



GEOGRAFIA DEL TURISMO

Università degli Studi di Trieste
CdLM in LINGUE, LETTERATURE STRANIERE E TURISMO CULTURALE
(LE68)

Docente: prof. Umek Dragan

TURISMO E STORIA

La storicizzazione del
fenomeno

Le varie fasi del turismo

1. Origine ed evoluzione storica del turismo
2. Proto turismo
3. Turismo moderno del XIX secolo
4. Turismo di massa
5. Turismo post-moderno

I due volti di Ulisse

Ulisse omerico

Il viaggio di Ulisse per tornare ad Itaca.

Odissea

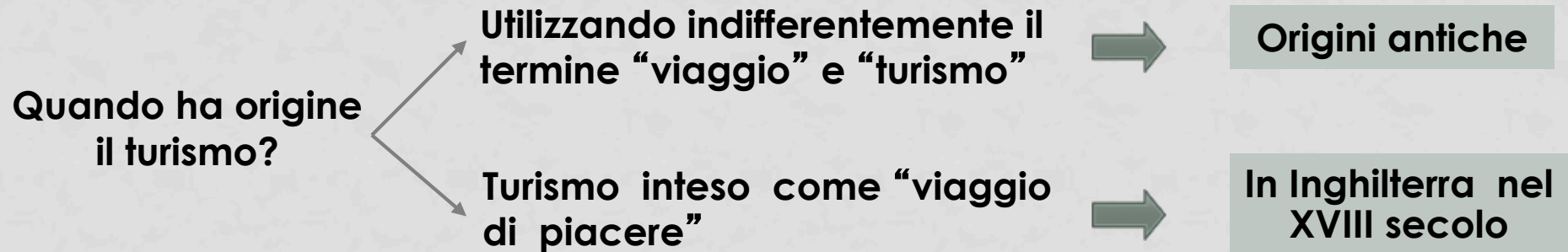
Ulisse dantesco

*“Considerate la vostra semenza:
fatti non foste a viver come bruti,
ma per seguir virtute e canoscenza”.*

(vv. 112-120) Inferno, Canto XXVI



Origine ed evoluzione storica del turismo



Le quattro tappe evolutive del turismo in Europa - (Battilani, 2001)

- **Prototurismo:** è la fase per eccellenza più lunga dal punto di vista del periodo di riferimento va, infatti, *dall'antichità alla seconda metà del XVIII*
- **Turismo moderno:** il periodo di riferimento è quello che va dall'inizio della *rivoluzione industriale fino al 1930-1940*
- **Turismo di massa:** va dal *Secondo Dopoguerra ai primi anni dell'epoca neo-industriale*
- **Turismo globale:** ha avuto inizio *dai primi anni '90 ai giorni nostri*

Origine ed evoluzione storica del turismo: **il prototurismo**

Periodo di riferimento

- Dall'antichità alla rivoluzione industriale (seconda metà del XVIII sec.)

Tipologia di turisti

- Aristocratici, classi elitare, religiosi

Caratteristiche dell'offerta

- Assenza di strutture specializzate (locande, taverne)

Forme prevalenti di turismo

- Turismo in occasione di eventi sportivi (es.: olimpiadi)
- Turismo termale e "villeggiature" dell'antica Roma
- Pellegrinaggi (La Mecca, Roma, Santiago de Compostela)
- Viaggi di formazione (forme di *Grand Tour ante litteram* come la *peregrinatio academica* di *clerici vagantes* e *goliardi*)

Si parla di "**prototurismo**" perché:

- I viaggi non hanno la motivazione dello svago e della vacanza in senso stretto
- I flussi sono molto ridotti
- I comportamenti turistici sono orientati all'auto-consumo
- Si ha l'assenza di strutture e di servizi specializzati
- L'impatto economico è irrilevante o addirittura nullo

Dai primi anni del '600 si sviluppò una nuova tipologia di turismo: il **Grand Tour**
(viaggi di formazione di giovani aristocratici con tutore per 2-4 anni)



Egizi

Prime testimonianze di viaggio verso il 1500 a.C. per feste religiose, ma anche per vedere piramidi o altri monumenti famosi

