

ANNESSO N. 3

**allo stato di previsione del Ministero del turismo e dello spettacolo
per l'esercizio finanziario 1963-64**

(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 1961 al 30 giugno 1962**

Nella relazione che segue viene illustrata l'attività svolta dall'E.N.I.T. dal 1° luglio 1961 al 30 giugno 1962 con opportune integrazioni di ulteriori notizie sul lavoro compiuto a tutto il 1962.

Devesi rilevare che nell'esercizio in esame sono stati approntati gli strumenti amministrativi necessari per assicurare la migliore possibile gestione dell'Ente.

Il Consiglio di Amministrazione ha infatti deliberato lo schema di statuto, successivamente approvato con decreto 2 gennaio 1962 del Ministro per il turismo e lo spettacolo e del Ministro per il tesoro.

È stato quindi predisposto il nuovo Regolamento organico del personale, approvato dai predetti Ministri con decreto 2 gennaio 1962; sono stati pure deliberati i contratti tipo per il personale della sede centrale e per quello degli Uffici all'estero e di frontiera, approvati con decreti interministeriali dell'11 gennaio 1962.

Con deliberazione del 18 maggio 1962, il Consiglio di Amministrazione ha infine approvato il Regolamento di amministrazione e contabilità dell'Ente.

Prima di passare all'esame dell'attività svolta durante l'esercizio finanziario in parola, giova ricordare che, per iniziativa del Ministro per il turismo e lo spettacolo, il Parlamento ha approvato la legge 31 dicembre 1961, n. 1444, con cui, tra l'altro, il contributo dello Stato all'Ente è elevato da lire 1.055 milioni a lire 1.355 milioni. Il finanziamento dell'Ente è inoltre integrato con il contributo proveniente dalla gestione dei buoni benzina che nell'esercizio 1961-1962 è stato di lire 292.456.955.

Altre entrate dell'Ente sono costituite per lire 98.782.615 da rimborsi e concorsi nelle spese e per lire 10.291.867 da entrate diverse.

In totale, le entrate effettive, per l'esercizio finanziario 1961-1962, ammontano a lire 1.756.531.437, mentre le uscite effettive sono di lire 1.755.999.346.

Le uscite possono essere ripartite in tre grandi gruppi che interessano i vari settori dell'E.N.I.T.

Il primo gruppo riguarda le spese generali e di amministrazione, quelle cioè che si riferiscono alle competenze principali ed accessorie al personale della sede centrale, ai carichi assicurativi e previdenziali, alle imposte e tasse, alle spese di ufficio e di economato, all'indennità di licenziamento al personale, all'acquisto di mobili e macchine, a restauri, ecc.

L'altro riguarda le spese relative alle competenze al personale delle rappresentanze E.N.I.T. all'estero e degli uffici di frontiera e quelle di funzionamento di tali rappresentanze ed uffici.

Infine, il terzo gruppo riguarda le spese erogate per l'attuazione dei fini istituzionali dell'Ente e cioè la pubblicità sulla stampa estera, l'attività editoriale, le manifestazioni e attività audiovisive, le statistiche del turismo, ecc.

Per i tre gruppi di spese, nell'esercizio finanziario 1961-62, è stato registrato il seguente andamento:

spese generali e di amministrazione	L.	417.483.628 (23,77 %)
spese per gli Uffici all'estero e di frontiera	»	805.733.043 (45,88 %)
spese per le attività istituzionali	»	532.782.675 (30,35 %)
Totale	L.	1.755.999.346

Nell'esaminare la proporzione del riparto dello stanziamento tra i tre gruppi di spese, sembra che essa sia stata mantenuta in giusti limiti e ciò, soprattutto, se si consideri che le spese degli uffici all'estero e alle frontiere non possono essere disgiunte da quelle relative alle attività istituzionali dell'Ente.

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

Durante il periodo 1° luglio 1961 - 30 giugno 1962, notevolissima è stata l'attività degli Uffici dell'Ente all'estero per stimolare l'afflusso dei turisti stranieri nel nostro Paese. Sono state distribuite 7.305.046 copie di opuscoli, riviste, manifesti, ecc., edite dall'E.N.I.T. e dagli enti turistici periferici; sono state inviate 26.857 fotografie a quotidiani, periodici e

case editrici; sono state fornite 2.358.994 informazioni scritte e verbali. Risultano pure organizzate 229 conferenze e allestite 1.046 vetrine di propaganda presso le Delegazioni o presso le agenzie di viaggi e gli empori commerciali. Sono state, infine, curate 25.332 proiezioni di cortometraggi turistici.

Ma al di là di questo sottofondo d'azione, comune a tutte le rappresentanze all'estero, ogni Delegazione ha sfruttato le particolari possibilità locali in relazione alla accentuazione di una determinata forma di propaganda piuttosto che un'altra.

Così *Amsterdam* ha partecipato alla Mostra Viaggiante dell'Artigianato Italiano; ha organizzato una speciale campagna di propaganda a favore dei nostri centri invernali; ha collaborato alle vendite di prodotti italiani organizzate presso quattro grandi magazzini e ai due mesi di manifestazione gastronomica presso il ristorante dello aeroporto di Schiedam.

La Delegazione di *Atene* ha presentato i nostri documentari in una riunione del « Rotary » della capitale; ha condotto in Italia un gruppo di dirigenti di agenzie di viaggi; ha collaborato con l'Ente della Radiodiffusione ellenica fornendo notizie da inserire nei bollettini e dischi della serie turistica italiana; ha inoltre spiegato una particolare azione in favore delle nostre stagioni liriche, della « Fiera Internazionale della Pesca » di Ancona e del « IV Festival della Canzone Mediterranea di Agrigento ».

La Delegazione di *Barcellona* — sfruttando le buone relazioni con i rappresentanti della Radio e della Televisione — ha organizzato una serie di trasmissioni alla Radio España, ha poi partecipato alla Fiera Internazionale dell'Alimentazione di Murcia, alla Fiera Campionaria di Barcellona e a quella di Valencia.

Negli stessi settori, è stata attiva la Delegazione di *Madrid*, che ha collaborato alla serie di trasmissioni « Cartel de Italia », al programma « Diarios Hablados » e a tre trasmissioni della televisione spagnola; ha inoltre partecipato alla « Settimana Internazionale del film religioso » a Valladolid.

A *Beirut* i nostri documentari sono stati visionati 435 volte nei migliori cinematografi e si è partecipato all'esposizione industriale « Italia produce ».

A *Buenos Aires* le nostre notizie turistiche vengono trasmesse settimanalmente con i titoli « Amore di terra lontana » e « Italia nei secoli ». Il Delegato ha tenuto una conferenza stampa a bordo del « Provence ». L'E.N.I.T. è intervenuto alla « Fiesta internacional » con uno stand e all'Esposizione turistica del Mar del Plata; ha collaborato con la Federazione Generale delle Società Italiane all'organizzazione di una manifestazione dedicata all'Italia.

La Delegazione ha patrocinato la seconda escursione in Italia della FIAT argentina e ha curato la proiezione di cortometraggi, oltre che a Buenos Aires e nella provincia, anche sulle navi della rotta Argentina-Nord America.

Numerose conferenze ha tenuto a *Dublino* e fuori quel Delegato, realizzando anche 16 trasmissioni di nostri documentari alla televisione irlandese; ha inoltre preparato un supplemento dell'« Irish Times » dedicato al nostro Paese ed ha collaborato con vari giornali per la pubblicazione di 32 articoli sull'Italia apparsi sui principali quotidiani e riviste irlandesi. Ha infine organizzato una mostra dedicata a Ravenna.

Il Delegato di *Düsseldorf* è stato ricevuto dal Presidente della Repubblica, dal Presidente del Parlamento, dal Cancelliere e dal Primate: a tutti ha offerto pubblicazioni e illustrato la attività dell'E.N.I.T. Ha concesso alla televisione interviste e organizzato varie manifestazioni propagandistiche con sfilate di carri, mostre fotografiche e artigianali.

Sullo stesso piano di attività si sono mantenute le altre due Delegazioni di *Francoforte* e di *Monaco* che hanno soprattutto accentuata la propaganda in favore della Sardegna e del Mezzogiorno.

La Delegazione di *Francoforte*, in particolare, ha partecipato con tre conferenze al corso di perfezionamento per agenti di viaggi organizzato dalla Hapag Lloyd; ha collaborato per la realizzazione di servizi speciali sulla rivista « Für Sie » e sulla rivista « Bunte illustrierte »; ha svolto una particolare azione in favore della vendita dei buoni-benzina, dando istruzioni

al fine di rendere più efficiente il servizio, per il quale è stata ottenuta la ristampa di un opuscolo pubblicitario a grande tiratura della Dresdner Bank; ha fornito periodicamente notizie alla radio emittente tedesca; ha allestito uno stand alla Fiera internazionale di Francoforte e ha collaborato per l'allestimento dello stand italiano alla Fiera di Lipsia.

La Delegazione di *Monaco* ha organizzato due viaggi di studio di giornalisti e agenti di viaggi a Belluno e a Verona; ha svolto inoltre una speciale propaganda capillare nell'ambito dei dirigenti dei complessi industriali, delle banche e aziende commerciali con l'invio di materiale di propaganda in plichi a 7.000 nominativi.

Per *Londra* ricordiamo l'abbinamento della nostra propaganda con manifestazioni gastronomiche e con una mostra di prodotti ortofrutticoli, ricordiamo ancora le 5 trasmissioni della BBC; l'organizzazione del volo inaugurale della linea aerea Londra-Venezia e varie altre manifestazioni, fra le quali quella svoltasi nel noto centro mondano londinese del Savoy Hotel; la partecipazione alla Settimana Italiana di Harrogate e alla serata « La Serenissima » al Festival di Bath.

In Francia, *Parigi* ha ulteriormente intensificato la distribuzione dei nostri documentari, superando i 1.000 passaggi. Ha curato la traduzione di vari pieghevoli di enti turistici periferici, la redazione — per la parte concernente l'Italia — di un grande atlante illustrante i centri di cura termali d'Europa; ricevimenti e conferenze stampa in favore di Cortina, della Liguria, della Sardegna e della Sicilia; mentre *Nizza* ha curato le trasmissioni di radio Montecarlo e la propaganda in favore dell'Italia al Congresso dell'ASTA svoltosi a Cannes; ha inoltre svolto particolare opera in occasione del Congresso mondiale dei Lyon's Club.

