *Londra* ha organizzato numerose pregevoli vetrine, molte manifestazioni di propaganda turistica e viaggi di personalità e agenti di viaggio inglesi. Tra questi vanno in particolar modo rilevati i voli inaugurali delle comunicazioni aeree tra la Gran Bretagna, la Sardegna e la Sicilia.

La Delegazione di *Zurigo* ha registrato un forte aumento di richieste di informazioni e prospetti. Ha collaborato alla grande azione di vendita dei prodotti italiani dei Grandi Magazzini Innovation di Losanna, fornendo larghe dotazioni di fotografie e di manifesti. Ha partecipato all'organizzazione del V Festival Eurovisivo della Canzone Italiana in Svizzera. Ottime relazioni ha intrattenute con le autorità svizzere del turismo, con le agenzie di viaggio svizzere, con la SWISSAIR, l'ALITALIA, l'Agenzia delle F.S. a Berna e le Ferrovie Federali Svizzere.

La Delegazione di *Stoccolma* ha dedicato particolari cure alle proiezioni dei documentari e degli allestimenti vetrinistici prendendo attiva parte a delle manifestazioni che ha seguito o promosso.

La Delegazione di *Vienna* ha collaborato con numerosi conferenzieri che hanno spontaneamente tenuto delle conferenze sull'Italia. Ha curato i contatti con le agenzie di viaggio e con ambienti austriaci sia di Vienna che delle altre provincie, interessati al turismo. Ha organizzato la Mostra per il Molise e svolto azione particolare in favore della Sagra Musicale Umbra. Ha seguito con particolare cura la nota delicata situazione determinatasi a causa delle crisi alto atesine, collaborando con le autorità diplomatiche per cercare di limitare le ripercussioni dannose al movimento turistico.

La Delegazione di *Barcellona* ha continuato a mantenere vivi rapporti con le agenzie di viaggio; ha ottenuto cordiale collaborazione dalle redazioni dei vari giornali e riviste spagnole, dalle varie radio spagnole, attraverso le quali sono stati diramati comunicati e notizie su avvenimenti culturali e turistici italiani. Ha partecipato a numerosi manifestazioni fra cui la Fiera Campionaria Internazionale di Valencia, di Barcellona, ecc. Ha inoltre organizzato numerose proiezioni cinematografiche continuando la serie di radiotrasmissioni « Mensaje de Italia ». Ha curato notevolmente l'allestimento delle vetrine di numerose agenzie di viaggio.

La Delegazione di *Madrid* ha mantenuto stretti rapporti con le Agenzie di viaggio, ha ottenuto molti appoggi redazionali, ha partecipato a importanti manifestazioni cinematografiche.

La Delegazione di *Atene* ha continuato a mantenere stretti contatti con i dirigenti delle agenzie di viaggio, con ambienti artistici e culturali, con giornalisti e dirigenti delle compagnie aeree e marittime.

La Delegazione di *Bruxelles* ha intensificato le proiezioni cinematografiche, il settore delle conferenze e gli allestimenti vetrinistici presso le principali agenzie di viaggio di Bruxelles, Anversa, Gand, Courtrai, Hasselt, Liegi, Spa, Namur, Ostenda, Lussemburgo, ecc.

La Delegazione di *Amsterdam* ha curato notevolmente il settore delle conferenze, delle proiezioni cinematografiche che hanno avuto luogo, oltre che ad Amsterdam, anche a L'Aja, Rotterdam, Tilburg, Euschede e Alkmarar. Particolare opera di propaganda ha svolto nel settore degli allestimenti vetrinistici. Ottime relazioni ha mantenuto con le agenzie di viaggio e organizzazioni varie interessate alla propaganda turistica.

La Delegazione di *New York* ha mantenuto stretti contatti con tutti gli ambienti interessati alla nostra propaganda, agenzie di viaggio, grandi magazzini, esponenti della radio e della televisione. Stretta è stata anche la collaborazione con i corrispondenti dei maggiori periodici.

La Delegazione di *New Orleans* ha curato i rapporti con agenzie di viaggio, con i « Travel Editors » dei giornali, fornendo loro notizie, fotografie e cortometraggi. Ha fatto proiettare cortometraggi turistici alla televisione ed ha ottenuto la possibilità di allestire vetrine sulla Italia presso grandi magazzini, alberghi, clubs, teatri, oltre che a New Orleans, a Miami, Atlanta, Dallas, Mamphis, ecc.

La Delegazione di *San Francisco* ha mantenuto molti attivi contatti con le agenzie e operatori turistici in San Francisco e nella zona di competenza; il Delegato ha partecipato alle riunioni periodiche delle varie associazioni di categoria, come lo Skat Club, Foreign Travel Club, A.S.T.A. e Travellers of California. Parimenti ha tenuto ottimi rapporti con gli esponenti della stampa, radio e televisione, ottenendo la più cordiale collaborazione all'azione della nostra propaganda. Ha partecipato a molte manifestazioni ed iniziative, fra cui è da ricordare la preparazione di un programma su Venezia che è stato utilizzato per programmi radiofonici trasmessi dalla rete nazionale NBC; la collaborazione con la Direzione delle Scuole di S. Carlos, di California, per un Festival Musicale Italiano per celebrare il Centenario dell'Unità d'Italia; la partecipazione con l'ALITALIA e il Consolato Generale d'Italia ad una « Settimana Italiana » nella cittadina di Sansulito. Numerose proiezioni cinematografiche sono state organizzate presso scuole, università, clubs, ecc.

La Delegazione di *Chicago* ha svolto notevole azione di propaganda con conferenze e proiezioni cinematografiche presso scuole, istituti, università, clubs, ecc. Sono stati particolarmente curati i contatti con agenzie di viaggio nelle zone di competenza. La Delegazione ha inoltre collaborato con altri Enti per fiere, mostre e varie manifestazioni.

Alle 44 rappresentanze dell'Ente all'estero e ai 10 Uffici di frontiera viene, in gran parte, inviato il materiale diffuso dall'E.N.I.T., materiale che, dal 1° luglio 1960 al 30 novembre 1961, ammonta a 175.267 colli del peso complessivo di kg. 939.482.

Diversi provvedimenti sono stati adottati per potenziare alcuni Uffici E.N.I.T. e rendere così più efficace la loro azione di propaganda. È stato, ad esempio, disposto il trasferimento della Delegazione E.N.I.T. di Buenos Aires in una nuova e migliore sede, di cui si è proceduto all'acquisto; è stata ufficialmente inaugurata, alla presenza dell'Ambasciatore d'Italia, la nuova sede della Delegazione E.N.I.T. di Lisbona, sita al centro della città e dotata di ampie vetrine; è stato infine effettuato il trasferimento dell'Ufficio di Bombay in più accoglienti locali concessi dall'ALITALIA.

Il Consiglio di Amministrazione ha deliberato l'apertura di una nuova Delegazione ad Helsinki, mentre sono allo studio la valorizzazione delle rappresentanze in Australia e in Canada e l'istituzione di una nuova rete di uffici in alcuni centri del Medio ed Estremo Oriente, quali Bagdad, Bangkok e Tokyo.

Le spese riguardanti il personale e il funzionamento degli Uffici E.N.I.T. all'estero ammontano a L. 573.727.233, di cui L. 231.040.375 per il pagamento delle competenze al personale e L. 342.686.858 per il funzionamento degli Uffici stessi. Gli uffici alle frontiere hanno comportato spese per complessive L. 12.059.001, delle quali L. 6.190.727 per le competenze al personale e L. 5.868.274 per il funzionamento.

## II. - PROPAGANDA EDITORIALE.

Le pubblicazioni periodiche dell'Ente sono:

« L'Italia »: di questa rivista edita mensilmente, in collaborazione con le Ferrovie dello Stato, sono stati pubblicati, nel periodo 1° luglio 1960 - 15 dicembre 1961, 18 numeri, ciascuno nelle edizioni italiana, francese, inglese e tedesca e con una tiratura di 22 mila copie;

« Vita Italiana »: è stato pubblicato il numero 26 di questa rivista, edita annualmente con una tiratura di 10 mila copie nelle lingue italiana, francese, inglese e tedesca. Il numero è dedicato alla Magna Grecia ed è illustrato da oltre 130 riproduzioni, delle quali circa 30 a colori. I testi sono del prof. Amedeo Maiuri, del prof. Bruno Lavagnini, del prof. Paolo Enrico Arias, del prof. Bruno Gentili, del prof. Attilio Stazio, del prof. Dinu Adamesteanu, del prof. Nevio De Grassi, del prof. Claudio Pellegrino Sestieri, di Elena Baggio, del prof. Carlo Curcio e di Giovanni Artieri;

« Libro dei giorni italiani »: Agenda E.N.I.T. per il 1961 dedicata alla vita italiana nel Rinascimento. Editò nelle lingue italiana, francese, inglese e tedesca e con una tiratura di 10 mila copie, il volume, di 160 pagine, presenta 36 illustrazioni stampate a 6 colori e 100 illustrazioni stampate in nero. Dopo una prefazione del Ministro per il Turismo e lo Spettacolo, on.le Folchi, seguono i testi del prof. Eugenio Garin, del prof. Luigi Volpicelli, del prof. Andrea Della Corte, del prof. Adalberto Pazzini, del prof. Gino Tani, del prof. Ugo Maraldi, di Alberto Spaini e di Elena Baggio;

« Organizzazione turistica italiana »: edito annualmente con una tiratura di 4 mila copie l'opuscolo contiene gli indirizzi di Enti e Associazioni interessate al turismo;

« Calendario avvenimenti » 1961: l'opuscolo indica le manifestazioni di particolare interesse turistico ed ha una tiratura di 150 mila copie nelle lingue italiana, francese, inglese e tedesca.