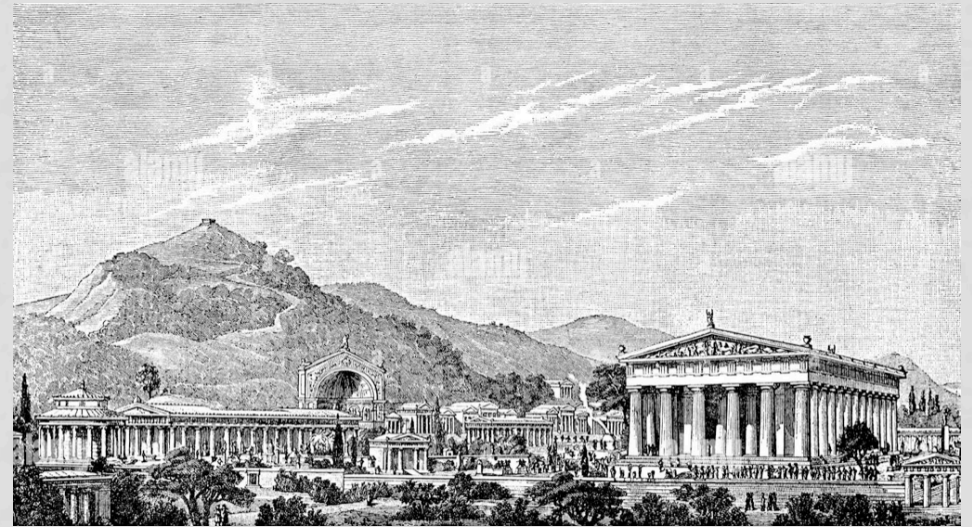




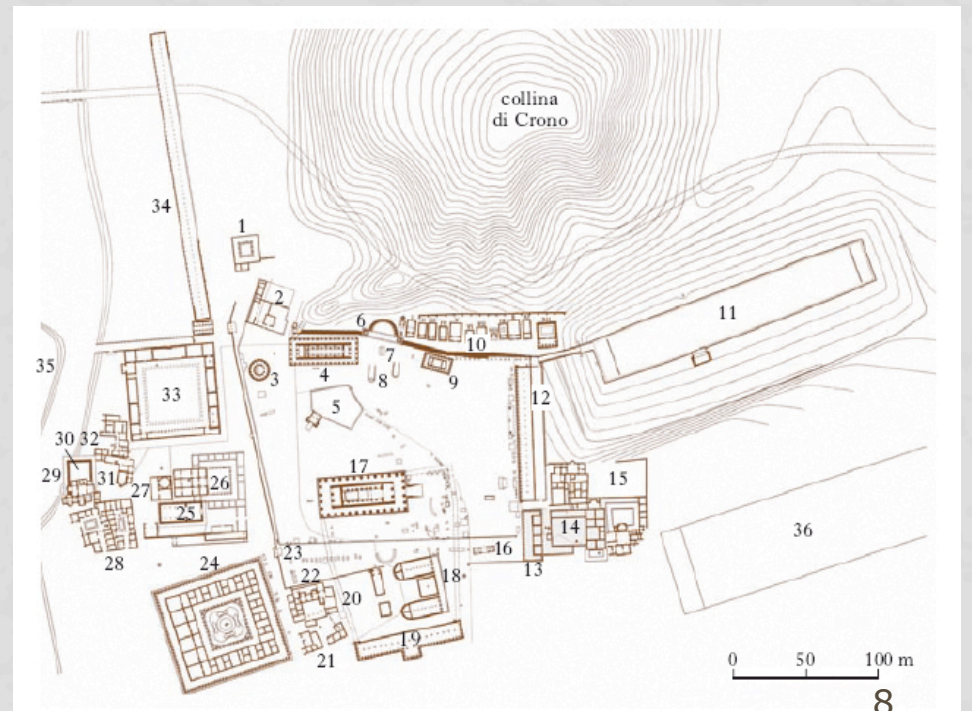
Tempio di Apollo a Delfi - Grecia



Antica Olimpia: primo esempio di "turismo sportivo" dal 776 a.C.