In Svizzera, la nostra Delegazione di *Zurigo* ha organizzato il « Festival della Canzone Italiana » trasmesso in Eurovisione; ha collaborato con l'Università di Zurigo alla realizzazione di 10 conferenze dedicate all'Italia e con l'I.C.E. alla mostra « Italia produce », organizzando in tale occasione la giornata del turismo italiano. Ha partecipato, infine, a manifestazioni gastronomiche e ad una mostra-vendite dei prodotti italiani presso la catena di magazzini « Innovation ».

A *Stoccolma* il Delegato — oltre a tenere decine di conferenze nei maggiori centri della Svezia — ha intensificato la propaganda in favore delle nostre stazioni idro-termali, ha partecipato alla Fiera di Göteborg e alla Settimana Italiana di Hälsingborg. Ha abbinato una produzione di cortometraggi E.N.I.T. alla esposizione di arti moderne di Stoccolma; si è accordato con la Direzione del settimanale svedese « Vecko-Journale » per un numero interamente dedicato all'Italia e con la rivista cinematografica turistica « Jorden Runt » per due numeri speciali da dedicarsi alla Sardegna e alla Liguria.

Per quanto concerne gli Stati Uniti, si ricorda, in particolare, che la nostra Delegata a *New York* attualmente è Presidente della Commissione per la pubblicità turistica europea. La Delegazione poi — in una unione con l'ALITALIA — ha organizzato un viaggio di editori e corrispondenti turistici in Sicilia, a Roma e in Piemonte; ha concesso, nella persona della Delegata e dei suoi assistenti, varie interviste televisive e radiofoniche.

La Delegazione di *San Francisco* ha partecipato all'organizzazione di una giornata italiana celebrata a Oakland, all'organizzazione di una settimana italiana ad Honolulu e di un'altra settimana italiana apprestata dall'ALITALIA nel Centro di Lafayette.

La Delegazione di *Chicago* ha tenuto otto conferenze; ha dato due interviste alla radio e una alla televisione; ha curato la revisione e l'aggiornamento della parte dedicata all'Italia di due note guide.

Dopo aver accennato all'attività svolta dalle Delegazioni, devesi rilevare quanto è stato fatto, dal punto di vista strutturale, per perfezionare gradualmente l'organizzazione ed adeguarla alle attuali necessità.

Va anzitutto ricordato il trasferimento della Delegazione di Buenos Aires dai locali di Calle Florida in una nuova e migliore sede acquistata dall'E.N.I.T., attualmente in corso di arredamento nell'Avenida Cordoba. Si ricorda ancora che nel luglio 1961 è stata ufficial-

mente inaugurata la nuova decorosa sede dell'E.N.I.T. a Lisbona in ubicazione centrale e dotata di ampie vetrine.

Nel luglio 1962, invece, essendo stato deciso di potenziare la rappresentanza di Ginevra, se ne è studiata la riorganizzazione e la sistemazione in una nuova sede.

A Montreal è stato recentemente inviato il Delegato di Nizza, per studiare il riordino e il potenziamento di quella Delegazione.

In Finlandia è stato recentemente inviato il Delegato per aprire una rappresentanza ad Helsinki.

Su un piano mondiale d'insieme, infine, per quanto riguarda l'Africa, il Medio ed Estremo Oriente, il Sud America e l'Australia, si sta preparando una indagine che chiarisca, Continente per Continente, Stato per Stato, l'efficienza dei nostri corrispondenti e le esigenze della nostra propaganda.

Particolarmente interessante è la pubblicazione di un Bollettino che riporta le notizie dei Delegati sulle attività turistiche straniere. Di tale Bollettino, diffuso a 500 esponenti del mondo turistico, sono usciti due numeri.

Per quanto riguarda gli Uffici alle frontiere, è allo studio un piano di sviluppo della loro attività ed è all'esame l'istituzione di altre rappresentanze al Monte Bianco e al nuovo valico di Ponte San Ludovico.

Agli Uffici dell'Ente all'estero e alle frontiere viene diffuso, in gran parte, il materiale edito dall'E.N.I.T., dagli Enti Provinciali per il Turismo, dalle Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo. Dal 1° luglio 1961 al 30 settembre 1962 risultano diffusi 7.930.174 pieghevoli, manifesti e varie pubblicazioni turistiche. Dalla sede centrale dell'Ente a Roma risultano spediti 122.624 colli del peso di Kg. 686.002.

Le spese riguardanti il personale e il funzionamento degli Uffici E.N.I.T. all'estero ammontano a lire 790.136.465, di cui lire 381.789.340 per il pagamento delle competenze al personale e lire 408.347.125 per il funzionamento. Per gli Uffici alle frontiere risultano spese complessivamente lire 15.596.578, di cui lire 9.080.406 per le competenze al personale e lire 6.516.172 per il funzionamento.

II. - PROPAGANDA EDITORIALE.

L'attività dell'Ente in questo settore, che comporta una spesa di lire 233.211.222, presenta, nel periodo 1° luglio 1961 - 31 ottobre 1962, l'edizione delle seguenti pubblicazioni:

« Mari d'Italia »: trattasi di un opuscolo edito nelle lingue italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca, con una tiratura di 500 mila copie. L'opuscolo, riccamente illustrato, con copertina a colori, offre una completa documentazione illustrativa di tutte le stazioni balneari italiane;

« A tavola in Italia »: il volumetto illustra sinteticamente i piatti e i vini tipici di tutte le regioni italiane. Ha una tiratura di 500 mila copie nelle lingue francese, inglese, spagnola e tedesca;

« Italia »: è un pieghevole informativo, con succinte notizie utili per il turista che deve intraprendere un viaggio in Italia. Editto nelle edizioni francese, inglese, spagnola e tedesca, il pieghevole ha una tiratura di 500.000 copie ed è arricchito da illustrazioni da una carta geografica a quattro colori;

« L'Italia »: l'opuscolo illustra, in ottanta pagine, tutti gli aspetti della vita italiana. Le copertine sono a quattro colori e l'interno presenta otto pagine a quattro colori e sedici in bianco e nero, con una grande carta geografica, alla fine dell'opuscolo, di facile consul-

tazione. È edito nelle lingue italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca, con una tiratura di 515.000 copie;

« Cartina schematica d'Italia »: ha una tiratura di un milione di copie e consta di una ricca carta geografica con varie notizie utili per i turisti;

« Calendario avvenimenti 1962 »: l'opuscolo indica le manifestazioni di particolare interesse turistico ed ha una tiratura di 140.000 copie nelle lingue italiana, francese, inglese e tedesca;

« Organizzazione turistica italiana »: si tratta di un utilissimo indirizzario di enti e associazioni interessate al turismo che ha una tiratura di 5.000 copie;

« Libro dei giorni italiani 1962 »: il volume, di 160 pagine, è dedicato alle varie manifestazioni del Natale in Italia ed ha una tiratura di 10.000 copie nelle edizioni italiana, francese, inglese e tedesca. Dopo una prefazione del Presidente dell'E.N.I.T., avv. Giovanni Maggio, seguono i testi di Mons. Ennio Francia, di Alfonso Vittorio Giardini, del prof. Piero Bargellini, del prof. Paolo Toschi, di Elena Baggio e del prof. Luigi Volpicelli. Di Livio Jannattoni è il commento alle illustrazioni che sono 32 a colori e 125 circa in bianco e nero.

Alla data del 31 dicembre 1962 risultano pubblicati il « Libro dei giorni italiani 1963 » dedicato al « Teatro lirico nei suoi vari aspetti » e il « Calendario degli avvenimenti 1963 » che ha una tiratura di 210.000 copie nelle lingue italiana, francese, inglese e tedesca.

Sempre nel periodo 1° luglio 1961 - 31 ottobre 1962 sono stati pubblicati 17 numeri della rivista mensile « L'Italia » edita in collaborazione con le Ferrovie dello Stato, con una tiratura di 22 mila copie nelle lingue italiana, francese, inglese e tedesca.

Sono in avanzato corso di stampa:

« Monti d'Italia »: l'opuscolo che ha una tiratura di 300.000 copie nelle edizioni italiana, francese, spagnola, inglese e tedesca, illustra le stazioni montane italiane;

« Laghi d'Italia »: edito nelle lingue italiana, francese, inglese, spagnola e tedesca, l'opuscolo descrive le caratteristiche delle stazioni lacuali italiane. Ha una tiratura di 300.000 copie;

« Liguria »: edito in collaborazione con gli Enti Provinciali per il Turismo della Liguria, l'opuscolo ha una tiratura di 600.000 copie nelle edizioni italiana, francese, spagnola, inglese e tedesca.

Nel settore della propaganda cartellonistica, sono stati realizzati 20 manifesti a colori, formato 62 × 100, con una tiratura di 20.000 copie per ogni soggetto e nelle lingue italiana, inglese, spagnola e tedesca.

I soggetti riguardano: Arezzo, Milano, Urbino, Firenze, Lecce, Sestriere, l'artigianato italiano, Roma, Palermo, Siena, Agrigento, Perugia, Pisa, Firenze, Parma, Procida, Praiano, Pompei, Milano e Gubbio.

Sono stati pure realizzati due manifesti a colori sul Concilio Ecumenico con una tiratura di 600.000 copie nel formato 50 × 70 e di 200.000 copie in quello 35 × 50. I manifesti, diffusi ampiamente in Italia e all'estero, sono stati tratti dai soggetti vincitori di un concorso e dovuti all'opera dei professori Lalia e Multedo.

È in fase di realizzazione la produzione di una nuova serie a colori di manifesti in rotocalco nei formati 62 × 100 e 50 × 70.

Risultano infine stampate e diffuse altre riproduzioni fotografiche in bianco e nero. I soggetti, stampati nel formato 35 × 50, riguardano Parma, Palermo, Ravenna, Verona, Napoli, Siena, l'Aquila, Firenze; quelli realizzati nel formato 50 × 70 si riferiscono a vedute

di Amalfi, Perugia, Orvieto, Roma (due vedute), Venezia (due vedute), Firenze, Milano, Torino, Pisa, Bologna, Taormina, Lecce, Assisi e Cagliari.

III. - PROPAGANDA RADIOFONICA E FOTOCINEMATOGRAFICA.

Nel settore della propaganda radiofonica sono state messe in onda le seguenti trasmissioni, con una spesa di lire 6.932.492:

Radio Montecarlo: un programma settimanale di 10' della rubrica « Italy Magazine »;

Radio Nacional de España di Madrid;

Radio Nacional de España di Barcellona: un programma settimanale di 30' « Cartel de Italia »;

Radio 2 CH di Sydney: una trasmissione settimanale di 30' della rubrica « Italy calling ».