Alla data del 31 dicembre 1961 sono stati pubblicati il « Libro dei giorni italiani » 1962, dedicato al Natale nella storia, nei costumi e nell'arte e il « Calendario avvenimenti » 1962.

Sono stati pubblicati, inoltre, i seguenti opuscoli e pieghevoli:

« Carta schematica d'Italia »: tiratura 500 mila copie, nelle lingue italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca;

---

« Fonti e terme in Italia »: in occasione del Congresso dell'Associazione degli Industriali Idrotermali, svoltosi ad Ischia nell'ottobre 1958, venne realizzato l'opuscolo « Fonti e terme d'Italia » con una modesta tiratura di 100 mila esemplari nelle lingue italiana, francese, inglese e tedesca. La pubblicazione, risultata molto utile e interessante, è stata completamente aggiornata dal prof. Dino Scalabrino, Direttore dei Servizi Sanitari delle Terme di Montecatini. La seconda edizione ha avuto una tiratura di 300 mila copie, nelle lingue italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca.;

« I laghi italiani »: trattasi di un opuscolo destinato a diffondere la conoscenza di 188 località di villeggiatura che sui laghi costituiscono dei soggiorni ideali. Di tale opuscolo sono state stampate 300 mila copie nelle lingue italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca;

« Località montane estive in Italia »: la pubblicazione costituisce il completamento dell'opuscolo « Sport invernali in Italia », edito durante il precedente esercizio, in quanto considera 490 località montane solamente sotto il profilo estivo. La tiratura complessiva dell'opuscolo è di 300 mila copie, nelle lingue italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca;

« Le spiagge tirreniche »: l'opuscolo illustra 173 spiagge del Tirreno, fornendo utili dati sull'ubicazione, l'attrezzatura, le risorse e descrivendo i porticcioli e i fondali particolarmente adatti alla caccia subacquea. La tiratura complessiva dell'opuscolo è di 300 mila copie nelle consuete edizioni in lingua straniera;

« Le spiagge dell'Adriatico »: secondo gli stessi principi adottati nella precedente pubblicazione, l'opuscolo illustra 132 località balneari adriatiche. La tiratura di 300 mila copie è stata ripartita nelle varie lingue come gli altri opuscoli;

« Chiese romane »: come il precedente opuscolo dallo stesso titolo, edito durante lo esercizio 1959-1960, la pubblicazione è dedicata a circa 25 chiese di Roma ed il testo è stato affidato al prof. Carlo Galassi Paluzzi. L'opuscolo, di 100 pagine con copertina a 3 ante a 4 colori, contiene la descrizione di ogni chiesa corredata da una fotografia in bianco e nero o da una stampa antica e da una piantina informativa per facilitare la ricerca delle opere d'arte. La tiratura dell'opuscolo è di 50 mila copie nelle edizioni italiana, francese, inglese e tedesca. Esso è stato realizzato in collaborazione con l'Ente Provinciale per il Turismo di Roma;

« Rieti e la valle reatina »: il pieghevole, realizzato d'intesa con l'Ente Provinciale per il Turismo di Rieti, è stato stampato con una tiratura di 25 mila copie.

In considerazione del successo ottenuto all'estero dalla prima e dalla seconda collana di manifesti in fotocolor, l'Ente ha proceduto alla stampa di altri 13 soggetti per una tiratura complessiva di 260 mila copie, nelle edizioni italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca. I soggetti che fanno parte di questa terza collana sono i seguenti: Asti, Bomarzo (Viterbo), La Spezia, Piacenza, Positano, Rieti, Savona (Finale Ligure), Savona (Riviera di ponente), Tarquinia (Viterbo), Torbole, Trento, Tuscania, Viterbo. Con la distribuzione all'estero di queste copie, i manifesti E.N.I.T. in circolazione comprendono 62 soggetti con una tiratura complessiva di 1.120.300 esemplari.

È continuata la richiesta degli Enti Provinciali per il Turismo per la collana di riproduzioni fotografiche in bianco e nero, per la quale sono state realizzate altre 10 vedute con una tiratura di 1.000 copie per ciascun soggetto. Tali foto in rotocalco si sono dimostrate molto efficaci in quanto ritenute particolarmente adatte all'allestimento di vetrine ed ottime per la partecipazione dell'Ente a mostre ed esposizioni.

La complessa attività editoriale svolta dall'E.N.I.T. ha comportato una spesa di lire 209 milioni.

### III. - PROPAGANDA CINEMATOGRAFICA E RADIOTELEVISIVA.

Dopo la diffusione all'estero dei cortometraggi « Le Marche », « Il Piemonte », « San Remo e la riviera dei fiori » e « Un viaggio in riviera », si è preferito, nel periodo in esame, intensificare la stampa delle copie sia a passo normale (35 mm.) che ridotto (16 mm.) di tutti i soggetti già realizzati e maggiormente richiesti dalle rappresentanze E.N.I.T. all'estero.

Per la stampa di tali copie sono state spese lire 43.229.638, di cui lire 8.941.414 per copie a 35 mm. e 34.288.224 per quelle a 16 mm.

La propaganda radiotelevisiva all'estero, che ha comportato una spesa di lire 67.130.937, si è svolta con la stessa intensità degli esercizi precedenti.

Sono state messe in onda, dalle varie emittenti, le seguenti trasmissioni:

- da Radio Montecarlo: n. 52 programmi settimanali di 15' in lingua francese;
- da Radio Andorra: n. 52 programmi settimanali di 5' in lingua francese;
- da Radio Lussemburgo I: n. 52 programmi settimanali di 6' in lingua francese;
- da Radio Lussemburgo II: n. 52 programmi settimanali di 15' in lingua inglese;
- da Radio Lussemburgo III: n. 52 programmi settimanali di 15' in lingua olandese;
- da Radio Berlino: n. 52 comunicati settimanali di 30', in lingua tedesca;
- da Radio Rete Bavarese: n. 52 comunicati settimanali di 30'' in lingua tedesca;
- da Radio Brema: n. 52 comunicati settimanali di 30'' in lingua tedesca;
- da Radio Francoforte: n. 104 comunicati bisettimanali di 30'' in lingua tedesca;
- da Radio Saarbrücken: n. 52 comunicati settimanali di 30'' in lingua tedesca;
- da Radio 2 GB di Sydney: n. 52 programmi di 35' sull'Italia e sul turismo in lingua inglese;
- da Radio Nazionale di Spagna di Barcellona: n. 52 programmi settimanali di 30' sull'Italia e sul turismo in lingua spagnola;
- da Radio Nazionale di Spagna di Madrid: n. 52 programmi settimanali di 30' sulla Italia e sul turismo in lingua spagnola;
- dalla R.A.I. (onde corte): n. 52 programmi settimanali sul turismo in lingua francese destinati agli italiani residenti in Belgio;
- da Tele Lussemburgo: n. 52 trasmissioni televisive della durata di 10' (fotografie con commento parlato in francese);
- da Tele Montecarlo: n. 105 trasmissioni televisive della durata di 10' (fotografie con commento parlato in francese).

### IV. - PARTECIPAZIONE A FIERE, MOSTRE, ESPOSIZIONI, MANIFESTAZIONI VARIE.

Il ciclo dell'attività svolta all'estero elenca una serie di manifestazioni delle quali si segnalano le più interessanti:

- La Quindicina Gastronomica Piemontese, svoltasi a Zurigo;
- La Mostra dell'Artigianato Sardo, organizzata a Copenaghen;
- Il Salone Internazionale delle Invenzioni, in compartecipazione con gli Enti Provinciali per il Turismo di Firenze e Venezia;
- La Mostra Turistica alla Galleria Machennam di Glasgow;
- La Mostra del Prodotto Italiano presso i Magazzini Lafayette di Casablanca;
- La Serata Folcloristica Italiana a Città del Messico;
- La Fiera Internazionale di Nizza;
- Le Settimane Gastronomiche Liguri di Dusseldorf e Bonn;



- 
- La Settimana Italiana in Guatemala;  
 La Band Easter Show di Johannesburg;  
 La Esposizione del Turismo e Mar del Plata;  
 La Mostra Culturale-Turistica a Tokyo;  
 L'Italian Fortnigt a Birmingham;  
 La International Exhibition of Children's Books a Petah Tikva;  
 La Settimana Veneta di Amsterdam;  
 La Mostra del Cartellone Turistico a Lugano;  
 La Fiera Internazionale di Tolosa;  
 La Esposizione Internazionale del Turismo e della Gastronomia a Monaco di Baviera  
 (stand turistico premiato con medaglia d'oro e premio « Città di Monaco »);  
 La 2ª Tavola Rotonda del Turismo a Casablanca;  
 La Mostra delle Ville Venete a Dusseldorf;  
 Il Festival Internazionale di Addis Abeba;  
 La Fiera Internazionale di Valencia;  
 La Fiera Internazionale Primaveraile a Francoforte;  
 La Esposizione di Campeggio a Lisbona;  
 La Settimana del Prodotto Italiano a Colonia (partecipazione premiata con medaglia  
 d'oro);  
 La Mostra Glimpses of Wander and Beauty Tourism Exhibition a Bombay;  
 La Fiera Internazionale di Goteborg;  
 La Esposizione Industriale e Commerciale di Beirut;  
 La Fiera di Parigi;  
 La Fiera Internazionale di Lisbona;  
 La Mostra del Prodotto Italiano a Salisbury;  
 La Fiera Campionaria Internazionale di Barcellona;  
 La Fiera Internazionale di Salonicco;  
 La Fiera Internazionale di Sydney;  
 La Fiera Internazionale di Marsiglia;  
 La Fiera Internazionale del Pacifico a Lima;  
 La Fiera Internazionale di Toronto;  
 La Fiera Internazionale di Casablanca;  
 Le Manifestazioni di propaganda ortofrutticola e Settimana della cucina Triveneta  
 a Londra;  
 La Fiera Internazionale di Montreal;  
 La Mostra Industriale Italiana a Montevideo;  
 La International Cultural Exhibition di Rangoon;  
 La Mostra dei prodotti italiani in Norvegia, organizzata ad Oslo;  
 La Fiera Internazionale di Francoforte;  
 La Esposizione Internazionale di Fotografia Artistica a Saigon;  
 Il Festival della Canzone Italiana in Svizzera;  
 La Settimana Internazionale del film di turismo e di folclore, organizzata a Bruxelles;  
  