VISITA ALL'
**ANTICA
OLIMPIA**
WWW.CHICKSANDTRIPS.NET

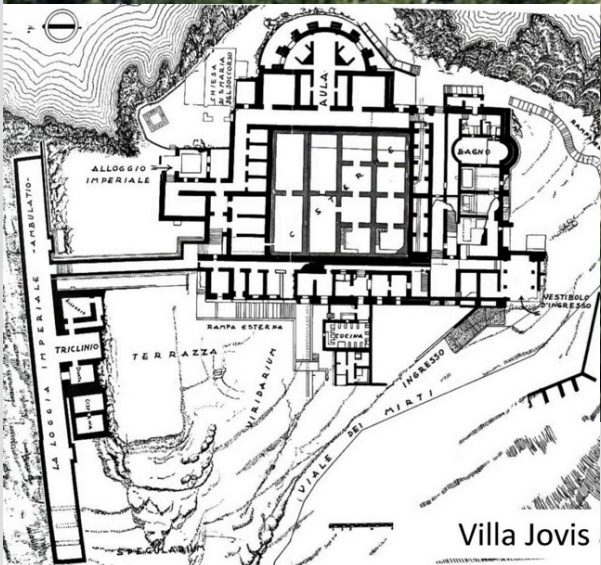
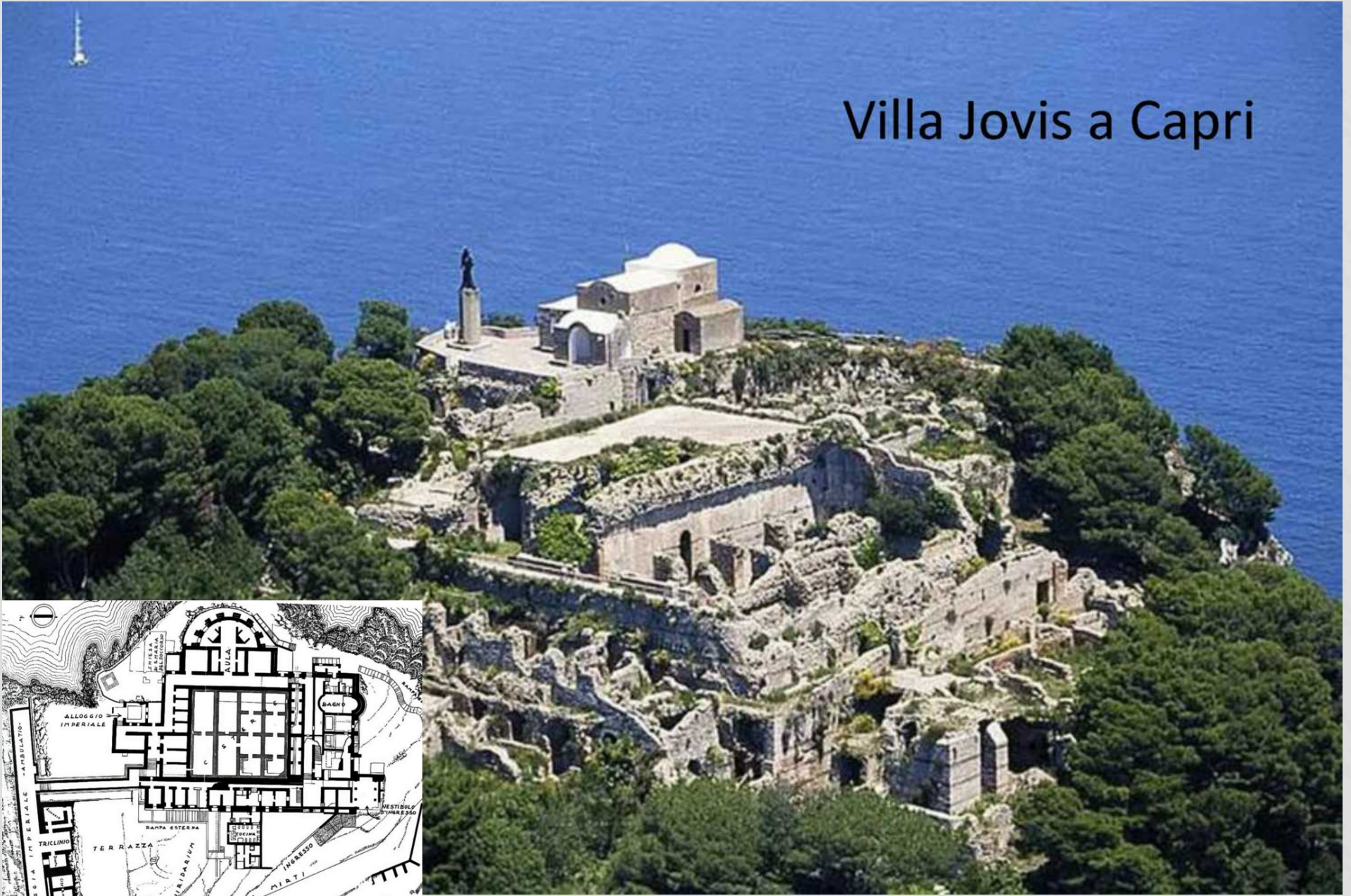




Pompei e le ville romane



Villa Jovis a Capri



Villa Jovis

Fu durante l'Impero romano che si consolidò l'abitudine, per i patrizi, di trascorrere periodi di soggiorno in campagna, in villa.

Terme romane di Baia – Campi Flegrei (NA)



Fonte: <http://www.panoramio.com/photo/119031862>

Turismo termale in epoca romana



Lacus Timavi (TS)

Fonte: <http://www.lacustimavi.it/tag/terme/>



Terme romane di Bath vicino Londra

La peregrinatio academica: clerici vagantes e goliardi

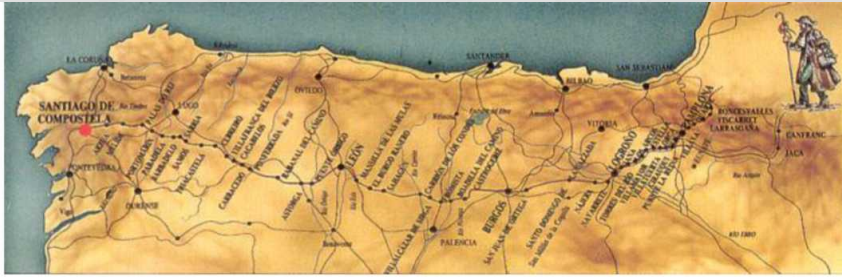
Il perseguimento degli obiettivi di studio e insegnamento si è sempre associato alla necessità di spostarsi nei luoghi più idonei a tale scopo: nell'Università del Medioevo, ad esempio, la mobilità studentesca e accademica – la *peregrinatio academica* – era incarnata dalla figura dei *clerici vagantes** e degli *scholares vagantes*, figure di studenti e studiosi che si spostavano tra le varie città universitarie dell'Europa medievale, un'esperienza favorita “dall'assenza di frontiere, da una lingua comune (il latino medievale), dal carattere universale dei titoli, da strutture complessivamente simili”.

Nel 1155-1158 l'imperatore Federico Barbarossa promulga l' *Authentica Habita* (conosciuta anche come *Privilegium Scholasticum Friderici I*), una costituzione che stabiliva privilegi speciali ed immunità giuridiche agli studenti fuori sede dello Studium (l'università) bolognese.