Sotto gli auspici del Ministero del turismo e dello spettacolo e d'intesa con l'E.N.I.T., gli Enti Provinciali per il Turismo e le Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo, la FONIT-CETRA ha iniziato una collana di dischi regionali di cui sono stati diffusi quelli riguardanti « Il Piemonte », « La Toscana », « La Sicilia », « Il Lazio » e « La Campania ». L'E.N.I.T., che ha ampiamente collaborato alla realizzazione della collana, ha diffuso, tramite i propri Uffici, alle stazioni radiofoniche estere, complessivamente, 5.000 copie di tali dischi.

Sono state stampate dei cortometraggi già realizzati: 80 copie a 35 mm. e 180 a 16 mm. I cortometraggi riguardano i seguenti soggetti: « Marche », « Roma », « Imperia », « Savona », « Toscana », « Campania », « Piemonte », « Sicilia », « Sardegna », « Laghi Bresciani », « Molise », « Ventimiglia-Viareggio », « Ancona-Trieste », « Pisa-Napoli », « Basilicata ». Per la stampa di tali copie sono state spese lire 16.373.042.

Sono in corso di ultimazione quattro cortometraggi a colori a 35 mm. che illustreranno le seguenti località: « Roma », « Venezia », « Riviera Ligure e Sardegna settentrionale », « Riviera Amalfitana ».

Nel periodo in esame sono stati realizzati 10 diorami, illustranti il Concilio Ecumenico, per l'allestimento di vetrine presso le Delegazioni all'estero; altri numerosi diorami turistici e oggetti dell'artigianato sono stati inviati agli Uffici stessi per l'organizzazione di vetrine presso agenzie di viaggi e turismo.

La Fototeca dell'E.N.I.T., dal 1° luglio 1961 al 22 ottobre 1962, ha distribuito il seguente materiale:

n. 48.865 fotografie in bianco e nero formato cm. 13 × 18 e cm. 18 × 24 per la riproduzione su giornali, riviste, libri e opuscoli esteri e italiani e, sempre per lo stesso scopo, n. 529 diapositive a colori formato cm. 6 × 6; n. 11.400 fotografie in bianco e nero formato cm. 27 × 22 per l'esposizione nelle carrozze ferroviarie; n. 1.298 ingrandimenti fotografici di formato vario per fiere, mostre, rappresentanze diplomatiche italiane all'estero e agenzie di navigazione aerea e marittima; n. 990 cartelli fotografici in bianco e nero a colori per scuole estere e italiane; n. 1.426 diapositive a colori formato leica per conferenze sull'Italia tenute dai Delegati E.N.I.T. o da conferenzieri vari.

Sempre nello stesso periodo sono stati acquistati:

n. 1.500 negativi in bianco e nero formato leica cm. 6 × 6, cm. 6 × 9, cm. 13 × 18 destinati in parte ad ampliare ed accrescere la documentazione fotografica sull'Italia, in parte a sostituire i soggetti la cui ripresa è antecedente al 1940 e che risultano pertanto superati; n. 1.000 diapositive a colori formato leica; n. 500 diapositive a colori, formato cm. 6 × 6.

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

Tra le manifestazioni cui ha partecipato l'Ente dal 1° luglio 1961 al 30 novembre 1962, si citano le principali:

- Holidays Italy a La Valetta (agosto 1961);
- Mostra del prodotto italiano a Salisbury (agosto-settembre 1961), in collaborazione con il Consolato d'Italia;
- Fiera Internazionale di Salonicco (settembre 1961) in collaborazione con l'ALITALIA;
- Fiera Internazionale di Sydney (settembre 1961) in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia;
- Fiera Internazionale di Marsiglia (settembre-ottobre 1961);
- Fiera Internazionale del Pacifico a Lima (ottobre 1961);
- Fiera Internazionale di Toronto (ottobre 1961) in collaborazione con l'I.C.E.;
- Fiera Internazionale di Casablanca (ottobre 1961) in collaborazione con la Camera di Commercio Italiana in Marocco;
- Manifestazioni Italiane in occasione della visita di S. E. il Ministro Folchi in Grecia (novembre 1961);
- Settimana Italiana ad Hannover (marzo 1962) in collaborazione con l'I.C.E.;
- Manifestazione Italiana presso i Grandi Magazzini della « Société Française » a Parigi (marzo 1962);
- Festival Gastronomico della Riviera Adriatica a Londra (marzo 1962);
- Mostra dei Fiori a Chicago (marzo 1962);
- Mostra Internazionale degli Sport Nautici e del Campeggio a Essen (aprile 1962);
- Esposizione dell'Artigianato a Monaco di Baviera (aprile 1962) in collaborazione con l'I.C.E.;
- Giornata Italiana del Turismo a San Francisco (aprile 1962);
- Fiera Internazionale di Göteborg (maggio 1962);
- Fiera di Valencia (maggio 1962);
- Mostra del Libro Italiano in Canada (maggio 1962);
- Settimana del Gemellaggio Montecatini-Harrogate (maggio 1962);
- Esposizione « Italia Produce » a Beirut (maggio-giugno 1962) in collaborazione con l'I.C.E.;
- Fiera Campionaria di Barcellona (giugno 1962) in collaborazione con l'I.C.E.;
- Esposizione « Italia Produce » a Losanna (giugno 1962) in collaborazione con l'I.C.E.;
- Giornate Italiane ad Amsterdam (giugno 1962);
- Rassegna Folkloristica Mondiale a Praga (giugno 1962);
- Fiera Internazionale di Bordeaux (giugno 1962);
- Esposizione Internazionale del Turismo a Ceylon (luglio 1962);
- Festival Gastronomico Bolognese a Locarno (luglio 1962);
- Esposizione della Marina Messicana a Mexico (luglio-agosto 1962);
- Mostra Internazionale del Manifesto Turistico a Livorno (luglio 1962);
- Mostra Annuale dell'Associazione Filippina delle Agenzie di Viaggio a Manila (agosto 1962);
- Fiera Internazionale di Salonicco (settembre 1962) in collaborazione con l'ALITALIA;
- Quindicina Italiana ad Amburgo sul tema « Le isole minori italiane »;
- Festival della Canzone Italiana a Zurigo (settembre 1962);
- Festival Internazionale di Marsiglia (settembre 1962) in collaborazione con l'I.C.E.;
- Giornate del Prodotto Italiano presso i Grandi Magazzini Globus di Zurigo (settembre 1962)

Mostra delle Apparecchiature Elettromeccaniche e Ottiche Italiane al Museo del Politecnico di Mosca;
Mostra dell'Arte Veneziana a Stoccolma (ottobre 1962);
Mostra dell'Artigianato Italiano presso i Grandi Magazzini « Le Louvre » di Parigi (ottobre 1962);
Festival della Canzone Mediterranea a Barcellona (ottobre 1962);
Fiera Italiana presso i Grandi Magazzini « Wanamaker » di Filadelfia (novembre 1962).

V. - PROPAGANDA INSERZIONISTICA - PUBLICITY - STAMPA.

1) *Pubblicità inserzionistica:*

L'E.N.I.T. 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 viene predisposto anche il materiale per la pubblicazione (bozzetti) e curata la redazione dei testi nelle varie lingue.

In ossequio al principio di coordinamento della propaganda con gli Enti periferici del turismo italiano, l'Ente 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 inserire nei cinegiornali e nei telegiornali; la pubblicazione sulla stampa di articoli, fotografie, servizi per intere pagine e notizie, nonché la diffusione di manifesti per vetrine in luoghi e ambienti particolarmente frequentati dal pubblico (banche, grandi magazzini, stazioni ferroviarie e di autolinee, ecc.).

Giova sottolineare, nei riguardi della pubblicità sulla stampa, la difficoltà costituita dalla limitatezza dei mezzi a disposizione, sia al fine di una capillare penetrazione in tutti i Paesi del mondo, nei quali provocare un movimento turistico verso l'Italia o incrementare quello esistente, sia al fine di fronteggiare la concorrenza da altri Paesi turisticamente importanti che agiscono verso le stesse correnti turistiche.

Nel periodo 1° luglio 1961 - 31 ottobre 1962 sono state effettuate 1.549 inserzioni su 344 giornali, settimanali, riviste, numeri speciali ed annuari di 31 Paesi, aventi come oggetto il richiamo esercitato dall'Italia in favore delle correnti turistiche straniere e, in particolare, il folklore, la gastronomia, le stazioni invernali, l'artigianato, le località montane le città d'arte ed i laghi.

Sono state inoltre effettuate 912 inserzioni su 285 quotidiani, settimanali, riviste, numeri speciali di 16 Paesi per conto degli Enti Provinciali per il Turismo e delle Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo ai quali è stato anche erogato dall'E.N.I.T. un proporzionale contributo finanziario. Si è potuto in tal modo concretare quella effettiva e da tutti auspicata collaborazione tra organo centrale di propaganda ed Enti periferici del turismo, a parità di iniziativa e di responsabilità, al fine di ottenere una sempre maggiore efficacia dell'azione di richiamo con una più ampia scelta di pubblicazioni, con una più accentuata frequenza di sollecitazioni e quindi con una più profonda penetrazione nel tempo e nello spazio della azione di propaganda stessa.

Il coordinamento tecnico tra E.N.I.T. ed Enti periferici del turismo risponde effettivamente ad una impellente necessità di carattere economico ed ad una di carattere politico: ottenere il massimo beneficio dell'azione di propaganda pur avvalendosi dei limitati mezzi a disposizione e consentire all'Italia di presentarsi in campo internazionale con un unico volto e non con frammentari elementi, talvolta contrastanti, di un grande mosaico.

Sia per la campagna pubblicitaria propria dell'E.N.I.T., che per quella effettuata in collaborazione con gli Enti turistici periferici, sono stati predisposti testi, traduzioni nelle varie lingue, bozzetti, materiale fotografico e illustrativo, didascalie.

Per quanto riguarda lo studio del piano pubblicitario per l'esercizio finanziario 1962-63, è stato inviato a tutte le Delegazioni dell'E.N.I.T. interessate al piano di pubblicità sulla stampa estera, un questionario allo scopo di conoscere il parere delle Delegazioni stesse sui criteri, sia in relazione alla scelta delle pubblicazioni che al numero delle inserzioni, al formato ed al periodo di pubblicazione delle stesse, da adottare per la realizzazione del piano pubblicitario.

Successivamente sono state bandite licitazioni private tra numerose ditte specializzate ed accreditate al fine di conoscere gli sconti speciali ed eccezionali che le ditte stesse intendevano offrire all'E.N.I.T. per la realizzazione della campagna pubblicitaria.

Sono anche allo studio i piani pubblicitari di Enti Provinciali per il Turismo e di Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo da realizzare nell'esercizio finanziario 1962-63 e per i quali l'E.N.I.T., oltre alla collaborazione tecnica, erogherà un contributo finanziario proporzionale all'importo globale delle somme rispettivamente stanziato.