 Il III Festival Internazionale del film turistico a 16 mm. a Marsiglia (partecipazione  
 premiata con medaglia di bronzo per il film « Roma »);  
 Il Concorso Manifesti Turistici organizzato dall'Asta a New York;  
 Il Concorso Internazionale di Manifesti Turistici organizzato dall'U.I.O.O.T. a Monaco  
 di Baviera.

Si ritiene opportuno ricordare che, in occasione della XVII Olimpiade, l'Ente ha organizzato la rievocazione di cinque manifestazioni storiche prescelte d'intesa con il C.O.N.I.

Per divulgare, specie all'estero, la conoscenza di tali manifestazioni, ma soprattutto l'origine storica che le ha determinate, è stata curata la pubblicazione di un opuscolo in

cinque lingue con una tiratura di 300 mila copie, che riporta le notizie sul Palio dei Balestrieri, conteso tra Gubbio e San Sepolcro; la Giostra della Quintana di Foligno; il Gioco del Calcio Fiorentino; la Giostra della Quintana di Ascoli Piceno e il Gioco del Ponte di Pisa.

È stato stampato inoltre un manifesto, con una tiratura di 35 mila copie la maggior parte delle quali affisse in tutta Italia, per determinare un eccezionale afflusso alle competizioni stesse che si sono svolte secondo il seguente calendario:

- Palio dei Balestrieri - Circo Massimo - 20 agosto (edizione notturna);
- Quintana di Foligno - Circo Massimo - 21 agosto (edizione diurna);
- Calcio Fiorentino - Piazza di Siena - 28 agosto (edizione diurna);
- Quintana di Ascoli Piceno - Circo Massimo - 4 settembre (edizione diurna);
- Gioco del Ponte di Pisa - Circo Massimo - 10 settembre (edizione notturna).

La prima manifestazione, con l'intervento del Presidente del Consiglio dei Ministri, di Ministri, di Ambasciatori e di tutte le più alte cariche dello Stato, si è svolta alla presenza di una folla di 25 mila spettatori, nella maggioranza stranieri, e vi hanno preso parte 350 figuranti circa.

Nella seconda manifestazione il pubblico saliva a 40 mila persone, entusiasta di una competizione che vedeva avvicinarsi 500 comparse.

La manifestazione a Piazza di Siena, il Calcio Storico Fiorentino, registrava un imponente afflusso di pubblico, in ogni ordine di posti e si concludeva con il corteo, di oltre 500 figuranti che, attraverso Via Veneto, di sera, preceduto da 100 torcieri e cadenzato dal rullo dei tamburi, suscitava un grande entusiasmo.

La quarta manifestazione, al Circo Massimo, si effettuava con l'assenso e l'ammirazione di 60 mila persone. Per la prima volta questa edizione della Quintana di Ascoli Piceno veniva ripresa in uno speciale programma televisivo.

L'ultima delle cinque competizioni, l'antico gioco del Ponte di Pisa, presentata nella notte del 10 settembre, concludeva degnamente il ciclo delle rappresentazioni perchè vedeva nel palco delle autorità, per tutta la durata dello spettacolo, il Presidente della Repubblica, circondato dai Ministri e dagli Ambasciatori stranieri, accreditati presso il Governo e presso la Santa Sede. Un pubblico di 70 mila persone documentava, con la sua presenza, il successo di una iniziativa che costituiva, per gli osservatori stranieri, la novità più sensazionale dei Giochi Olimpici e suggeriva alla delegazione giapponese lo studio del proprio folclore per ripetere un abbinamento del genere nelle prossime Olimpiadi di Tokyo.

#### V. - PROPAGANDA INSERZIONISTICA E REDAZIONALE - « PUBLICITY ».

L'Ente effettua la propria azione di propaganda in favore del turismo verso l'Italia su giornali, settimanali, riviste, annuari e numeri speciali turistici di quasi tutti i Paesi europei e di molti dei continenti africano, americano ed asiatico. Tale azione di propaganda viene effettuata mediante inserzioni di diverso formato che illustrano tutti gli aspetti tipici di richiamo del nostro Paese. A tale scopo è predisposto anche il materiale per la pubblicazione (bozzetti) ed è curata la redazione dei testi nelle varie lingue.

In ossequio al principio di coordinamento della propaganda con gli Enti periferici del turismo italiano, l'E.N.I.T. offre, inoltre, la propria collaborazione tecnica ai piani di pubblicità di Enti Provinciali per il Turismo e di Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo predisponendo, anche in questo caso, testi plurilingue e bozzetti ed erogando un proporzionale contributo finanziario per l'esecuzione del piano di pubblicità stesso.

Inoltre, negli Stati Uniti d'America, viene realizzato un piano di « publicity » comprendente la produzione e diffusione di cortometraggi cinematografici e televisivi e di shorts da inserirsi nei cinegiornali e nei telegiornali; la pubblicazione sulla stampa di articoli, fotografie, servizi di intere pagine e notizie, nonché la diffusione di manifesti per vetrina in luoghi e ambienti particolarmente frequentati dal pubblico (banche, grandi magazzini, stazioni ferroviarie e di autolinee, ecc.).

La propaganda redazionale viene effettuata attraverso la collaborazione con giornali, scrittori e inviati speciali, agevolando il loro contatto con i vari ambienti turistici, fornendo loro itinerari, schemi di articoli, programmi di lavoro, consigli e materiale di studio, mantenendo un continuo contatto con gli esponenti della stampa estera in Italia per orientare il loro interesse verso gli aspetti turistici del Paese, provocando di conseguenza la pubblicazione di articoli e di libri sull'Italia; inviando direttamente articoli, fotografie e materiale di informazione a riviste e giornali dei più importanti Paesi del mondo e alle rappresentanze E.N.I.T., che sono in grado di ottenere la pubblicazione gratuitamente.

Gli articoli, i reportages fotografici, le interviste, le trasmissioni radio televisive ottenute attraverso l'attività redazionale hanno dato alla propaganda turistica un apporto valutabile, sul piano del costo della pubblicità inserzionistica, diverse decine di milioni di lire.

#### PROPAGANDA INSERZIONISTICA.

Nel periodo dal 1° luglio 1960 al 30 giugno 1961 sono state effettuate 1.812 inserzioni su 371 giornali, settimanali, riviste, numeri speciali ed annuari di 29 Paesi, aventi come oggetto il richiamo esercitato dall'Italia in favore delle correnti turistiche straniere e, in particolare, il folclore, le spiagge, le stazioni termali, le manifestazioni artistiche, la gastronomia, le stazioni invernali, l'artigianato, le località montane, le città d'arte ed i laghi.

Sono state inoltre effettuate 864 inserzioni su 256 quotidiani, settimanali, riviste, numeri speciali di 21 Paesi per conto di Enti Provinciali per il Turismo e di Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo ai quali è stato anche erogato dall'E.N.I.T., come si è accennato, un proporzionale contributo finanziario.

#### « PUBLICITY ».

Nel periodo 1° luglio 1960 - 30 giugno 1961 la « publicity » eseguita ha fornito i seguenti risultati:

*Stampa.* - Sono stati pubblicati articoli, fotografie e servizi fotografici in 2.254 giornali e riviste negli Stati Uniti d'America. Le località descritte sono state le seguenti: Liguria, Lazio, Campania, Basilicata, Marche, Puglie, Toscana e Calabria. Il materiale è stato pubblicato, tanto nella parte generale della stampa, come pure nei speciali supplementi turistici di grandi quotidiani di New York, Boston, Chicago, Detroit, Los Angeles, San Francisco, Philadelphia e New Orleans.

*Cinema.* - Un documentario a colori dal titolo « The Roman Way » è stato diffuso negli Stati Uniti d'America dalla Metro Goldwyn Mayer con un circuito previsto, nel termine di un anno, di 8.000 sale cinematografiche. Questo film è stato prodotto con lo specifico scopo di far conoscere l'itinerario turistico - lungo la costa tirrenica - da Roma a Reggio Calabria.

Il film della durata di 12 minuti, partendo da Roma ha mostrato le località di Sperlonga, Gaeta, Napoli, Amalfi, Salerno, Palinuro, Maratea, Praia, Amantea, Pizzo di Calabria e Palmi.

*Propaganda televisiva.* — Sono stati prodotti due documentari della durata di 13 minuti ciascuno, dai titoli « All about Turin » su Torino, i suoi dintorni e le sue caratteristiche, diffuso in 19 stazioni televisive e « The tale of two rivers » su Arezzo e la sua provincia diffuso in 47 stazioni televisive. Sono stati diffusi n. 3 soggetti per telegiornali su Michelangelo, la Giostra del Saracino e Camaldoli, utilizzati in n. 10 telegiornali.