* *clerici* perché prendevano gli ordini minori (i vari ministeri ecclesiastici che non comportano una vera e propria ordinazione sacramentale, ma conferiscono comunque lo status di chierico a chi li riceve) e *vagantes* perché si spostavano di città in città, viaggiavano per tutte le università d'Europa assistendo alle lezioni dalle quali erano più interessati.



I pellegrinaggi medioevali



Il Cammino de Santiago de Compostela



Via Francigena

Canterbury - Gerusalemme

Il Grand Tour

- Si può parlare di una nuova forma di turismo?
- Durata 2-3 anni
- Aristocrazia inglese per la formazione dei giovani viaggiatori (16-22 anni)
- In voga fino all'epoca napoleonica



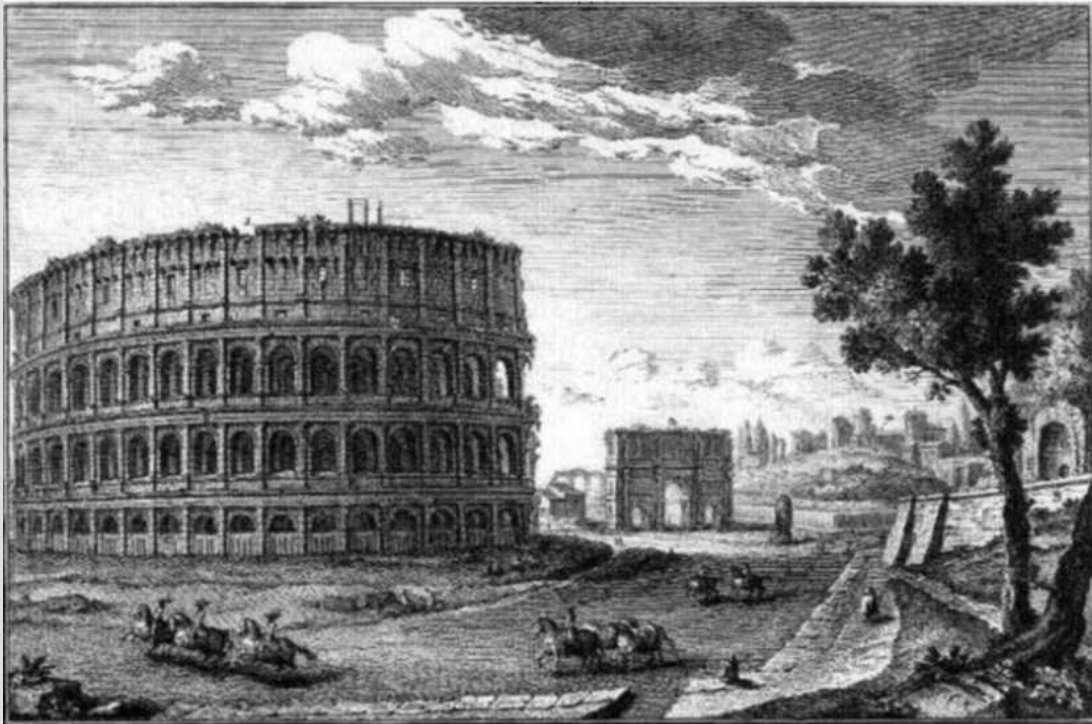
Goethe nella campagna romana: Johann Heinrich Wilhelm Tischbein, 1787. Tra i viaggiatori del *Grand Tour* era diffusa la moda di far dipingere ritratti aventi come sfondo le località visitate. Questo celebre ritratto di Goethe consacrò tra i giovani aristocratici europei Roma e le antichità italiane come meta irrinunciabile del *Grand Tour*.





Itinerario di Goethe dal settembre 1786 al maggio 1788

Il **viaggio in Italia** veniva consigliato soprattutto per approfondire gli studi, per confrontare le diverse forme di governo, per la ricchezza dei tesori storici archeologici che il nostro paese offriva e, non ultimo, come esempi di comportamenti raffinati da imitare. È interessante rilevare che i protagonisti di questi viaggi non appartenevano soltanto alla nobiltà o all'aristocrazia, ma anche ad alcune fasce, le più facoltose, dei ceti borghesi: il gran tour delineava la classe dirigente europea come espressione di una cultura comune, frutto di sensibilità e conoscenze condivise. In particolare il **Gran tour** rappresenta il viaggio disinteressato, senza scopo di lucro che il giovane aristocratico inglese compie in Europa, accompagnato dal suo precettore alla fine del 17° secolo il gran tour diviene un'istituzione consolidata per i figli dell'aristocrazia e dei possidenti terrieri e nel tardo 18° secolo anche per i figli degli appartenenti al ceto medio professionale. Durante questo periodo, tra il 17° e il 19° secolo, si passa da una concezione didattica del viaggio ad un viaggio in qualità di testimonianza oculare. Si tratta di un'esperienza giovanile di viaggio che ha lo scopo principale di addestrare il giovane nobile alla sua futura vita di relazione



I PRIMI GRANDI VIAGGIATORI

Tra le grandi civiltà esistenti prima del 1000 a.C. quella egizia, essendosi insediata sulle fertili terre del Nilo, aveva caratteristiche prevalentemente stanziali. Tuttavia, anche se gli Egizi non sentivano il bisogno di spostarsi, non mancavano comunque i viaggi, soprattutto a scopo religioso.