A seguito di analoga procedura di licitazione privata effettuata per la realizzazione del piano di pubblicità negli Stati Uniti d'America, sono attualmente allo studio tutte le iniziative che si riferiscono alla propaganda sulla stampa, cinematografica e televisiva, comprese nel predetto piano.

2) « *Publicity negli U.S.A.* »:

L'E.N.I.T. svolge una particolare azione di propaganda capillare nel cinematografo, nella televisione e nella stampa degli Stati Uniti d'America, servendosi di una organizzazione specializzata americana in « *publicity* ».

Si è sempre preferito per questa forma di propaganda redazionale la « *publicity* » che è un perfezionamento delle « *Public Relations* », in quanto la organizzazione prescelta deve fornire in anticipo garanzie concrete del lavoro eseguito, con giustificativi costituiti da ritagli di giornali, lettere di stazioni televisive, compagnie cinematografiche ecc.

Questa azione capillare ha il compito di interessare attraverso articoli e fotografie, in migliaia di giornali americani, attraverso films programmati in migliaia di sale cinematografiche, ed attraverso documentari televisivi messi in onda da complessi di stazioni televisive, milioni di americani alle attrattive turistiche dell'Italia. In questo modo si vuole raggiungere indirettamente quel pubblico americano che ha in progetto delle vacanze oltremare.

Nel periodo 1° luglio 1961 - 30 giugno 1962 la « *publicity* » eseguita ha fornito i seguenti risultati:

Propaganda Cinematografica. - È stato prodotto e diffuso un documentario a colori di 12 minuti, dal titolo « *From Naples to Sicily's portals* » — con un itinerario da Napoli a Reggio Calabria (versante tirrenico) sui circuiti della Warnes Bros.

Sono stati prodotti e diffusi 10 cinegiornali sui seguenti soggetti: « *Pesca del pesce spada* », « *La scuola dei mosaici a Ravenna* », « *Il Museo Etrusco di Reggio Calabria* », « *Il museo della ceramica a Faenza* », « *La festa delle fragole ad Imola* », « *La tomba di San Domenico a Bologna* ».

Inoltre « extra contratto » è stato diffuso nei circuiti U.S.A. il documentario « Tale of two rivers », già girato e diffuso per il contratto 1960-1961 nella sola televisione. Tale documentario su Arezzo e la sua Provincia, ha mantenuto cartello per otto settimane al « 55th Street Playhouse », ed è ancora in distribuzione nei cinematografi di New York, Boston, Chicago, San Francisco, Cleveland, ecc.

Sempre « extra contratto » il documentario « Golden Adriatic », già girato e diffuso per i circuiti televisivi per il contratto 1953-1954, è stato abbinato al film « La dolce vita » nei circuiti della Guild Enterprises inc.

« Extra contratto » è stato diffuso sui circuiti della Twentieth Century Fox il documentario girato a colori in contratti passati, dal titolo « The Roman way ». Questo stesso film, e altri documentari prodotti per i contratti passati sono stati proiettati incessantemente al « Coliseum » di Seattle, in occasione della « Esposizione Mondiale ». Un gruppo di films prodotti negli scorsi anni, sono stati forniti alla « Northern New York Publishing Co. » per proiezioni in Clubs privati.

Propaganda Televisiva. — Sono stati prodotti due documentari della durata di 13 minuti ciascuno dai titoli « Ravenna » e « Bologna ».

Tali documentari, destinati alla televisione, per contratto dovevano essere girati in bianco e nero.

Su invito dell'E.N.I.T., sia per la possibile utilizzazione dei documentari, prodotti per la Televisione, nei circuiti cinematografici, — come è sempre avvenuto negli anni passati — e sia per prevenire gli sviluppi della Televisione a colori con una serie di documentari già tecnicamente pronti, i due documentari sono stati prodotti interamente a colori in 35 mm. Eastman, senza nessun aggravio di spesa.

Il documentario « Ravenna » mette in luce il contrasto tra la città di Ravenna storica ed artistica, e l'attività modernissima di Ravenna e la sua Provincia di oggi, ed è diffuso in 33 stazioni televisive U.S.A.

Il documentario « Bologna » mostra gli aspetti culturali, turistici e gastronomici di questa città artistica, ed è stato diffuso in 28 stazioni televisive U.S.A.

Sono stati prodotti n. 3 soggetti per i telegiornali su Bologna, Faenza e la Calabria, che sono stati diffusi in 12 Telegiornali delle reti della N.B.C. e della C.B.S.

« Extra contratto » sono stati diffusi in U.S.A. i documentari « Tale of two Rivers » e « All about Turin » per un complessivo di 48 stazioni, a Manila, Filippine, i documentari « Italy's Marche », « Molise », « Etruscan Treasures », « Golden Adriatic », « Florence », « Amalfi Way » nella stazione locale. Altri cinque documentari sono stati tutti diffusi dalla « Telefis Eireann », la Televisione dell'Irlanda.

Ben 40 trasmissioni sono state ottenute dalla Televisione Australiana per le stazioni di Sydney, Brisbane, Adelaide e Perth per i seguenti documentari: « Florence », « Golden Adriatic », « Tales of Venice », « Holiday Island », « Knights of Malta », « Adriatic Wonderland », « Rome Wasn't built in a Day », « Apulia Anybody ». Tutti questi documentari sono stati prodotti negli scorsi anni.

Stampa. — Nella stampa è stato coperto uno spazio pari a dollari 309.430, calcolato lo spazio stesso al corrente prezzo di advertising. Tre « posters » (manifesti per vetrine) sono stati ottenuti sui seguenti soggetti « Bologna », « Ravenna », « Milano Marittima ».

Tra i giornali che hanno pubblicato il materiale sono da ricordare: « Baltimore Sun », « Boston Herald », « Buffalo Evening News », « Chicago Tribune », « Chicago Daily », « Cincinnati Enquirer », « Cleveland Plain Dealer », « Dallas News », « Denver Post », « Detroit Dealer News », « Los Angeles Time », « Miami News », « Milwaukee Journal », « New Orleans Times », « New York Times », « New York Herald Tribune », « Philadelphia Enquire », « Philadelphia

Bulletin », « Pittsburg Press », « St. Louis Globe-Democratic », « San Francisco Chronicle », « Washington Star ».

La rivista « Travel » ha pubblicato un servizio illustrato sulle Isole Tremiti.

Fotografie sono state fornite, su richiesta, alle seguenti pubblicazioni: « Encyclopedia Britannica », « Western Michigan University », « Rand Mc. Nally Publications », « Little and Ives, Illustrated Ready Reference Encyclopedia for home and School use ».

3) *Stampa (Propaganda redazionale stampa, Radio, Televisione, Cinematografo):*

La propaganda redazionale è divenuta attualmente un mezzo di propaganda autonomo che si realizza indipendentemente dal concorso di contratti pubblicitari. -

Sulla base di una vastissima rete di rapporti di collaborazione mantenuti con la stampa e la teleradio diffusione internazionali, sia direttamente con le case editrici, sia con gli esponenti della stampa mondiale, che con i corrispondenti o gli inviati speciali in Italia, l'attività durante il periodo in esame è stata volta ad attrarre l'interesse degli ambienti suddetti verso gli aspetti turistici del paese che s'intendevano propagandare.

A tal fine sono stati forniti a giornalisti, scrittori, conferenzieri e redattori radiotelevisivi, schemi e documentazioni per articoli, informazioni e facilitazioni per effettuare il loro lavoro (permessi per riprese foto-cinematografiche, ingressi a locali e musei, ecc.), itinerari e programmi di lavoro.

Nello stesso periodo sono stati inviati direttamente articoli, fotografie e materiale d'informazione a riviste e giornali dei più importanti paesi del mondo o alle Rappresentanze E.N.I.T. che possano ottenere la pubblicazione gratuita.

A titolo esemplificativo, si elencano alcuni dei paesi e delle più importanti pubblicazioni e reti radiotelevisive che hanno dedicato all'Italia articoli, edizioni speciali e trasmissioni:

a) *Articoli, informazioni e fotografie diffusi alla stampa per numeri speciali o reportage di particolare importanza:*

Wiener Wochen Presse, Wien - Bollettino Alimar, Buenos Aires - Vogue Australiana, Sydney - Holiday & Travel, Sydney - Daily Telegraph, Sydney - Montreal Star, Montreal - The Financial Post, Montreal - Aarhus Stiftstidende, Copenhagen - Automobile, Parigi - Geographia, Parigi - Agence France Presse, Parigi - Sciences et Voyages, Parigi - Unter Wegs, Stoccarda - Rheinische Post, Düsseldorf - Stuttgarter Nachrichten, Stoccarda - Tag, Berlino - Die Welt, Amburgo - Bildzeitung, Amburgo - Hamburger Abendblatt, Amburgo - Welt am Sonntag, Amburgo - Bild am Sonntag, Amburgo - Stuttgarter Reiseführer, Stoccarda - Frankfurter Allgemeine Zeitung, Francoforte - Christ und Welt, Stoccarda - Tagespiegel, Hannover - Asahi Shimbun, Tokio - Travel Trade Gazette, London - Daily Mail, Londra - Manchester Guardian, Manchester - Courier, London Evening Standard, Londra - Bi-Peninsular Magazine, Bombay - Illustrated Weekly of India, Bombay - Onlooker, Calcutta - Italy Speaks, Dublino - Italia-Messico, Città del Messico - Telegraaf, Amsterdam - Echo Illustré, Ginevra - Diario de Lisboa, Lisbona - Thurgauer Zeitung - Die Tat, Zurigo - Rivista degli Scambi Italo-Svizzeri, Zurigo - Amalgamated Press, Johannesburg - Femina & Woman's Life, Johannesburg - Goteborg Posten, Stoccolma - Dagens Nyheter, Stoccolma - Jordan Runt, Stoccolma - Italia, San Francisco - Star Sentinel, Chicago - Los Angeles Times, Los Angeles - New York Times, New York - House & Garden, New York - Atlantic, New York - Christian Science Monitor - Saturday Review of Literature - Sun Times, Chicago - Art News, New York - The Saturday Evening Post, Philadelphia - The Washington Post, Washington - Travel Agents Magazine, New York - Holiday, New York - Art in America, New York - New York Daily News, New York - All Florida Magazine - Cosmopolitan Magazine, New York.

Nello stesso periodo è stata organizzata la visita a Gubbio di un gruppo di esponenti della stampa estera in collaborazione con l'Associazione del Maggio Eugubino.