I documentari « Rome wasn't built in a Day » e « Florence » prodotti per i contratti degli anni passati sono stati diffusi con un nuovo procedimento televisivo da uno speciale aereo per un programma per le scuole. La trasmissione ha raggiunto 500.000 studenti, ed è stata effettuata dal « Midwest Program on Airborne Television ».

Sono stati forniti 12 documentari prodotti nei contratti passati alla NBC per uno speciale programma di una settimana dedicato al Centenario dell'Unità dell'Italia. Il programma « Salute to Italy » è stato tenuto dal 12 al 19 marzo 1961.

Sono stati ottenuti con i documentari prodotti negli scorsi anni n. 82 trasmissioni alla Televisione Australiana.

*Attualità televisive e cinematografiche.* — Sono stati diffusi n. 14 cinegiornali e telegiornali sui seguenti soggetti: Arezzo, Torino, Michelangelo, Giostra del Saracino, Isernia, Velia, Bambole Lenci e « gianduiotti » e spiagge italiane.

*Manifesto per vetrine.* — È stato diffuso attraverso organizzazioni specializzate, un manifesto per vetrine, esposto in 200 mila vetrine delle più grandi città degli Stati Uniti: New York, Chicago, Boston, Cincinnati, St. Louis, Richmond, San Francisco, Los Angeles, Portland, New Orleans, ecc. Il manifesto concerneva il Concorso Ippico sulla neve al Sestriere.

*Spettacoli.* — È stata fornita collaborazione artistica per la realizzazione al Radio City Music Hall di New York, per la durata di quattro settimane, di una grandiosa rappresentazione dal titolo « Viva l'Italia », allestita in occasione del Centenario dell'Unità e comprendente la rievocazione dell'epopea risorgimentale in un quadro musicale e folcloristico.

*Propaganda redazionale.* — A titolo esemplificativo si elencano qui di seguito alcuni tra i Paesi le cui più importanti pubblicazioni e reti radiotelevisive hanno dedicato all'Italia pagine, edizioni e trasmissioni speciali nel periodo in esame:

*Trasmissioni Radio TV — Documentari e Interviste:*

Argentina: Radio Rio della Plata.

U.S.A.: C.S.B. Columbia Broadcasting System — realizzate riprese televisive per trasmissioni sulle città d'arte;

Dudley Pictures Corporation — Hollywood;

Columbia Broadcasting System — trasmissioni musicali italiane;

Columbia Broadcasting System — collaborazione artistica e tecnica per riprese documentario televisivo su Roma per dieci ore di trasmissione seguite da decine di milioni di spettatori.

Gran Bretagna: British Independent Television — servizio sull'Isola d'Elba.

*Libri e Guide:*

Finlandia: « Teatri Lirici Italiani » — Helsinki.

Inghilterra: « Jet Age Guide » — Ed. Fodor.

U.S.A.: « Ristoranti Panoramici » — J. Klein.

Ungheria: « Viaggio in Italia » — Ferenc Kibedy — Budapest.

U.S.A.: « Newman's Guides ».

*Numeri speciali - Reportages fotografici e interviste:*

Belgio: « Journal des Voyages » - Bruxelles.

U.S.A.: « National Geographic Magazine » - Washington (dedicato al Centenario della Unità d'Italia).

U.S.A.: « United Press » - intervista sul turismo italiano.

Israele: « Ha' Aretz » Tel Aviv - intervista sul turismo italiano.

Gran Bretagna: « Daily Express » London - intervista sul turismo italiano.

Egitto: « Akbar Elyom » - Il Cairo - Intervista sul turismo italiano.

*Brevi corsi informativi sul turismo:*

Delegazione dei Capi turistici del Governo Jugoslavo;

Capo del Turismo Somalo;

Press È Information Officer Mr. Abdul Rabah - Gerusalemme (Jordan Tourist Authority).

*Articoli, Informazioni e Fotografie diffusi alla stampa per numeri speciali o per reportage di particolare importanza:*

Die Wochen Presse, Wien - Neues Osterreiches, Wien - Vogue, Australia - Holiday È Travel, Sydney - The Daily Telegraph, Sydney - Le Figaro, Paris - Le Ski, Paris - Le Provençal, Marseille - Guides Noria, Paris - Marie-Claire, Paris Journal de Tournon, Nice - Rheinische Merkur, Coblenza - Die Zeit, Hamburg - Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt - Die Mode Tag, Berlin - Die Welt, Hamburg - Stuttgarter Nachrichten, Stuttgart - Frankfurter Neue Presse, Frankfurt - Bi-Peninsular Magazine, Bombay - Illustrated Weekly of India, Bombay - Goteborg Posten, Stoccolma - Aftonbladet, Stoccolma - L'Italia, San Francisco - Star Sentinel, Chicago - Los Angeles Times - Los Angeles - King Feature Syndicate, New York - New York Times, New York - House È Garden, New York - The Atlantic, Boston - Stuttgarter Kurier am Abend, Stuttgarter - Deutschezeitung dienst, Bonn - A.B.C., Madrid - Munchner Merkur, Munchen - Tribune de Genève, Genève - Journal de Noticias, Oporto - Belfast Telegraph, Belfast - Action Automobile et Touristique, Paris - El Hogar, Buenos Aires - La Nacion, Buenos Aires - Christian Science Monitor, Buenos Aires - Holiday, New York - Time-Life, New York - Travel Magazien, New York - Travel Agents, New York - Elegante Welt, Hamburg - La Capital, Rosario - Dagens Nyheter, Stoccolma - Berliner Morgenpost, Berlino - L'Oeil, Paris - Cosmopolitan Magazine, New York - Readers'Digest, New York, ecc.

Per consolidare ed estendere questa proficua rete di rapporti con la stampa estera, sarà prossimamente realizzata la pubblicazione nelle principali lingue straniere di un bollettino stampa di notizie turistiche selezionate per l'invio regolare alle redazioni che nel loro stesso interesse non mancheranno d'inserire nelle loro edizioni.

Le spese relative alle forme di propaganda dianzi illustrate ammontano a L. 182 milioni.

**VI. - OSPITALITÀ.**

L'attività svolta in questo settore, in appoggio alle iniziative propagandistiche dello Ente, è stata notevolmente intensificata, rispetto a quella degli anni precedenti, e ciò proprio in considerazione dei lusinghieri risultati ottenuti.

Tale attività, nel periodo dal 1° luglio 1960 al 31 dicembre 1961, si è estrinsecata in diverse forme di ospitalità ed assistenza che costituiscono, indubbiamente, un valido mezzo

---

di propaganda per i frutti insperati che possono derivare, sia nel campo delle « public relations » che in quello della propaganda redazionale.

Come per il passato, è stata data, infatti, ospitalità ed ampia assistenza a numerosi giornalisti, scrittori, cineasti e radiotelecronisti interessati al settore del turismo e, nel periodo immediatamente precedente alle Olimpiadi, sono stati realizzati anche gli ultimi viaggi di propaganda, iniziatisi fin dal novembre 1958 in collaborazione con il C.O.N.I., con l'Ente Provinciale per il Turismo di Roma, con l'ALITALIA e con la C.I.T., ed ai quali hanno preso parte personalità del mondo turistico, sportivo e giornalistico di ben, complessivamente, 31 Paesi europei ed extra-europei.

Al fine di potenziare i rapporti con gli operatori turistici stranieri, sono stati incrementati, con la collaborazione dell'ALITALIA, Pan American, Lufthansa, T.W.A., S.A.S., B.E.A., Canadian Pacific Airlines, ecc., gli « educational tours » per direttori ed impiegati di banco delle agenzie di viaggio, i quali hanno avuto così modo di approfondire la conoscenza delle nostre attrattive turistiche e di potersene successivamente avvalere nei contatti con la propria clientela.

Sempre in collaborazione con le suddette Società e soprattutto con l'ALITALIA sono stati realizzati anche numerosi « Interline tours » per funzionari di compagnie aeree e si è contribuito alla organizzazione della grande riunione annuale degli « America Reservation Managers » svoltasi questo anno in Italia.

Particolarmente interessante è stata l'iniziativa presa in occasione del Congresso ASTA che ha avuto luogo a Cannes nell'ottobre scorso e che ha permesso, con il concorso delle F.S., delle Compagnie Aeree e Marittime, della C.I.A.T., della Società Autostradale di Milano, della F.A.I.A.T. e di alcuni Enti Provinciali per il Turismo ed Aziende Autonome di cura, soggiorno e turismo, l'organizzazione di Pre e Post Convention Tours, i quali hanno dato modo ad oltre 200 agenti di viaggio americani di visitare l'Italia, Sicilia e Sardegna comprese.

Com'è noto, il Congresso ASTA (American Society Travel Agents) è, nel mondo degli operatori turistici, il più importante avvenimento dell'anno, poichè in tale occasione si predispongono le campagne propagandistiche per la prossima stagione turistica, si studiano i mercati, si concludono accordi con gli albergatori, ecc.

Per l'acquisizione di nuovi mercati è oggi di capitale importanza la creazione di collegamenti sempre più rapidi e frequenti e, per tale ragione, apprezzandone enormemente i vantaggi, l'E.N.I.T. ha dato ogni possibile appoggio, nell'ambito delle sue competenze, all'organizzazione dei voli inaugurali di nuove linee aeree con turboreattori e dei servizi di traghetti che collegano l'Italia alla Grecia.