Diversa fu la storia dei Fenici che già prima del 1000 a.C. erano esperti navigatori, in grado di attraversare il Mediterraneo partendo dal Medio Oriente ove erano insediati. I loro viaggi avevano scopi più che altro commerciali.

Un altro popolo che si distinse per la grande mobilità fu quello persiano. Costruì una rete stradale imponente, che, nel 500 a.C., collegava il Medio Oriente con la Grecia da una parte e con l'Estremo Oriente dall'altra. Lo sviluppo dei viaggi e delle necessarie strutture viarie ebbe motivazioni prevalentemente militari.

In America gli Inca realizzarono, lungo la cordigliera andina, vie di comunicazione molto estese, nonostante non conoscessero l'uso della ruota. In questo caso gli obiettivi fondamentali erano soprattutto di tipo commerciale.

I GRECI

La civiltà greca portò a una svolta anche il modo di viaggiare. Già nel V secolo a.C. i Greci conferirono ai loro viaggi motivazioni di tipo culturale, di ricerca del nuovo, di soddisfazione del desiderio di conoscere, che assomigliano a quelle di molti turisti attuali.

Tra quelli famosi, si possono citare, per esempio, il viaggio di Ulisse descritto da Omero nell'Odissea, le peregrinazioni per tutto il mondo conosciuto del filosofo Democrito, i viaggi di Ecateo. Quest'ultimo descriveva le località che visitava con uno stile che ricorda da vicino quello delle odierne guide turistiche.

Non minore fu l'importanza dei viaggi che si svolgevano all'interno della Grecia. Accanto a quelli con motivazioni religiose, già presenti in altre civiltà, si diffusero i soggiorni nelle località termali, per sottoporsi alle cure delle acque, come avviene ai giorni nostri.

Poi fu la volta delle Olimpiadi, che avevano luogo ogni quattro anni a Olimpia a partire dal 776 a.C. Erano giochi che venivano organizzati in onore di Zeus e costituivano per le diverse popolazioni greche, sempre in lotta tra loro, un'occasione di incontro non per guerreggiare, ma per gareggiare. I giochi olimpici determinavano lo spostamento di un gran numero di persone, e rappresentano il primo esempio di *turismo sportivo* nella storia.

I ROMANI

L'ossatura dell'attuale rete stradale italiana e di parte di quella europea è di origine romana. Ancora oggi le principali strade statali del nostro paese hanno il nome degli imperatori o dei consoli romani che ne ordinarono la costruzione: così è per la strada statale numero 1 Aurelia, che percorre tutta la costa tirrenica a partire da Roma verso Nord, e per la Cassia, statale numero 2, che unisce Roma a Firenze passando da Siena, lo stesso vale per la Flaminia, statale numero 3, che collega Roma con l'Adriatico.

Le ragioni principali per cui i Romani realizzarono una rete stradale così articolata ed estesa furono soprattutto di ordine militare. Il potere era accentrato nella capitale, che necessitava di un controllo continuo su tutte le province.

Non mancarono, però, neppure ai Romani, motivazioni differenti di viaggio. Erano molto diffusi i soggiorni termali e balneari, i viaggi verso i santuari, quelli di studio e culturali, che avevano come meta principale la Grecia.

Fu durante l'Impero romano che si consolidò l'abitudine, per i patrizi, di trascorrere periodi di soggiorno in campagna, in *villa*. Da questa pratica derivò il termine *villeggiatura*.

IL MEDIOEVO (DAL 476 D.C. AL 1492 D.C.)

La caduta dell'Impero romano, che ebbe luogo nel 476 d.C., e la conseguente disgregazione del potere centrale di Roma divisero l'Europa in un gran numero di signorie, di piccoli poteri locali, di economie curtensi, così chiamate perché interamente circoscritte alle corti e ai castelli.

Ogni signoria aveva le sue leggi, le sue regole, diverse da quelle dei confinanti. Anche un piccolo spostamento da un villaggio all'altro implicava un trasferimento in un paese straniero, spesso nemico.

Inoltre, l'attraversamento dei territori non delimitati da mura e recinzioni era estremamente pericoloso, per la presenza di bande di predatori affamati.

In queste condizioni non si poteva parlare di viaggi se non per piccoli commerci, in aree ben precise, dove si poteva contare su qualche amicizia.

Bisogna attendere l'XI secolo, cioè l'anno 1000, per assistere ai primi spostamenti importanti, a un certo rifiorire di commerci a maggiore distanza, al risorgere di qualche mercato, alle crociate, che consentirono di espandere i traffici verso il Medio Oriente. Fino a tutto il XV secolo, cioè al 1400, le persone si spostavano prevalentemente per motivi di commercio e di conquista. Gli unici viaggiatori che facevano eccezione erano i pellegrini, che affrontavano lunghi e pericolosi viaggi per recarsi ai luoghi sacri.