Inoltre, è stato approntato e diffuso il materiale per la propaganda e l'attuazione dell'Italian Tourist Economy Plan negli Stati Uniti d'America diretto ad aumentare, con le riduzioni offerte da trasportatori, albergatori, esercenti, ecc. il flusso dei turisti dagli Stati Uniti nella bassa stagione.

b) *Numeri speciali - Reportage Fotografici - Interviste:*

- Austria - Wiener Wochen Presse - Wien
- Belgio - Journal des Voyages, Bruxelles;
- Francia - Vogue, Parigi;
- Gran Bretagna - Travel Trade Gazette, Londra;
- Jugoslavia - Politica, Belgrado;
- Rhodesia, Rhodesian Woman and home, Salisbury;
- Spagna - Blanco y Negro, Madrid;
- Stati Uniti - Harper's Bazaar, New York; Holiday, Philadelphia; Glamour, New York; Washington Post, Washington; Unione del Sud Africa - Femina & Woman Life - Johannesburg;
- Stati Uniti - National Geographic Magazine (78 pagine dedicate all'Italia).

c) *Libri e Guide:*

- Australia - Wake up in Europe - Guida;
- Finlandia - « Teatri Lirici Italiani » Seppo Nummi, Helsinki;
- Germania - Guida Alberghiera - Kurt Rathke;
- Gran Bretagna - Guida per studenti della Oxford University Bookshop;
- Messico - « Guías Jano » ed. Italia, Città del Messico;
- Stati Uniti - « Iet Age Guide 1962 » ed. Fodor's Guides - « La cucina italiana » ed. L. Levinsin, New York - Guida « Aboard & Abrod », New York prontuario per automobilisti in Italia - « All the best in Italy » di S. Clark - ed. Dodd Mead & Co., New York - Earn, Learn and Travel in Europe, ed. Lussemburgo.

d) *Trasmissioni Radio TV - documentari cinematografici:*

- Australia - TV Melbourne: reportage su Sperlonga;
- Canada - Soc. Cinematografica Canadese, Ottawa: documentari sulla Sicilia - CFTO-TV, Channel 9, Toronto; reportage su Roma, Napoli, Firenze, Sicilia;
- Danimarca - Radio Denmark, Copenaghen: servizio radiogiornalistico su Roma della durata di 2 h.;
- Germania - Radio Baden-Baden: servizio sui marmi di Carrara e su Pinocchio;
- Gran Bretagna - British Broadcasting Corporation: documentari su Roma e Tivoli - British Information Office, Londra: documentario « Settebello » e sport a Roma;
- Irlanda - Radio Nazionale Irlandese: documentario Roma;
- Stati Uniti - International Television N.B.C.: documentario Roma - National Geographic Association, New York: documentario Roma - Dudley Pictures Corporation, Hollywood: films televisivi su Venezia e Napoli - WWJ-TV, Detroit: documentario sull'Italia - Associated Artists Film, California: documentario televisivo su Roma a colori di un'ora e mezza per diffusione in cinema e conferenze per c/M.G.M. - Carousel Television Production Inc., New York: documentario televisivo su Roma - National Broadcasting Company, New York: documentario sulla Abbazia di Subiaco - Columbia Broadcasting System-Radio: trasmissioni musicali italiane - National Broadcasting Company, New York: documentario

di un'ora e mezza « Domenica a Roma » trasmesso da 60 stazioni - Walt Disney Film, Hollywood: documentario su Firenze, Artigianato, Palio - Golden Promotien Co. Ltd: film su Ercolano.

e) *Brevi corsi informativi sul turismo italiano:*

Per disposizioni impartite dal Ministero per il Turismo e dalla Presidenza dell'Ente, sono stati inoltre accolti i dirigenti governativi del turismo di vari paesi in visita di studio in Italia, per aggiornarli sulle condizioni attuali del turismo, sulla legislazione e l'organizzazione turistica, sulla tecnica della propaganda. Tra questi esponenti del turismo straniero figurano i dirigenti turistici dei seguenti Paesi: Repubblica della Cina Nazionale, Turchia, Jugoslavia, Libano, Giordania, Brasile, ecc.

VI. - PUBLIC RELATIONS - OSPITALITÀ.

Nel periodo in esame, l'Ente ha svolto una notevolissima attività che si è estrinsecata sotto diverse forme di ospitalità e di assistenza, le quali hanno costituito anche esse un valido mezzo di propaganda per gli ottimi risultati avuti nel campo delle « Public relations » con giornalisti, cineasti, personalità del mondo turistico e culturale internazionale e con gli operatori turistici italiani e stranieri.

Collaborazione sia tecnica che finanziaria è stata data ad alcune delle più importanti Compagnie aeree, quali l'Alitalia, la Pan America, la Sabena, la Lufthansa, la Bea, la Canadian Pacific Airlines, la Sas nonché la Società di Navigazione « Adriatica » e « Helmes » per l'effettuazione di una serie di « educational tours » e di « interline tours » riservati agli agenti di viaggio ed a funzionari di compagnie aeree, allo scopo di promuovere incontri con gli albergatori ed enti turistici periferici di quelle zone meno note al turismo internazionale (« educational tours » per agenti danesi e norvegesi in Sicilia, Puglie, Campania con la Sabena; per agenti irlandesi e spagnoli in Sardegna con l'Alitalia; due « educational tours » con agenti tedeschi e greci in Abruzzo con la Lufthansa e con l'Alitalia; ancora per agenti greci in Puglia con le navi traghetto « Appia » dell'Adriatica e « Egnatia » della Helmes; per agenti provenienti dall'Estremo Oriente con la Sas; per Agenti Canadesi con la C.P.A.; un « interline tours » per funzionari di compagnie aeree provenienti da San Paulo del Brasile con l'Alitalia e, infine, un « agency familiarization tour » con la Pan America. Sempre per quanto riguarda i rapporti con le compagnie aeree è da ricordare la collaborazione offerta per l'organizzazione dei voli inaugurali delle nuove linee aeree con DC-8/Jet San Paulo-Rio de Janeiro dell'Alitalia, nonché per il « Good Will Ambassadors Tour U.S.A. » e per il viaggio dello « Scenicruissr » organizzati dalla PAA.

Particolarmente interessante è stata l'iniziativa presa in occasione del Congresso ASTA, che ha avuto luogo a Cannes nell'ottobre del 1961, che ha permesso, con il concorso delle F.S., delle Compagnie aeree e marittime, della CIAT e della Società Autostradale di Milano, della FAIAT e di alcuni Enti Provinciali per il Turismo ed Aziende Autonome, l'organizzazione di « pre e post convention tours » i quali hanno dato modo ad oltre 200 agenti di viaggio americani di visitare l'Italia, la Sicilia e la Sardegna comprese.

Com'è noto, il Congresso ASTA (American Society of Travel Agents) e, 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.

Come di consueto è stata assicurata la più ampia assistenza, ed a volte anche l'ospitalità, a numerosi giornalisti, scrittori, cineasti e radioteledocumentaristi interessati al settore del turismo per i quali, spesso, sono stati anche elaborati appositi programmi di viaggio

comprendenti la visita a località ancora poco conosciute turisticamente, soprattutto dell'Italia meridionale.

Continui contatti sono stati mantenuti con gli Assessorati Regionali per il Turismo delle Regioni Autonome, con gli Enti Provinciali per il Turismo, con le Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo, con le Rappresentanze E.N.I.T. all'estero, con i dirigenti degli Uffici turistici stranieri e delle principali agenzie di viaggio, con Ambasciate, Consolati ed Istituti di Cultura italiani all'estero.

D'intesa con alcune Delegazioni E.N.I.T., sono stati promossi concorsi scolastici (Dublino, Parigi, Madrid) e viaggi in Italia per studenti argentini, cileni, messicani, sudafricani e spagnoli.

Altri concorsi, aventi come premio un viaggio in Italia, sono stati organizzati, sempre d'intesa con le Delegazioni E.N.I.T. ed anche con le Ambasciate d'Italia (« Una notte a Venezia » per turisti indiani; concorso radiofonico « Italia Magazine » per turisti francesi; « Sposi di S. Antonio » per una coppia di sposi portoghesi; « Mostra del prodotto italiano » di Salisbury; « Settimana Italiana Hotorgscity » di Stoccolma. Per l'esposizione di prodotti italiani è stata accordata la più ampia collaborazione anche ad alcune importanti ditte straniere, come la « Ferguson » di Londra e la « Lodenfrey » di Monaco di Baviera).

Ospitalità è stata data ad alcuni dei dirigenti di quegli istituti bancari tedeschi, danesi e svizzeri cui è affidata la vendita all'estero dei buoni-benzina.

Nel campo delle « public relations » particolarmente importante è stata l'attività svolta attraverso contatti personali con personalità del mondo politico, culturale e turistico di molti Paesi e soprattutto con alcuni esponenti di organizzazioni turistiche straniere, alla maggior parte delle quali è stata offerta anche ospitalità ed assistenza (M.R. Jamal, Ministro del Turismo del Kenia; Dr. Schedl, Ministro dei Trasporti e Turismo della Baviera; Lord Mabane e Mr. Bridges, rispettivamente Presidente e Direttore Generale della B.T.H.A.; Mr Acker, Direttore Generale del Turismo danese; Mr. Prodhan, Direttore Generale del Turismo del Nepal; Sig. Espiga, Direttore Generale del Turismo Uruguayano; Sig. Doucas, Presidente delle Agenzie di Viaggio Greche; Mr. D. Coleman, Direttore Generale della B.T.H.A. per il Sud Africa; S. E. Vegaguerra, Governatore di Barcellona; missione di studio dirigenti turismo svizzero; Missione di studio uomini di affari della Florida).

Sempre nel campo delle « public relations », si sono avuti rapporti di stretta collaborazione con l'U.S.I.S., con il CRUEI, con il CIVIS, con l'ANIMSA, con il Centro di Azione Latina, con l'Organizzazione Universitaria Intercambio Panamericano e con altre Associazioni culturali per le quali sono state organizzate conferenze, proiezioni di documentari e viaggi. Al riguardo è da ricordare la collaborazione data per alcune importanti iniziative promosse da Delegazioni E.N.I.T. all'estero; come: la escursione FIAT Argentina; il viaggio oriundi italiani da Buenos Aires; il viaggio degli industriali spagnoli; il pellegrinaggio a Roma dei Sindacati spagnoli, nonchè le accoglienze predisposte per i partecipanti ad alcuni congressi internazionali svoltisi a Roma come: il Congresso Mondiale della FIBEP, il II Congresso del Club International d'Assistance Aéroportuaire ed il Congresso della Letteratura Araba.