Notevoli risultati propagandistici, non solo sotto il profilo turistico, ma anche per lo sviluppo dei rapporti culturali e commerciali tra il nostro Paese e l'India, si sono avuti anche con la realizzazione dell'Anno Bipeninsulare italo-indiano, una iniziativa promossa sotto gli auspici del Consolato Generale d'Italia a Bombay e che ha permesso a diverse migliaia di turisti indiani (professionisti, commercianti, alti funzionari statali, uomini politici, studenti, grandi proprietari e tra questi vari maharaja e maharani) di visitare Roma, Firenze, Venezia e Milano, secondo un programma appositamente predisposto dall'E.N.I.T.

Per l'attuazione del suo programma di attività, l'Ente si è avvalso spesso dell'appoggio degli Assessorati Regionali per il Turismo, degli Enti Provinciali per il Turismo e delle Aziende Autonome di cura, soggiorno e turismo, ed ha mantenuto sempre costanti contatti, oltre che con le rappresentanze E.N.I.T. all'estero, anche con i dirigenti degli Uffici Turistici stranieri e delle principali agenzie di viaggio, con le Ambasciate, i Consolati e gli Istituti Italiani di Cultura.

Nel campo delle « public relations » si sono avuti rapporti di stretta collaborazione con l'U.S.I.S., con il C.R.U.E.I., con l'A.N.I.M.S.A., con il Centro di Azione Latina, con l'Organizzazione Universitaria Intercambio Panamericana e con altre note Associazioni culturali per le quali sono state organizzate conferenze, proiezioni di documentari e viaggi.

Dettagliati programmi di viaggio, riguardanti soprattutto l'Italia meridionale, sono stati spesso suggeriti e preparati per scrittori, giornalisti e studiosi stranieri, come pure sono stati assistiti e ospitati i vincitori di importanti concorsi letterari, turistici, giornalistici, televisivi e anche scolastici, svoltisi in diversi Paesi europei ed extra-europei.

#### VII. - INFORMAZIONI - ISTRUZIONE PROFESSIONALE - TRADUZIONI.

Nel periodo 1° luglio 1960 - 30 novembre 1961 l'Ente ha ricevuto 12.125 richieste scritte di informazioni, di cui 3.982 in inglese, 3.575 in francese, 2.132 in tedesco, 1.804 in italiano, 560 in spagnolo, 84 in portoghese, 161 in fiammingo, 1 in turco. Le richieste verbali di informazioni sono state 13.938.

Nel periodo in esame sono stati redatti e diffusi il quaderno di informazioni n. 13 « Complessi ricettivi minori » di 84 pagine che illustra i parchi di campeggio, gli ostelli per la gioventù, i villaggi turistici e bungalows, le scuole e pensioni riservate ai ragazzi, i pensionati universitari, le case per ferie e i servizi di Baby-sitting; e il quaderno n. 18 « Complessi di interesse zoologico e botanico » di 98 pagine che raccoglie notizie di carattere descrittivo e pratico sui parchi nazionali, sulle foreste ed i boschi, sugli orti botanici, i musei di storia naturale, ecc. Sono stati pure diffusi 45 comunicati contenenti notizie di carattere pratico e relative a manifestazioni di particolare interesse turistico. Sono stati, infine, definiti 502 reclami di turisti: le relative pratiche hanno comportato rimborsi per lire 1.458.058. I predetti reclami di turisti riguardano le seguenti questioni: 188 contro alberghi; 133 contro ditte; 85 reclami vari; 16 contro le Ferrovie; 23 per furto; 37 contro agenzie di viaggio; 15 contro le Dogane e 5 contro ristoranti. In gran parte i reclami pervengono da turisti statunitensi, seguiti da turisti inglesi e, a larga distanza, da turisti francesi e tedeschi.

L'Ente ha curato la raccolta, l'elaborazione e la periodica trasmissione dei dati del « Bollettino della neve ». Una volta alla settimana, da tutte le stazioni del programma nazionale, sono trasmessi dalla R.A.I. i dati sulle località, l'altezza e lo stato della neve di 166 stazioni di sport invernali. Il « Bollettino della neve » è normalmente trasmesso dai primi di dicembre alla fine del mese di marzo di ogni anno.

L'Ufficio Traduzioni dell'Ente ha provveduto alle seguenti traduzioni nelle varie lingue: 1.038 per la rivista « L'Italia »; 217 per i vari servizi dell'Ente; 214 per conto di Enti Provinciali per il Turismo, Aziende Autonome di cura, soggiorno e turismo e Pro Loco.

Per quanto riguarda l'istruzione professionale, si rileva che l'Ente ha erogato, per l'anno scolastico 1960-1961, contributi per l'ammontare di lire 2.850.000 a istituti professionali turistici ed alberghieri.

#### VIII. - BIBLIOTECA - FOTOTECA - VETRINE.

##### *Biblioteca.*

È stato arricchito il patrimonio librario, assicurando alla biblioteca varie pubblicazioni sull'Italia di scrittori stranieri, nonché saggi, studi, relazioni e opere sui problemi del turismo.

##### *Fototeca.*

La fototeca ha distribuito in Italia e all'estero 48.710 fotografie in bianco e nero formato 13 × 18 e 18 × 24; 1.100 ingrandimenti fotografici; 2.141 cartelli fotografici in bianco e nero e a colori; 1.510 diapositive a colori formato leica per conferenze; 570 diapositive a

colori formato 6 × 6 per riproduzioni. Sono state messe a disposizione della Direzione Generale delle Ferrovie 13.350 fotografie in bianco e nero formato 22 × 27, destinate alla esposizione nelle carrozze ferroviarie. È stato arricchito il patrimonio della fototeca con l'acquisto di 1.135 negativi in bianco e nero; 1.432 diapositive a colori formato leica e 400 diapositive a colori formato 6 × 6.

#### *Vetrine.*

È stata particolarmente curata la propaganda a mezzo di vetrine e, per tale motivo, sono stati inviati alle rappresentanze dell'E.N.I.T. all'estero oggetti dell'artigianato italiano, bambole in costume regionale e diorami, nonché altro materiale utile per l'allestimento di vetrine presso le agenzie di viaggi e gli uffici E.N.I.T. stessi. Nel periodo in esame sono stati distribuiti alle rappresentanze all'estero 143 diorami, 25 riproduzioni di opere d'arte, 92 bambole, 385 oggetti dell'artigianato e 256 fotografie e ingrandimenti fotografici.

In questo settore è da rilevare la collaborazione data ad alcune grandi ditte straniere per l'allestimento di esposizioni di prodotti italiani. Tra queste, basterà accennare ai grandi magazzini « Selfridges » di Londra e quelli della « Allied Stores », una vasta catena di negozi americani che ha realizzato, nelle principali città degli Stati Uniti, una imponente rassegna pubblicizzata con lo slogan « Carnevale italiano in U.S.A. ».

#### IX. - STATISTICHE DEL TURISMO.

Dal 1° luglio 1960 al 15 dicembre 1961, l'Istituto ha effettuato varie rilevazioni statistiche, pubblicando i dati nel bollettino trimestrale « Statistica del turismo ».

Sono stati pubblicati i bollettini nn. 41-42, 43, 44 e 45-46, nei quali figurano i dati riguardanti le seguenti statistiche:

- 1) statistica del movimento di frontiera dal 1948 al 1961;
- 2) statistica degli stranieri entrati in Italia nel 1960 e nel primo semestre del 1961;
- 3) stranieri entrati in Italia nell'anno 1960, distinti per transiti e nazionalità;
- 4) andamento mensile del traffico degli stranieri entrati in Italia nel 1959 e nel 1960, distinti per nazionalità;
- 5) stranieri entrati in Italia, nel 1959 e 1960, distinti per mesi e per singoli transiti;
- 6) stranieri entrati in Italia, nel 1959 e 1960, distinti per vie di accesso, per nazionalità e per mesi;
- 7) clienti ospitati negli esercizi alberghieri distinti per tipo e categoria, dal 1951 al 1960 e numeri indici;
- 8) attrezzatura ricettiva dal 1949 al 1960, distinta per tipo e categoria di esercizio; e numeri indici;
- 9) clienti ospitati negli esercizi alberghieri nel 1959 e nel 1960, distinti per nazionalità, tipo e categoria di esercizio;
- 10) movimento mensile dei clienti ospitati negli esercizi alberghieri negli anni 1959 e 1960;
- 11) clienti stranieri e italiani ospitati nel 1959 e nel 1960 negli esercizi alberghieri distinti per tipo, categoria e regione;