Gli unici alloggi nei quali i viandanti potevano trovare asilo erano i monasteri.

Con il lento rifiorire dei commerci a partire dal 1100, anche i viaggi dei pellegrini aumentarono e, in occasione del Giubileo del 1300, si calcolò che il numero dei viaggiatori affluiti a Roma fosse superiore a 200 000, un numero enorme se si considera, tra l'altro, che gli abitanti di Roma erano meno di 40 000.

La fine del Medioevo viene solitamente fatta coincidere proprio con uno dei viaggi più importanti che la storia ricordi: quello di Cristoforo Colombo alla scoperta dell'America nel 1492.

IL RINASCIMENTO ('500 E '600)

Il XVI secolo segnò la rinascita di alcune grandi città (come Roma, Firenze, Venezia, Milano e Napoli in Italia; Parigi, Londra, Amsterdam, Anversa, Lisbona in Europa), che riuscirono ad arricchirsi grazie all'espansione dei commerci. A sua volta l'apertura di nuove vie di traffico commerciale rese più sicuri e percorribili nuovi itinerari, consentendo la crescita complessiva del volume dei viaggi.

I signori, le nuove **aristocrazie**, non solo avevano denaro da spendere ma sentivano anche il bisogno di arricchirsi culturalmente. Per questa ragione, nel Rinascimento un grande spirito di rinnovamento e progresso percorse tutte le forme di espressione artistica (pittura, scultura, poesia, letteratura ecc.). Riprese anche il turismo: le famiglie nobili, gli aristocratici tornarono alla pratica della villeggiatura. Ebbero grande diffusione i pellegrinaggi. Nel Seicento si diffusero i viaggi a lunga distanza, come per esempio il *Grand Tour*.

Origine ed evoluzione storica del turismo: **il turismo moderno**

Periodo di riferimento

- Dall'inizio della rivoluzione industriale al 1930-1940

Tipologia di turisti

- Classi elitarie, ma con crescente coinvolgimento dei ceti medi (borghesia)

Caratteristiche dell'offerta

- Prime strutture turistiche specializzate (Bath, Spa: città termali)
- Nascita di nuove professioni legate al movimento turistico (*Thomas Cook & Son*)

Forme prevalenti di turismo

- Turismo termale soprattutto in Inghilterra
- Turismo balneare presso località marine (les 'hivernats'; *bathing machine*)
- Turismo in montagna (anche turismo alpino)
- Prime forme di turismo studentesco (es.: Comitato nazionale del turismo scolastico)

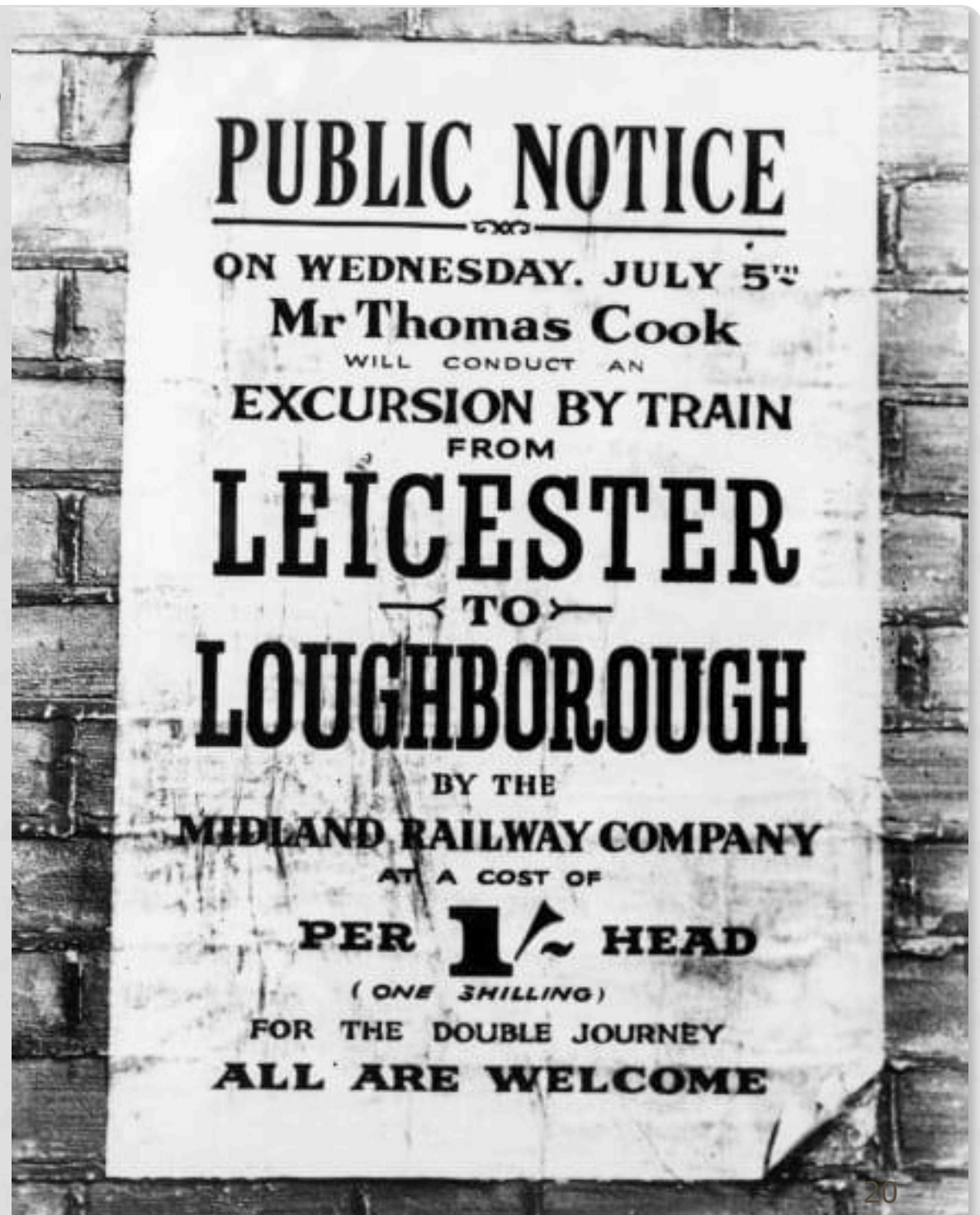
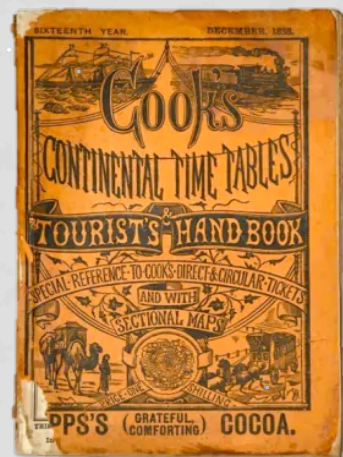
Altri elementi caratterizzanti