Rilevante è stata, infine, anche l'attività svolta per ottenere il rilascio di tessere di libero ingresso ai Musei e Gallerie d'Arte dello Stato in favore di giornalisti e gruppi di studenti, per la concessione di facilitazioni da parte delle F.S. e di escursioni gratuite da parte della CIT, nonchè per ottenere l'autorizzazione a riprese fotografiche, cinematografiche e televisive in luoghi pubblici, Musei, Scavi, ecc.

VII. - INFORMAZIONI - ISTRUZIONE PROFESSIONALE - BIBLIOTECA.

Dal 1° luglio 1961 al 30 settembre 1962 l'Ente ha ricevuto 11.182 richieste scritte di informazioni, di cui 3.851 in inglese, 3.151 in francese, 2.810 in tedesco, 1.520 in italiano, 503 in spagnolo, 431 in portoghese, 31 in fiammingo, 2 in turco ed 1 in arabo.

Nello stesso periodo sono stati diramati 49 comunicati di informazioni contenenti notizie pratiche di vario genere ed è stata pubblicata la terza ristampa del quaderno di informazioni n. 26 sulle tariffe delle guide autorizzate. È stata inoltre curata la raccolta, l'elaborazione e la periodica trasmissione dei dati del « Bollettino della neve », trasmesso, una volta alla settimana, dalla RAI. Sono stati, infine, definiti 437 reclami di turisti, cui sono state rimborsate complessivamente lire 1.847.930. I reclami riguardavano le seguenti questioni: 180 contro alberghi; 144 contro ditte; 27 contro agenzie di viaggio; 20 contro le ferrovie; 13 per furto; 5 contro ristoranti; 4 contro le dogane e 44 di carattere vario.

Come di consueto, l'Ente ha erogato, per l'anno scolastico 1961-62, lire 3.500.000 per contributi a istituti professionali turistici ed alberghieri.

Durante l'esercizio 1961-62, è stato arricchito il patrimonio librario della biblioteca che ha incrementato le proprie collezioni e raccolte bibliografiche con l'acquisto di pubblicazioni messe a disposizione dei tecnici e degli studiosi.

VIII. - STATISTICHE DEL TURISMO.

Nel periodo dal 1° luglio 1961 al 31 ottobre 1962, l'Ente ha provveduto ad effettuare le varie rilevazioni statistiche di sua competenza, sia ai fini della documentazione necessaria allo svolgimento dei suoi compiti di istituto, sia ai fini della pubblicazione dei dati nel Bollettino tecnico trimestrale « Statistica del turismo ».

In tale periodo sono stati pubblicati i Bollettini nn. 45-46, 47, 48 e 49-50, nei quali figurano i dati relativi alle seguenti statistiche:

- statistica del movimento di frontiera dal 1948 al 1° settembre 1962;
- stranieri entrati in Italia nel 1961, distinti per transiti e nazionalità;
- andamento mensile del traffico degli stranieri entrati in Italia nel 1960 e nel 1961, distinto per nazionalità;
- stranieri entrati in Italia, nel 1960 e 1961, distinti per mesi e per singoli transiti;
- stranieri entrati in Italia, nel 1960 e nel 1961, distinti per vie di accesso, per nazionalità e per mesi;
- clienti ospitati negli esercizi alberghieri distinti per tipo e categoria, dal 1951 al 1961 e numeri indici;
- attrezzatura ricettiva dal 1949 al 1961, distinta per tipo e categoria, di esercizio, e numeri indici;
- clienti ospitati negli esercizi alberghieri nel 1960 e nel 1961, distinti per nazionalità, tipo e categoria di esercizio;
- movimento mensile dei clienti ospitati negli esercizi alberghieri negli anni 1960 e 1961;
- clienti stranieri e italiani ospitati nel 1960 e nel 1961 negli esercizi alberghieri distinti per tipo, categoria e regione;
- clienti ospitati nel 1960 e 1961 negli esercizi alberghieri distinti per tipo, categoria e regione;
- movimento mensile dei clienti italiani e stranieri ospitati nel 1960 e nel 1961 negli esercizi alberghieri delle varie regioni;
- movimento mensile dei clienti ospitati nel 1960 e nel 1961 negli esercizi alberghieri delle varie regioni;
- clienti ospitati nel 1960 e nel 1961 negli esercizi alberghieri delle varie regioni;
- viaggiatori ospitati nel 1960 e nel 1961 negli esercizi extralberghieri delle varie regioni;
- movimento mensile dei viaggiatori ospitati nel 1960 e 1961 negli esercizi extralberghieri delle varie regioni;

viaggiatori ospitati nel 1960 e 1961 negli esercizi alberghieri ed extralberghieri, distinti per regioni, provincie e Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo;

movimento dei forestieri ospitati nel 1960 e 1961 negli esercizi alberghieri ed extralberghieri delle singole stazioni di cura, soggiorno e turismo;

forestieri ospitati negli esercizi alberghieri ed extralberghieri dei vari gruppi di Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo negli anni 1960 e 1961;

viaggiatori ospitati nel 1960 e 1961 negli esercizi alberghieri ed extralberghieri delle Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo, distinti per nazionalità;

clienti ospitati nel 1960 e 1961 negli esercizi alberghieri ed extralberghieri delle Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo, distinti per categoria di esercizio e nazionalità;

andamento della vendita dei buoni-benzina effettuata dall'E.N.I.T. all'estero (litri venduti) negli anni 1960 e 1961;

buoni-benzina venduti agli stranieri, in Italia e all'estero, dal 1936 al 1938 e dal 1951 al 1962;

traffico medio giornaliero di autoveicoli registrato ai posti di frontiera italo-francese di Ponte San Luigi nel 1960 e nel 1961;

numero dei visitatori degli Istituti di Antichità e d'Arte dello Stato, dal 1936 al 1938 e dal 1949 al 1962;

gettito dell'imposta di soggiorno dal 1929 al 1942 e dal 1947 al 1962, e ripartizione dei proventi negli anni dal 1939 al 1942 e dal 1947 al 1962;

attrezzatura alberghiera esistente in Italia negli anni 1960 e 1961;

numero delle località e degli esercizi inseriti nell'Annuario « Gli Alberghi d'Italia » dell'E.N.I.T., edizione 1960 e 1961;

numero dei visitatori degli Istituti d'Antichità e d'Arte dello Stato, distinti per località e raggruppati per regione - anni 1959 e 1960;

andamento della vendita dei buoni benzina effettuata dall'E.N.I.T. all'estero (introiti in lire) negli anni 1960-61;

gettito dell'imposta di soggiorno negli anni 1958, 1959 e 1960, accertato nelle singole provincie;

attrezzatura alberghiera esistente in Italia negli anni 1960 e 1961;

percentuali di composizione dell'attrezzatura alberghiera, per categoria di esercizi, negli anni 1949, 1960 e 1961;

rapporti di frequenza fra gli elementi componenti l'attrezzatura alberghiera negli anni 1949, 1960 e 1961;

addensamento medio regionale degli esercizi alberghieri per ogni 1.000 kmq.;

percentuali di distribuzione stagionale e regionale delle presenze alberghiere nel 1959 e nel 1960;

percentuali di distribuzione stagionale e per nazionalità delle presenze registrate negli esercizi alberghieri nel 1959 e 1960;

traffico ferroviario in Italia negli anni 1938, 1959, 1960 e 1961;

autoveicoli circolanti in Italia nel 1948, nel 1946 e dal 1955 al 1960;

autoveicoli nuovi di fabbrica, distinti per specie, iscritti annualmente al P.R.A., nel 1938, nel 1946, e dal 1955 al 1961;

spesa del pubblico secondo il tipo di spettacolo nel 1938 e dal 1948 al 1960 e ripartizione della spesa per regioni;

movimento dei forestieri ospitati negli esercizi alberghieri e negli alloggi privati delle Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo, negli anni dal 1935 al 1940 e dal 1948 al 1960;

utilizzazione dei servizi della Compagnia Internazionale Carrozze con Letti e dei Grandi Treni Espressi Europei;

variazioni apportate dalle Ferrovie dello Stato alla tariffa ordinaria n. 1 per i viaggi di corsa semplice, dal 1939 al 1961;

carte carburante utilizzate per l'acquisto dei buoni-benzina, negli anni 1960 e 1961;
carte carburante e turistiche emesse dalle dogane per la temporanea importazione
in Italia degli autoveicoli stranieri nel periodo 15 luglio - 31 dicembre 1961;
percentuali di composizione mensili delle presenze registrate negli esercizi alberghieri
dei vari gruppi di Stazioni di Cura, Soggiorno e Turismo - anno 1960;
situazione degli impianti di linee funicolari, funivie e seggiovie e numero delle per-
sone trasportate nel 1959;
bollettino meteorologico.

Le varie statistiche di cui sopra sono state attuate o elaborate dall'E.N.I.T. valendosi
anche della collaborazione degli Enti Provinciali per il Turismo, delle Aziende Autonome
di Cura, Soggiorno e Turismo, del Ministero della Pubblica Istruzione, dell'Automobile
Club d'Italia, dell'Ente Autotrasporti Merci, ecc., in pieno accordo con l'Istituto Centrale
di Statistica e la Direzione Generale del Turismo.

Sono stati studiati e realizzati i grafici che accompagnano le tavole statistiche riportate
nei Bollettini nn. 45-46 e 49-50. Sono state inoltre approntate le tavole statistiche e l'altro
materiale da pubblicare nel Bollettino n. 51.

Si è inoltre collaborato alla redazione della relazione statistica sul turismo italiano, la
quale viene utilizzata per la compilazione del « Rapporto annuale sul turismo europeo »,
edito dall'O.C.D.E. (Organisation de Coopération et de Développement Economiques).

Sono stati forniti numerosissimi dati e notizie riguardanti le statistiche turistiche richie-
sti, dall'Italia e dall'estero, da parte di organismi internazionali, di enti pubblici e privati,
agenzie di viaggi, personalità, professionisti, studi commerciali, agenzie di stampa e giornali,
studenti, ecc.

Un particolare rilievo merita il lavoro attinente alla stampa ed alla distribuzione dei
moduli di rilevazione del movimento dei clienti negli esercizi alberghieri ed extralberghieri
e del movimento degli stranieri che entrano in Italia, nonché dei moduli occorrenti per lo
spoglio e l'elaborazione dei dati. La distribuzione dei moduli agli albergatori ed ai gestori
di complessi pararicettivi avviene tramite gli Enti Provinciali per il Turismo e le Aziende
Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo, mentre i moduli per la statistica di frontiera vengono
inviati direttamente agli Uffici di P. S. addetti al controllo del traffico ai singoli valichi di
confine.