- 
- 12) movimento mensile dei clienti italiani e stranieri ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi alberghieri delle varie regioni;
  - 13) clienti ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi alberghieri distinti per tipo, categoria e regione;
  - 14) movimento mensile dei clienti ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi alberghieri delle varie regioni;
  - 15) clienti ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi alberghieri delle varie regioni;
  - 16) viaggiatori ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi extralberghieri delle varie regioni;
  - 17) movimento mensile dei viaggiatori ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi extralberghieri delle varie regioni;
  - 18) viaggiatori ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi alberghieri ed extralberghieri, distinti per regioni, provincie e Stazioni di cura, soggiorno e turismo;
  - 19) movimento dei forestieri ospitati nel 1959 e 1960 negli esercizi alberghieri ed extralberghieri delle singole Stazioni di cura, soggiorno e turismo;
  - 20) forestieri ospitati negli esercizi alberghieri ed extralberghieri dei vari gruppi di stazioni di cura, soggiorno e turismo;
  - 21) viaggiatori ospitati nel 1960 negli esercizi alberghieri ed extralberghieri delle stazioni di cura, soggiorno e turismo, distinti per nazionalità;
  - 22) clienti ospitati nel 1960 negli esercizi alberghieri nelle stazioni di cura, soggiorno e turismo, distinti per categoria di esercizio e nazionalità;
  - 23) andamento delle vendite dei buoni benzina effettuate dall'E.N.I.T. all'estero (litri venduti);
  - 24) andamento della vendita dei buoni benzina effettuata dall'E.N.I.T. all'estero (introiti in lire);
  - 25) buoni benzina venduti agli stranieri, in Italia e all'estero, dal 1936 al 1938 e dal 1951 al 1961;
  - 26) traffico medio giornaliero di autoveicoli registrato al posto di frontiera italo-francese di Ponte San Luigi nel 1959 e nel 1960;
  - 27) numero dei visitatori degli Istituti d'Antichità e d'Arte dello Stato, dal 1936 al 1938 e dal 1949 al 1961;
  - 28) gettito dell'imposta di soggiorno dal 1929 al 1942 e dal 1947 al 1961, e ripartizione dei proventi negli anni dal 1939 al 1942 e dal 1947 al 1961;
  - 29) attrezzatura alberghiera esistente in Italia negli anni 1960 e 1961;
  - 30) numero delle località e degli esercizi inseriti nell'« Annuario alberghi d'Italia » dell'E.N.I.T. negli anni 1960 e 1961;
  - 31) movimento dei visitatori degli Istituti d'Antichità e d'Arte dello Stato, distinti per località e raggruppati per regione - anni 1958-1959;
  - 32) movimento turistico durante i Giochi della XVII Olimpiade - Roma 1960;
  - 33) numero dei visitatori degli Istituti d'Antichità e d'Arte non dipendenti dallo Stato, distinti per località e raggruppati per regione negli anni 1958-1959;
  - 34) gettito dell'imposta di soggiorno negli anni 1957, 1958 e 1959, accertato nelle singole provincie;
  - 35) situazione regionale alberghiera al 31 maggio 1949, al 1° gennaio 1955 ed al 30 settembre 1960;

- 
- 36) situazione al 30 settembre 1960 dell'attrezzatura alberghiera delle varie provincie e regioni;
  - 37) attrezzatura alberghiera esistente in Italia negli anni 1959 e 1960;
  - 38) percentuali di composizione dell'attrezzatura alberghiera, per categoria di esercizi, negli anni 1949, 1959 e 1960;
  - 39) rapporti di frequenza fra gli elementi componenti l'attrezzatura alberghiera, negli anni 1949, 1959 e 1960;
  - 40) addensamento medio regionale degli esercizi alberghieri per ogni 1.000 kmq.;
  - 41) percentuali di distribuzione stagionale e regionale delle presenze alberghiere nel 1958 e 1959;
  - 42) percentuali di distribuzione stagionale e per nazionalità delle presenze registrate negli esercizi alberghieri nel 1958 e 1959;
  - 43) traffico ferroviario in Italia negli anni 1938, 1958, 1959 e 1960;
  - 44) autoveicoli circolanti in Italia nel 1938, nel 1946 e dal 1954 al 1959;
  - 45) autoveicoli nuovi di fabbrica, distinti per specie, iscritti annualmente al P.R.A., nel 1938, nel 1946, e dal 1954 al 1960;
  - 46) gettito dell'imposta di soggiorno dal 1929 al 1942 e dal 1947 al 1960, e ripartizione dei proventi negli anni dal 1939 al 1942 e dal 1947 al 1960;
  - 47) spesa del pubblico secondo il tipo di spettacolo nel 1938 e dal 1948 al 1959 e ripartizione della spesa per regioni;
  - 48) situazione degli impianti di linee funicolari, funivie e seggiovie e numero delle persone trasportate nel 1958;
  - 49) statistiche turistiche internazionali;
  - 50) bollettino meteorologico.

Le statistiche sono state attuate o elaborate dall'Ente, in collaborazione anche con gli Enti Provinciali per il Turismo, le Aziende Autonome di cura, soggiorno e turismo, il Ministero della Pubblica Istruzione, Automobile Club d'Italia, l'Ente autotrasporti merci, ecc., in pieno accordo con la Direzione Generale del Turismo e l'Istituto Centrale di Statistica.

È stato aderito alle richieste di dati da parte del Comitato per il Turismo dell'O.C.E.D., collaborando anche alla redazione della relazione statistica sul turismo italiano, che viene utilizzata per la compilazione del « Rapporto annuale sul turismo europeo », edito a cura dell'O.C.E.D.

È stato provveduto alla stampa e alla distribuzione dei moduli di rilevazione del movimento degli Enti negli esercizi alberghieri ed extralberghieri e di quello degli stranieri che entrano in Italia, nonché dei moduli occorrenti per lo spoglio e l'elaborazione dei dati. Nel periodo in esame sono stati ristampati circa 200 mila blocchi di moduli necessari alle varie rilevazioni ed oltre 400 mila moduli di elaborazione.

L'Ente ha partecipato con i rappresentanti del Ministero del Turismo e dello Spettacolo, del Ministero dell'Interno e dell'Istituto Centrale di Statistica agli studi concernenti la semplificazione degli adempimenti di pubblica sicurezza e statistici da parte dei gestori di esercizi alberghieri, predisponendo dei nuovi moduli di rilevazione da utilizzare per la notificazione dei clienti arrivati e partiti.

---

**X. - ANNUARIO ALBERGHI D'ITALIA.**

Al fine di stabilire la situazione tariffaria alberghiera per la determinazione dei prezzi per il 1961, sono state preparate apposite tabelle contenenti le tariffe applicate dal 1955 al 1960 e confrontate con quelle del « nuovo piano di rilevamento », Tale confronto ha permesso di individuare le provincie o località che hanno superato il predetto piano, quelle che lo hanno raggiunto e quelle che potevano ottenere aumenti perequativi non avendo raggiunto il piano stesso. È stata data così la possibilità al Comitato Interministeriale Prezzi e al Ministero del Turismo e dello Spettacolo di esaminare la situazione tariffaria di ciascuna provincia o località e di adottare le necessarie misure.

Mentre il Comitato Interministeriale Prezzi impartiva ai propri Comitati provinciali le direttive per la determinazione dei prezzi per il 1961, l'E.N.I.T. forniva agli Enti Provinciali per il Turismo le istruzioni per la raccolta delle denunce dei prezzi e delle attrezzature e per l'aggiornamento del testo.

L'Annuario Alberghi per il 1961, costituito da due volumi con una tiratura di complessive 42 mila copie, ha inserito 17.603 esercizi alberghieri di fronte ai 16.441 del 1960.

L'Ente ha inoltre curato la stampa di numerosi estratti regionali e provinciali per conto degli Assessorati per il turismo e degli Enti Provinciali per il Turismo. Risultano stampati 45 estratti per un totale di 459.000 copie e 21.530.000 pagine. Gli estratti stampati nel 1961 sono: Alessandria, Milano, Bergamo, Teramo, Pescara, Ravenna, Ascoli Piceno, Treviso, Lucca, Cagliari, Valle d'Aosta, Ravenna e Marina di Ravenna, Bologna, Ferrara, Udine, Savona, Abruzzi e Molise, Grosseto, Lazio, Parma, Liguria, Torino, Montecatini, Calabria, Siena, Messina, Latina, Genova, Forlì, Cuneo, Piacenza, Matera, Pesaro-Urbino, Ancona, Pavia, Salerno, Massa Carrara, Verona, Puglia (2), Umbria, Macerata, Pistoia Modena e L'Aquila.

Nel 1961 sono stati pubblicati inoltre due supplementi dell'Annuario: il primo comprende 190 esercizi ed il secondo 191.

Allo scopo di mettere in grado le rappresentanze E.N.I.T. all'estero di conoscere le tariffe alberghiere per il 1962 prima della pubblicazione dell'Annuario, l'Ente ha curato la stampa di una raccolta di tabelle contenenti le tariffe massime stabilite dai comitati provinciali prezzi, i periodi in cui si applicano, i prezzi di alta stagione e le località nelle quali viene riscossa l'imposta di soggiorno. Le tabelle si sono dimostrate di grande utilità e il Comitato Interministeriale Prezzi ne ha riconosciuto l'importanza anche per lo studio dello andamento delle variazioni delle tariffe.

L'Ente ha infine curato la stampa dei cartellini con i prezzi che gli albergatori hanno l'obbligo di esporre nelle camere dei loro esercizi. Dal 1° luglio 1960 sono stati stampati e distribuiti per il tramite degli Enti Provinciali per il Turismo 290.450 cartellini a « stagione unica » e 115 mila a « stagione doppia », per un totale di 405.450 cartellini.

**XI. - BUONI BENZINA.**

La vendita all'estero dei buoni benzina E.N.I.T., durante l'esercizio 1960-61, ha raggiunto la cifra di L. 6.231.271.825 (litri 75.685.315) contro l'introito di L. 6.172.742.704 (litri 68 milioni 077.835) del precedente esercizio 1959-60.

Dall'esame dei dati qui sotto riportati si può rilevare che l'incremento degli introiti è dovuto unicamente al notevole lavoro effettuato dalla Francia e dalla Germania. mentre

quasi tutti gli altri Paesi hanno fatto registrare più o meno sensibili flessioni conseguenti alle diminuzioni del costo della benzina in Italia attuate nel maggio 1960 e nel febbraio 1961.