- Miglioramento dei trasporti soprattutto delle reti ferroviarie e dei trasporti individuali
- Aumento della numero di turisti e del tempo libero con riconoscimento delle ferie pagate (democratizzazione del turismo)
- Ricerca costante di nuove località da parte dell'*upper class* a causa della "contaminazione" da parte dei ceti meno elitari

Cook inventa il viaggio organizzato

Quello che oggi si chiama turismo, cioè il viaggio organizzato, ha invece una data di origine certa ed un inventore ben determinato: il 5 luglio 1841, Thomas Cook, sfruttando le nuove possibilità offerte dal treno, organizzò un viaggio di 11 miglia da Leicester a Loughborough: ben 570 persone vi parteciparono e il successo fu tale da spingere lo stesso Cook ad organizzare pacchetti turistici sempre più particolareggiati, dando inizio all'industria turistica modernamente intesa.

Fu il primo *tour operator* della storia...



Les “Hivernants” sulla Costa Azzurra (inizio '900)

Hôtel Ruhl et des Anglais. — NICE



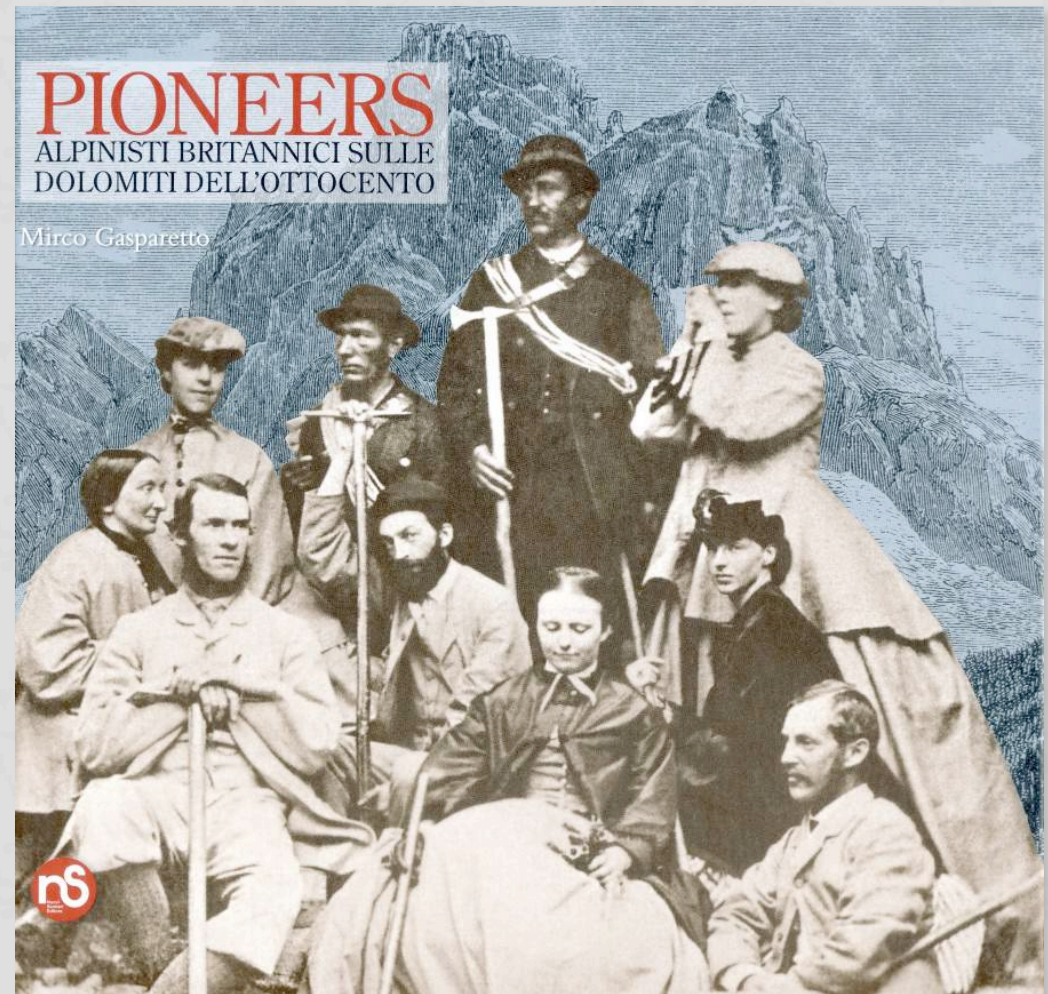
Le bathing machine

Erano dispositivi mobili utilizzati come spogliatoi da spiaggia già a partire dai primi anni dell'800. La struttura era simile a quella di una piccola casa in legno, ma costruita su un telaio anch'esso ligneo e dotato di ruote.

Recarsi alla spiaggia con una "bathing machine" era considerato un vero e proprio rituale che entrò a far parte dell'etichetta della crescente società borghese. Soprattutto diventò necessaria per le donne, anche perché apparire in pubblico in costume da mare era ancora considerato poco rispettabile.



Il turismo alpino tra '800 e '900



Gli esordi dell'alpinismo vengono fatti tradizionalmente risalire al 1786 con la salita del Monte Bianco da parte di Balmat e Paccard; ed inquadrati nel contesto di un'epoca caratterizzata dall'esplorazione e dalla ricerca scientifica (Illuminismo), anche le origini del turismo montano sono da rintracciare alla fine del XVIII secolo, proprio in concomitanza con l'ascensione alle maggiori cime delle Alpi (non a caso è stato coniato proprio il termine "alpinismo") e la nascita del concetto illuminista del rapporto con la natura visto come agli antipodi della civilizzazione (basti pensare al "ritorno alla natura" e al "mito del buon selvaggio" di Rousseau). Ben presto, i montanari più capaci e intraprendenti cominciano a capire che si può vivere conducendo in montagna i ricchi, soprattutto inglesi. Così nel 1821 nasce la *Compagnie des guides de Chamonix*.

LA RIVOLUZIONE INDUSTRIALE