È, infine, attualmente in corso di organizzazione il settore delle ricerche di mercato che
avrà, in avvenire, notevole impulso.

A tal fine, due funzionari della carriera direttiva dell'Ente hanno partecipato ad un corso
di specializzazione organizzato dalla « Associazione Italiana Studi Ricerche di Mercato ».

IX. - ANNUARIO ALBERGHI.

Terminata l'edizione 1961 dell'Annuario « Gli Alberghi d'Italia », l'Ente ha curato la
pubblicazione di due supplementi dell'Annuario.

Il supplemento n. 1 di 32 pagine con 190 esercizi, ha avuto una tiratura di 10.000 copie
ed è stato stampato in tipografia. Il supplemento n. 2 è stato stampato in ciclostile e compren-
deva n. 191 esercizi.

Contemporaneamente è stato disposto il lavoro per la preparazione dell'edizione 1962
dell'Annuario stesso.

Al fine di stabilire la situazione tariffaria alberghiera per la determinazione dei prezzi
per il 1962, si sono preparate apposite tabelle e confrontate con le tariffe del « Nuovo piano
di livellamento ».

Il confronto ha permesso di individuare le province e le località che hanno superato tale piano di livellamento, quelle che lo hanno raggiunto e quelle che, non avendolo raggiunto, potrebbero ottenere aumenti perequativi.

L'E.N.I.T. ha dato così la possibilità, sia al Comitato Interministeriale Prezzi che al Ministero del Turismo e dello Spettacolo, di poter esaminare la situazione tariffaria di ciascuna provincia e località e prendere con esatta cognizione di causa quelle misure che le varie situazioni tariffarie avrebbero suggerito.

Mentre il Comitato Interministeriale Prezzi impartiva ai Comitati Provinciali Prezzi le necessarie direttive per la determinazione dei prezzi per il 1962, l'E.N.I.T. dava agli Enti Provinciali per il Turismo le istruzioni per la raccolta delle denunce dei prezzi e dell'attrezzatura per l'aggiornamento del testo, per i successivi controlli da parte dell'E.N.I.T. e per il relativo lavoro tipografico. Predisposto tale lavoro, sono stati mantenuti continui e diretti contatti con il Comitato Interministeriale dei Prezzi allo scopo di fornire allo stesso tutte le notizie necessarie per stabilire le direttive da dare ai Comitati Provinciali Prezzi per la determinazione delle tariffe alberghiere da valere per il 1962.

Le caratteristiche tipografiche dell'« Annuario Alberghi d'Italia 1962 » sono rimaste press'a poco quelle dell'anno precedente; si deve però rilevare che il numero degli esercizi inseriti è salito da 18.669, contro 17.603 del 1961.

Dal punto di vista dei prezzi è da notare che, rispetto alla edizione 1961, le tariffe sono rimaste in gran parte invariate e che aumenti figurano solo per alcune province o località, ma sempre su di un piano perequativo.

Per quanto riguarda le illustrazioni contenute nella pubblicazione, si è provveduto al rifacimento di 12 cartine regionali e alla preparazione dei frontespizi delle regioni illustranti i « Castelli d'Italia ».

L'edizione 1962 della pubblicazione in parola — della quale sono state stampate, tra primo e secondo volume, 44.000 copie — è stata diffusa ai primi di marzo, con notevole anticipo rispetto all'edizione precedente.

Durante e dopo la stampa dell'Annuario in volumi, è stato provveduto alla stampa di numerosi estratti regionali, provinciali e di località per conto degli Enti Provinciali per il Turismo, degli Assessorati Regionali per il Turismo e delle Aziende Autonome di Cura, Soggiorno e Turismo.

Sono stati stampati 49 estratti per un totale di 448.000 copie e 21.792.000 pagine.

Gli estratti stampati nel 1962 sono i seguenti:

Teramo - Milano - Bergamo - Ravenna - Pescara - Massa-Carrara - Ascoli Piceno - Cuneo - Umbria - Reggio Emilia - Verona - Ancona - Alessandria - Piacenza - Valle d'Aosta - Siena - Salerno - Ravenna e Marina di Ravenna - Torino - Ferrara - Parma - Varese - Grosseto - Macerata - Forlì - Genova - Udine - l'Aquila - Savona - Sardegna (E.P.T. di Cagliari) - Chieti - Treviso - Potenza - Modena - Abruzzi e Molise - Puglia - Latina - Pavia - Liguria - Lazio - Pistoia - Pesaro-Urbino - Sardegna (E.S.I.T.) - Messina - Cosenza - Agrigento - Gorizia - Reggio di Calabria - Cosenza (ristampa).

Allo scopo di mettere in grado le nostre Delegazioni e gli Enti Provinciali per il Turismo di conoscere le tariffe alberghiere 1962 di ogni provincia o località prima dell'uscita dell'annuario alberghi, è stata curata, come negli anni precedenti, 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. La realizzazione si è dimostrata di grandissima utilità e il Comitato Interministeriale Prezzi ne ha riconosciuta l'importanza anche per lo studio dell'andamento delle variazioni delle tabelle.

In relazione all'obbligo degli albergatori di esporre nelle camere dei loro esercizi i cartellini con i prezzi di ciascuna camera, e allo scopo di uniformare in tutta Italia l'adozione di tali cartellini, si è provveduto alla stampa e alla distribuzione agli Enti Provinciali per

il Turismo di n. 238.300 cartellini a « stagione unica » e di n. 129.000 a « doppia stagione » per un totale di n. 367.800 cartellini per un importo di lire 426.210, rimborsato all'E.N.I.T. dagli Enti Provinciali per il Turismo.

Nell'agosto 1962 è stato diffuso il « Supplemento n. 1 » dell'Annuario, contenente i dati dell'attrezzatura e delle tariffe di 231 esercizi di nuova apertura.

Successivamente si è provveduto alla preparazione di un secondo « Supplemento », contenente più di altri 100 esercizi.

Fin dal mese di maggio l'Ente si è fatto promotore di una iniziativa tendente ad anticipare l'uscita dell'edizione 1963 dell'Annuario.

Contemporaneamente si sono raccolti i dati necessari all'aggiornamento dell'opuscolo « Organizzazione turistica italiana », diramando una circolare agli Enti Provinciali per il Turismo e agli enti inseriti nella pubblicazione. Di tale opuscolo si sono stampate 5.000 copie, attualmente in corso di distribuzione.

X. - BUONI BENZINA.

La vendita all'estero dei buoni benzina E.N.I.T. durante l'esercizio 1961-62 ha raggiunto la cifra di L. 5.579.664.848 (litri 68.554.545) contro l'introito di L. 6.231.271.825 (litri 75.685.315) del precedente esercizio 1960-61.

La flessione verificatasi va attribuita quasi interamente al fermo del lavoro in Austria per la crisi alto-atesina dello scorso anno.

Dall'esame dei dati sotto riportati appare evidente il notevole aumento di lavoro verificatosi in Svizzera, Belgio-Lussemburgo e Olanda:

	Esercizio 1960-61		Esercizio 1961-62	
	lire	litri	lire	litri
Austria	652.988.579	8.082.060	203.290.329	2.540.125
Belgio-Lussemburgo	282.143.163	3.326.540	283.847.488	3.399.185
Danimarca	65.182.746	776.335	79.989.187	961.005
Finlandia	2.542.002	31.470	2.721.768	33.875
Francia	764.789.776	9.267.550	678.662.950	8.281.910
Germania	2.891.111.231	35.369.255	2.692.697.833	33.360.575
Gran Bretagna	306.308.217	3.598.345	282.228.147	3.345.040
Grecia	4.511.820	55.740	4.533.375	56.895
Irlanda	664.551	7.995	844.837	10.500
Libano	457.237	5.400	734.517	8.715
Libia	2.383.591	28.700	3.223.801	38.925
Norvegia	5.247.579	61.870	6.895.699	82.785
Olanda	335.399.350	3.984.870	391.559.837	4.716.735
Svezia	38.471.119	451.940	39.027.266	460.495
Svizzera	872.129.231	10.555.710	904.556.371	11.200.020
U.S.A.	6.901.633	81.535	4.851.443	57.760
	6.231.271.825	75.685.315	5.579.664.848	68.554.545

Stato di previsione
per l'esercizio finanziario
1963-64

Ministero del turismo
e dello spettacolo

Nel corso dell'esercizio 1961-1962 la vendita dei buoni-benzina turistici in Grecia è stata estesa ai centri di Corfù, Salonicco e Patrasso in vista della ripresa del servizio traghetto con l'Italia.

Si ritiene opportuno indicare, qui di seguito, un riepilogo dei buoni benzina venduti, dall'E.N.I.T., all'estero nel periodo 1951-1962 (a tutto il mese di settembre):

1951	litri	3.342.480	lire	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	»	65.734.380	»	5.339.931.670
1962 (al 30 settembre) . . .	»	79.998.135	»	6.515.789.055
	litri	525.464.215	lire	47.818.970.357

Le cifre, anche se incomplete, dell'anno 1962, dimostrano il crescente interesse dei turisti per i buoni-benzina e quindi la attualità del sistema.

ANDAMENTO DELLA GESTIONE.

Il Consuntivo dell'Ente, relativo all'esercizio 1961-62, espone le seguenti risultanze complessive:

Entrate

effettive	L.	1.756.531.437
per movimento di capitali	»	—
per partite di giro	»	17.755.402.464
Totale	L.	19.511.933.901

Uscite

effettive	L.	1.755.999.346
per movimento di capitali	»	—
per partite di giro	»	17.755.402.464
Totale	L.	19.511.401.810

con un avanzo di competenza di L. 532.091 pari alla differenza attiva di parte effettiva.

La situazione amministrativa, invece, presenta un disavanzo di L. 660.399.420 determinato come appresso:

Fondo di cassa al 1° luglio 1961	L.	433.936.159
Somme riscosse nell'esercizio (in conto competenze ed in conto residui)	»	19.036.859.590
Totale	L.	19.470.795.749

<hr/>	
pagamenti effettuati nell'esercizio (in conto competenza ed in conto residui)	L. 19.378.200.725
<hr/>	
Fondo cassa al 30 giugno 1962 . . .	L. 92.595.024
somme rimaste da riscuotere al 20 giugno 1962 (comp. e residui) »	530.179.211
<hr/>	
Totale . . .	L. 622.774.235
<hr/>	
somme rimaste da pagare al 30 giugno 1962 (comp. e residui) »	1.283.173.655
<hr/>	
disavanzo di amministrazione come sopra . . .	L. 660.399.420
<hr/>	

A riguardo di tale disavanzo, deve essere precisato che esso deriva da una diversa rappresentazione contabile dei dati afferenti alla gestione dei buoni benzina che l'Ente ha ravvisato di attuare, a decorrere da questo esercizio, anche su segnalazione del Collegio dei revisori; infatti, precedentemente, l'E.N.I.T. iscriveva tra i residui attivi anche l'importo delle disponibilità esistenti presso i corrispondenti all'estero (istituti di credito) derivanti dagli incassi dei buoni benzina, mentre un correlativo importo indicava tra i residui passivi. Ciò non rifletteva la reale situazione dei fatti perchè, in effetti, le somme depositate non possono assimilarsi a crediti scaduti non ancora riscossi quali sono i residui attivi, mentre non tutto l'equivalente importo corrisponde alle somme che l'Ente può essere tenuto a rimborsare per buoni benzina rimasti in circolazione alla data di chiusura dell'esercizio.