Per contro, considerando il quantitativo di carburante venduto nell'esercizio, oltre alla Francia ed alla Germania, si è avuto un aumento anche in Svizzera, Austria, Belgio-Lussemburgo, Finlandia, Norvegia, Irlanda e Svezia, e tale fatto è indubbiamente molto importante se si consideri che l'assegnazione giornaliera di benzina agevolata è stata ridotta a 15 litri rispetto a quella di 30 litri dell'esercizio 1959-60.

|                              | Esercizio 1959-60 |            | Esercizio 1960-61 |            |
|------------------------------|-------------------|------------|-------------------|------------|
|                              | lire              | litri      | lire              | litri      |
| Austria . . . . .            | 696.254.525       | 7.983.070  | 652.988.579       | 8.082.060  |
| Belgio-Lussemburgo . . . . . | 305.169.239       | 3.299.760  | 282.143.163       | 3.326.540  |
| Danimarca . . . . .          | 70.904.745        | 783.470    | 65.182.746        | 776.335    |
| Finlandia . . . . .          | 447.837           | 5.315      | 2.542.002         | 31.470     |
| Francia . . . . .            | 540.043.200       | 5.846.920  | 764.789.776       | 9.267.550  |
| Germania . . . . .           | 2.831.991.344     | 31.234.050 | 2.891.151.231     | 35.369.255 |
| Gran Bretagna . . . . .      | 361.929.325       | 3.912.905  | 306.308.217       | 3.598.345  |
| Grecia . . . . .             | —                 | —          | 4.511.820         | 55.740     |
| Irlanda . . . . .            | 298.801           | 3.390      | 664.551           | 7.995      |
| Libano . . . . .             | —                 | —          | 457.237           | 5.400      |
| Libia . . . . .              | 3.137.479         | 35.030     | 2.383.591         | 28.700     |
| Norvegia . . . . .           | 5.206.001         | 57.260     | 5.247.579         | 61.870     |
| Olanda . . . . .             | 400.493.693       | 4.395.880  | 335.399.350       | 3.984.870  |
| Svezia . . . . .             | 40.563.818        | 444.865    | 38.471.119        | 451.940    |
| Svizzera . . . . .           | 904.533.330       | 9.949.665  | 872.129.231       | 10.555.710 |
| U.S.A. . . . .               | 11.769.367        | 126.255    | 6.901.633         | 81.535     |
|                              | 6.172.742.704     | 68.077.835 | 6.231.271.825     | 75.685.315 |

Nel corso dell'esercizio 1960-61, la vendita dei buoni è stata estesa alla Grecia e al Libano a mezzo, rispettivamente, della Banca nazionale di Grecia e delle filiazioni libanesi del Banco di Roma, site a Beirut, Tripoli e Sida.

Inoltre, si sta curando l'istituzione del servizio in Jugoslavia con la collaborazione dello Automobile Club locale al quale dovrebbe essere affidato il lavoro.

Stato di previsione  
per l'esercizio finanziario  
1962-63

Ministero del turismo  
e dello spettacolo

Si ritiene opportuno riportare, qui di seguito, un riepilogo dei buoni benzina venduti dall'E.N.I.T. all'estero nel periodo 1951-1961 (a tutto il mese di ottobre):

|                                     | Litri di benzina | Importo in lire |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|
| 1951 . . . . .                      | 3.342.480        | 320.760.645     |
| 1952 . . . . .                      | 6.198.465        | 594.547.308     |
| 1953 . . . . .                      | 7.643.970        | 748.156.911     |
| 1954 . . . . .                      | 10.834.290       | 1.038.972.266   |
| 1955 . . . . .                      | 27.144.410       | 2.535.563.668   |
| 1956 . . . . .                      | 45.926.090       | 4.377.261.797   |
| 1957 . . . . .                      | 68.231.285       | 6.983.828.766   |
| 1958 . . . . .                      | 66.151.760       | 6.681.053.524   |
| 1959 . . . . .                      | 69.043.790       | 6.358.749.369   |
| 1960 . . . . .                      | 75.215.160       | 6.324.355.378   |
| 1961 (fino al 31 ottobre) . . . . . | 64.473.890       | 5.237.557.162   |
|                                     | 444.205.590      | 41.200.806.794  |
|                                     | 444.205.590      | 41.200.806.794  |

Dalle cifre, anche se incomplete, dell'anno 1961 appare evidente una diminuzione delle vendite peraltro da attribuire, pressochè unicamente, al fermo del lavoro in Austria in conseguenza della delicata situazione altoatesina.

## XII. - « CODICE DELLA STRADA ».

Il Ministero dei Lavori Pubblici, d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri e con le Autorità turistiche nazionali, nel decidere di estendere ai turisti stranieri la propaganda in favore del « Codice della strada », ha affidato all'Ente la diffusione di una pubblicazione sull'argomento. Ciò allo scopo, sia di prevenire attraverso la conoscenza delle norme in vigore gli incidenti stradali dovuti alla mancata conoscenza del codice, sia di ottenere un più disciplinato inserimento del traffico turistico straniero nella circolazione italiana.

Per il tramite delle rappresentanze E.N.I.T. all'estero e, nei Paesi ove non esistono tali rappresentanze, delle Ambasciate e dei Consolati italiani, l'Ente ha provveduto alla diffusione di 206.250 copie del predetto codice, di cui 53.950 in francese, 51.450 in inglese, 30.150 in spagnolo e 70.700 in tedesco.

L'iniziativa è stata accolta con particolare interesse dai turisti stranieri e dalle varie associazioni automobilistiche e turistiche.

## ANDAMENTO DELLA GESTIONE.

Il consuntivo dell'Ente relativo all'esercizio 1960-1961 espone le seguenti risultanze complessive:

### *Entrate accertate*

|                                  |    |                |
|----------------------------------|----|----------------|
| effettive . . . . .              | L. | 1.522.855.217  |
| per movimento capitali . . . . . | »  | —              |
| per partite di giro . . . . .    | »  | 21.568.897.573 |
|                                  |    | 21.568.897.573 |
| Totale . . . . .                 | L. | 23.091.752.790 |

*Uscite impegnate*

|                                  |    |                |
|----------------------------------|----|----------------|
| effettive . . . . .              | L. | 1.523.966.929  |
| per movimento capitali . . . . . | »  | —              |
| per partite di giro . . . . .    | »  | 21.568.897.573 |
|                                  |    | <hr/>          |
| Totale . . . . .                 | L. | 23.092.864.502 |
|                                  |    | <hr/> <hr/>    |

con un disavanzo di competenza di L. 1.111.712 pari alla differenza passiva di parte effettiva.

Anche la situazione amministrativa presenta un disavanzo di L. 2.271.472 determinato come appresso:

|   |    |                |
|---|----|----------------|
| Fondo di cassa al 1° luglio 1960 . . . . .  | L. | 372.175.174    |
| Somme riscosse nell'esercizio (in conto competenze ed in conto residui) . . . . . | »  | 22.887.682.856 |
|   |    | <hr/>          |
| Totale . . . . .  | L. | 23.259.858.030 |
|   |    | <hr/> <hr/>    |

|   |    |                |
|---|----|----------------|
| pagamenti effettuati nell'esercizio (in conto competenza ed in conto residui) . . . . . | L. | 22.825.921.871 |
|   |    | <hr/>          |

|   |    |               |
|---|----|---------------|
| Fondo di cassa al 30 giugno 1961 . . . . .                        | L. | 433.936.159   |
| somme rimaste da riscuotere al 30 giugno 1961 (comp. e residui) » |    | 1.388.833.977 |
|   |    | <hr/>         |
| Totale . . . . .  | L. | 1.822.770.136 |

|   |  |               |
|---|--|---------------|
| somme rimaste da pagare al 30 giugno 1961 (comp. e residui) » |  | 1.825.041.608 |
|   |  | <hr/>         |

|   |    |             |
|---|----|-------------|
| disavanzo di amministrazione come sopra . . . . . | L. | 2.271.472   |
|   |    | <hr/> <hr/> |

Le entrate effettive concernono il contributo statale di funzionamento per lire 1.055.000.000, rimborsi e concorsi nelle spese per L. 454.786.723 ed entrate diverse per lire 13.068.494. Messe a rapporto con le previsioni definitive esse presentano variazioni in più per L. 186.723 nei rimborsi e concorsi, e variazioni in meno per L. 31.506 nelle entrate diverse.

Le uscite della stessa natura riflettono per L. 226.237.340, le spese di amministrazione, compresi gli oneri per il personale della sede; per L. 1.206.385.671, le spese di propaganda turistica compresi gli oneri di personale e di funzionamento delle delegazioni e degli uffici all'estero; per L. 8.754.029, le spese per studi turistici, per l'istruzione professionale alberghiera e per l'organizzazione turistica; per L. 3.587.530, le spese casuali e per L. 79.002.359, oneri di carattere straordinario (riparazioni e restauri a beni immobili, acquisto di mobili, indennità di licenziamento al personale, spese straordinarie di propaganda, ecc.).

Rispetto alle previsioni, si sono verificate variazioni in più per complessive L. 1.810.541 negli oneri generali, in quelli di propaganda e nelle spese casuali, e variazioni in meno, per un totale importo di L. 543.612, nelle restanti categorie di spese.

Stato di previsione  
per l'esercizio finanziario  
1962-63

Ministero del turismo  
e dello spettacolo

Messe a raffronto con le risultanze della precedente gestione, le entrate e spese di parte effettiva presentano le seguenti variazioni:

| <i>Entrate:</i>                     | Eserc. 1959-60          | Eserc. 1960-61          | Variazioni           |
|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------|
| Contributi . . . . .                | L. 1.055.000.000        | L. 1.055.000.000        | —                    |
| Rimborsi e concorsi . . . . .       | » 379.014.774           | » 454.786.723           | L. 75.771.949        |
| Diverse . . . . .                   | » 12.455.423            | » 13.068.494            | » 613.071            |
| <b>TOTALI . . . . .</b>             | <b>L. 1.446.470.197</b> | <b>L. 1.522.855.217</b> | <b>L. 76.385.020</b> |
| <i>Uscite:</i>                      |                         |                         |                      |
| Oneri di personale . . . . .        | L. 391.889.856          | L. 400.032.000          | L. 8.142.144         |
| Oneri di funzionamento . . . . .    | » 395.206.254           | » 425.279.716           | » 30.073.462         |
| Oneri di manut. straord. . . . .    | » 637.722               | » 5.000.000             | » 4.362.228          |
| Oneri per attività istituz. . . . . | » 659.310.103           | » 693.655.213           | » 34.345.110         |
| <b>TOTALI . . . . .</b>             | <b>L. 1.447.043.985</b> | <b>L. 1.523.966.929</b> | <b>L. 76.922.944</b> |

Relativamente alle variazioni su esposte è da porre in evidenza:

*per l'entrata*

— l'aumento nei rimborsi e concorsi nelle spese è inerente alla maggiore entità del concorso della gestione dei buoni benzina alle spese di funzionamento dell'Ente per l'importo di L. 83.586.566 (L. 299.789.484 nell'esercizio 1960-61, contro L. 216.202.918 della gestione precedente), cui si contrappongono minori concorsi, contributi e proventi di altri rimborsi per complessive L. 7.814.617;

— il maggior accertamento nelle entrate diverse deriva dall'aumento degli interessi su titoli e depositi, nonché da introiti vari.

*per l'uscita*

— l'aumento delle spese di personale, che appare contenuto in cifra modesta rispetto all'entità complessiva dell'onere, è la risultante tra gli incrementi determinatisi nel trattamento economico di attività, compresi gli oneri riflessi, per complessive L. 37.779.551 e la minore somma attribuita al fondo indennità liquidazione (L. 34.600.000 nel 1959-60 rispetto a L. 5.000.000 dell'esercizio di che trattasi).

Gli aumenti nella cifra assoluta suindicata concernono per L. 23.759.935 il personale della sede e per L. 14.019.616 quello delle delegazioni ed uffici all'estero e sono determinati principalmente da scatti ed aumenti periodici delle retribuzioni, da una più esatta imputazione alla voce stipendi e retribuzioni di oneri che precedentemente gravavano su altra voce di bilancio — (Capitolo 21) —, nonché dall'assunzione di pochissime unità di giornalieri (nel numero di quattro) per le aumentate esigenze degli Uffici.

L'eseguità della somma devoluta al fondo indennità licenziamento — il quale è tuttora insufficiente alle effettive occorrenze — va messa in relazione al fatto che tra i residui passivi risulta effettuato un accantonamento di L. 19.624.580 per le liquidazioni dovute al personale delle sedi all'estero. Non appena potranno essere definiti i rapporti contrattuali

con detto personale, ai fini della determinazione del trattamento di liquidazione ad esso spettante in sede di cessazione del rapporto d'impiego, si provvederà a stabilire l'entità della cifra occorrente per provvedere a tale necessità e si determinerà con esattezza l'entità del fondo da costituire per tutte le unità dipendenti, di guisa che il problema del suo adeguamento potrà essere avviato a soluzione;

— l'incremento degli oneri di funzionamento, è in relazione al maggior volume di attività svolto nell'esercizio, alle spese di arredamento di taluni Uffici, nonché all'aumento verificatosi nei costi dei beni e dei servizi in genere;

— le maggiori spese di riparazioni straordinarie ad immobili sono dovute essenzialmente a lavori urgenti che si è reso necessario eseguire alle terrazze ed all'impianto idrico della sede dell'Ente;

— per quel che concerne le attività istituzionali, si sono determinati aumenti nella pubblicità su stampa e di propaganda fotocinematografica e diminuzioni nelle pubblicazioni di cartelli e manifesti, nelle spese di preparazione del materiale propagandistico, nella propaganda radiotelevisiva, negli oneri connessi ad interventi a fiere e mostre ed in quelli riguardanti manifestazioni di ospitalità. Un cenno particolare merita il sensibile incremento, per circa 62 milioni, registratosi negli oneri di propaganda straordinaria in occasione delle Olimpiadi svoltesi a Roma nell'agosto-settembre 1960, la cui entità ha assorbito buona parte delle diminuzioni verificatesi nelle diverse categorie di spese su menzionate.

### GESTIONE DEI RESIDUI

Tale gestione presenta le seguenti risultanze:

#### *Residui attivi*

|  |           |                      |
|--|-----------|----------------------|
| Consistenza al 1° luglio 1960 . . . . .                  | L.        | 1.202.540.600        |
| Riscossioni . . . . .                                    | L.        | 132.920.855          |
| minori accertamenti . . . . .                            | »         | 17.776.557           |
|  |           | <u>150.697.412</u>   |
|  | L.        | 1.051.843.188        |
| residui dell'esercizio 1960-61 . . . . .                 | »         | 336.990.789          |
|  |           | <u>1.388.833.977</u> |
| <b>TOTALE RESIDUI ATTIVI AL 30 GIUGNO 1961 . . . . .</b> | <b>L.</b> | <b>1.388.833.977</b> |

#### *Residui passivi*

|   |           |                      |
|---|-----------|----------------------|
| Consistenza al 1° luglio 1960 . . . . .                   | L.        | 1.570.308.664        |
| Pagamenti . . . . .                                       | L.        | 214.194.657          |
| minori accertamenti . . . . .                             | »         | 12.209.687           |
|   |           | <u>226.404.344</u>   |
| differenza . . . . .                                      | L.        | 1.343.904.320        |
| Residui dell'esercizio 1960-61 . . . . .                  | »         | 481.137.288          |
|   |           | <u>1.825.041.608</u> |
| <b>TOTALE RESIDUI PASSIVI AL 30 GIUGNO 1961 . . . . .</b> | <b>L.</b> | <b>1.825.041.608</b> |



Per quanto attiene in particolare ai minori accertamenti di residui attivi è da far presente che essi sono essenzialmente dovuti a oscillazioni di cambi al ribasso che hanno inciso negativamente sui saldi attivi dei conti correnti ordinari di talune delegazioni ed uffici all'estero. I minori accertamenti di residui passivi sono invece determinati da eliminazione di somme che non corrispondevano ad effettivi impegni.

## SITUAZIONE PATRIMONIALE

La situazione patrimoniale a fine esercizio risulta come segue:

|                            |    |               |
|----------------------------|----|---------------|
| Attività . . . . .         | L. | 1.825.477.995 |
| Passività . . . . .        | »  | 1.825.041.608 |
|                            |    | <hr/>         |
| Patrimonio netto . . . . . | L. | 436.387       |
|                            |    | <hr/> <hr/>   |

che nei confronti di quello risultante al 30 giugno 1960 di L. 7.114.969 presenta una diminuzione di L. 6.678.582 che si dimostra come segue:

|  |    |             |
|--|----|-------------|
| disavanzo economico da parte effettiva . . . . . | L. | 1.111.712   |
| peggioramento nei residui . . . . .              | »  | 5.566.870   |
|  |    | <hr/>       |
| diminuzione come sopra . . . . .                 | L. | 6.678.582   |
|  |    | <hr/> <hr/> |

Tra gli elementi patrimoniali attivi figurano gli immobili per L. 2.707.857, i mobili ed i titoli, rispettivamente per L. 1, poichè completamente ammortizzati; le disponibilità liquide presso la Banca Nazionale del Lavoro di L. 433.936.159, i depositi cauzionali per L. 86.965 ed i residui attivi per L. 1.388.833.977.

Il passivo è costituito dai soli residui per il complessivo importo di L. 1.825.041.608.

\* \* \*

Da quanto precede può rilevarsi la complessa azione che l'Ente svolge per attuare i compiti istituzionali e dal moltiplicarsi di questa azione deriva la necessità di un maggiore fabbisogno di mezzi finanziari.

Ogni giorno più imponente è il numero dei turisti potenziali da stimolare al viaggio in Italia e tale massa di turisti ha esigenze sempre maggiori: non si accontenta più delle mete tradizionali e tende ad orientarsi verso nuovi itinerari individualmente scelti. Da qui la necessità di avvicinare il singolo turista, curare il dialogo diretto con lui, attirare la sua attenzione con metodi nuovi verso nuove mete. Nè va trascurata la concorrenza sempre più viva non solo dei Paesi che ci hanno finora conteso le correnti turistiche, ma anche da parte di altri Stati fino a pochi anni or sono estranei alla competizione ed ora divenuti consapevoli dell'importanza del fenomeno turistico, i quali si adoperano ad esercitare un richiamo potente sul pubblico.

Mercato sempre più vasto e difficile da conquistare, concorrenza sempre più estesa e potente da vincere: quindi indiscutibile necessità di potenziare le rappresentanze all'estero, sia per quanto riguarda il personale che i mezzi a disposizione, e di intensificare, in tutte le sue forme, la propaganda realizzata dall'Ente.

p.IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE  
IL PRESIDENTE DELL'E.N.I.T.

f.to Avv. GIOVANNI MAGGIO