Più correttamente, allora, nel consuntivo in esame, l'ammontare delle somme riscosse provenienti dalla vendita dei buoni è stato eliminato dalla consistenza dei residui attivi e quindi dalla situazione amministrativa ed iscritto nell'attivo di quella patrimoniale, lasciando tra i residui passivi soltanto l'ammontare dei buoni ancora in circolazione al 30 giugno 1961 (797.295.580) per i quali a tale data sussisteva la possibilità del loro rimborso.

Le entrate effettive concernono il contributo statale di funzionamento per lire 1.355 milioni, rimborsi e concorsi nelle spese per lire 391.239.570 ed entrate diverse per lire 10.291.867. Messe a rapporto con le previsioni definitive esse presentano variazioni in più per lire 1.256.955 nei rimborsi e concorsi, e variazioni in meno per lire 8.133 nelle entrate diverse.

Le uscite della stessa natura riguardano per lire 351.183.628 gli oneri generali di funzionamento (di cui lire 234.791.525 per spese relative al personale della sede); per lire 805.733.043 le spese per gli Uffici all'Estero e alle frontiere (di cui lire 390.869.746 per il relativo personale), lire 532.782.675 gli oneri istituzionali (pubblicità su stampa e varia, manifestazioni e attività audiovisive, studi, statistiche e ricerche di mercato, assistenza turistica ed istruzione professionale, ecc.), per lire 45.000.000 le indennità di licenziamento al personale, per lire 13.584.955 acquisti di mobili e macchine e per L. 7.715.045 per manutenzione e riparazioni di beni immobili, arredamenti locali, ecc. Rispetto alle previsioni si sono verificate variazioni in più per complessive lire 1.082.974 nelle spese per gli Uffici all'estero, per l'attività dell'Istituto, per l'acquisto di beni e per le riparazioni, e variazioni in meno per lire 16.372 negli oneri di funzionamento.

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

<i>Entrate:</i>			
	Eserc. 1960-61	Eserc. 1961-62	Variazioni
Contributi	L. 1.055.000.000	L. 1.355.000.000	+ L. 300.000.000
Rimborsi e concorsi	» 454.786.723	» 391.239.570	— » 63.547.153
Diverse	» 13.068.494	» 10.291.867	— » 2.776.627
TOTALI	L. 1.522.855.217	L. 1.756.431.437	L. 233.676.220
<i>Uscite:</i>			
Oneri di personale	L. 400.032.000	L. 670.661.271	+ L. 270.629.271
Oneri di funzionamento	» 425.297.716	» 531.255.400	+ » 105.975.684
Oneri di manutenzione straordinaria ed acquisto mobili e macchine	» 9.693.322	» 21.300.000	+ » 11.606.678
Oneri per attività istituz.	» 688.961.891	» 532.782.675	— » 156.179.216
TOTALI	L. 1.523.966.929	L. 1.755.999.346	L. 232.032.417

In merito alle suindicate variazioni è da porre in evidenza:

per l'entrata:

L'aumento di lire 300.000.000 nei contributi è connesso con la maggiore assegnazione statale per le esigenze di funzionamento dell'Ente, di cui alla legge 31 dicembre 1961, n. 1444; la riduzione nei rimborsi e concorsi nelle spese è principalmente dovuta a minori introiti conseguiti nei confronti degli enti turistici per pubblicità e pubblicazioni E.N.I.T.; il minor accertamento per entrate diverse deriva dalla diminuzione di interessi attivi (su titoli e depositi) e di introiti diversi;

per l'uscita:

L'aumento delle spese per il personale è in parte connesso con il trasferimento di lire 30.000.000 dal capitolo 17-b) al capitolo 1 a seguito dell'avvenuto inquadramento dei collaboratori interni ed in parte con i maggiori oneri per l'attuazione dei contratti tipo per il personale della Sede e per quello delle delegazioni all'estero e degli uffici di frontiera, per la eventuale concessione dell'assegno mensile pari a lire 70 per ogni punto di coefficiente e per l'accantonamento della cospicua cifra di lire 130.000.000 presumibilmente occorrente per la liquidazione dei servizi prestati dal personale all'estero anteriormente all'entrata in vigore dei contratti medesimi, importo, quest'ultimo, che, riflettendo oneri « una tantum », non è destinato a riprodursi nei futuri esercizi;

L'aumento delle spese di funzionamento è in relazione oltre che all'aumento dei prezzi delle cose e dei servizi in genere, anche all'acquisto di un immobile per la sede della delegazione di Buenos Aires per lire 60.000.000 — che si riduce quindi in un incremento di patrimonio — alle spese di sistemazione ed arredamento dello stesso ed ai sensibili aumenti dei canoni di locazione di quasi tutte le altre sedi all'estero.

Giova poi considerare a riguardo di dette spese che esse, riflettendo l'organizzazione ed il funzionamento delle cennate delegazioni, potrebbero, nella più gran parte, considerarsi alla stregua di oneri istituzionali, tenendo presente che attraverso l'attività di tali Uffici si attua la propaganda dell'Ente all'estero.

— per quel che concerne le attività istituzionali, si sono determinati aumenti nelle spese per l'attività editoriale e diminuzioni in quelle per pubblicità su stampa, per propaganda radiofonica e televisiva, per films, documentari, mentre nessun onere risulta sostenuto per propaganda straordinaria che nel precedente esercizio si rese invece necessario svolgere con notevole intensità per la XVII Olimpiade che l'Italia ospitò.

GESTIONE DEI RESIDUI

Tale gestione presenta le seguenti risultanze:

Residui attivi:

Consistenza al 1° luglio 1961	L.	1.388.833.977
Riscossioni	L.	1.081.459.632
Minori accertamenti	»	22.684.249
		<u>1.104.143.881</u>
differenza	L.	284.690.096
residui dell'esercizio 1961-62	»	245.489.115
		<u>530.179.211</u>
Totale residui attivi al 30 giugno 1962 . . .	L.	<u>530.179.211</u>

Residui passivi:

Consistenza al 1° luglio 1961	L.	1.825.041.608
Pagamenti	L.	908.354.686
Minori accertamenti	»	22.589.418
		<u>930.944.204</u>
differenza	L.	894.097.504
Residui dell'esercizio 1961-62	»	389.076.151
		<u>1.283.173.655</u>
Totale residui passivi al 30 giugno 1962 . . .	L.	<u>1.283.173.655</u>

Per quel che attiene in particolare ai minori accertamenti di residui attivi è da far presente che essi sono dovuti, per lire 20.000.000 ad un contributo ministeriale non più erogato e, per la differenza, a storni per erronee imputazioni, nonché ad eliminazioni di piccole partite per prestazioni e servizi non più effettuati per conto terzi. I minori accertamenti di residui passivi sono determinati oltre che da storni per erronee imputazioni, anche da eliminazione di somme non corrispondenti ad effettivi impegni.

SITUAZIONE PATRIMONIALE

La situazione patrimoniale a fine esercizio risulta come segue:

Attività	L.	1.936.526.922
Passività	»	1.935.653.275
		873.647
		873.647

che nei confronti di quello risultante al 30 giugno 1961 di lire 436.387 presenta un aumento di lire 437.260 che si dimostra come segue:

avanzo economico di parte effettiva	+	L.	532.091
peggioramento nei residui	-	»	94.831
			437.260
			437.260

Tra gli elementi patrimoniali attivi figurano gli immobili per lire 2.707.857; i mobili ed i titoli, rispettivamente per L. 1 poichè completamente ammortizzati; le disponibilità liquide presso la Banca Nazionale del Lavoro per lire 92.595.024; i depositi su C/O all'estero per lire 27.853.227; i crediti verso corrispondenti esteri relativi alla gestione dei buoni benzina per lire 1.283.191.601 ed i residui attivi per complessive lire 530.179.211 (compresi i depositi cauzionali per lire 86.965).

Il passivo è costituito da residui, classificati in base alle varie categorie di uscita, per complessive lire 1.283.173.655, dal fondo anzianità licenziamento personale per lire 166.583.599 e da un fondo accantonato per partite da regolare per lire 485.896.021.

Tale accantonamento dovrà essere prevalentemente utilizzato per l'adeguamento del fondo indennità di licenziamento sulla base delle spettanze effettivamente maturate per le singole unità in servizio.

* * *

Nel concludere questa relazione sull'attività svolta dall'Ente durante l'esercizio finanziario 1961-62, il Consiglio di Amministrazione desidera rivolgere agli onorevoli membri del Parlamento e del Governo il suo più vivo ringraziamento per l'aumento del contributo statale alle spese di funzionamento dell'E.N.I.T., disposto con la citata legge 1444 del 31 dicembre 1961.

Nel tempo stesso, il Consiglio desidera far presente che sempre più viva e urgente è la necessità che l'Ente disponga di maggiori mezzi finanziari in relazione al moltiplicarsi della sua attività, specialmente di fronte all'incremento dell'azione propagandistica da parte di altri Stati concorrenti nel settore del turismo.

Come può rilevarsi dalla relazione che precede e da quelle presentate al Parlamento negli anni scorsi, l'Ente ritiene di aver saggiamente amministrato il contributo dello Stato alle spese per il suo funzionamento, ottenendo risultati di gran lunga superiori ai mezzi finanziari a sua disposizione e ciò per lo spirito di sacrificio che ha animato il lavoro dei propri dipendenti e per l'oculata scelta delle varie forme di propaganda da realizzarsi nei vari Paesi.

Ma è certo che ogni giorno il campo di azione dell'Ente diventa sempre più vasto e più difficile, quindi, la realizzazione delle sue attività istituzionali se non si provvederà tempestivamente ad aumentare l'attuale stanziamento disposto in suo favore.

p. IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE DELL'E. N. I. T.
f.to AVV. GIOVANNI MAGGIO