Tra la fine del Settecento e l'inizio dell'Ottocento, la nascita dell'industria produsse trasformazioni politiche, sociali ed economiche.

Nella società preindustriale, da una parte c'era chi doveva lavorare tutto il giorno, tutti i giorni; dall'altra chi poteva disporre liberamente del proprio tempo, non era legato a nessuna attività lavorativa, e aveva cospicue ricchezze a disposizione.

Sia ai signori, sia ai lavoratori l'idea di dividere la loro vita fra lavoro e riposo era sconosciuta: l'immobile società agricola prevedeva che da una parte i signori e dall'altra i contadini vivessero sempre nello stesso posto, impegnati nelle attività ripetitive e cicliche stabilite dai ritmi stagionali dei raccolti, della caccia, della guerra.

Con la Rivoluzione industriale, la separazione fisica tra luogo di produzione e luogo di residenza portò anche alla distinzione fra il tempo di lavoro e quello dedicato al riposo.

Il contadino che viveva sul podere da lui stesso coltivato era indissolubilmente legato a quel terreno agricolo e doveva essere sempre pronto a seguirne i ritmi naturali, a intervenire in caso di intemperie, a controllarlo.

L'operaio invece, una volta terminato il suo lavoro in fabbrica, si trovava libero da impegni e da responsabilità di lavoro.

È con la nascita del tempo libero che nasce anche il turismo in senso moderno.

.... la scoperta del mare

Nel Settecento e nell'Ottocento chi va al **mare** non deve prendere il sole, al quale non viene attribuita alcuna funzione terapeutica. E l'abbronzatura è considerata disdicevole perché contraddistingue i lavoratori dei campi e, quindi, non è adatta alla pelle bianca dei nobili.

La sabbia va evitata, coperta da passerelle, perché sporca, entra fra gli abiti e le scarpe e si appiccica al corpo umido.

Fare il bagno non significa nuotare, muoversi in acqua, ma semplicemente immergersi, per fruire dell'azione sti- molante sul corpo dovuta al semplice contatto con l'acqua.

Non solo, il bagno va fatto con discrezione, senza mostrarsi in pubblico.

È per soddisfare queste esigenze che vengono create da Benjamin Beale le *bathing machine*.

Si tratta di cabine su ruote che sono trascinate dalla riva fin dentro il mare da cavalli o facchini. All'interno c'è una panca coperta di velluto e l'attrezzatura da bagnante: asciugamani, costumi, spazzole, specchi e cavastivali, che possono essere usati lungo il tragitto, per spogliarsi all'andata e poi rivestirsi e frizionarsi dopo il bagno.

Le *bathing machine* trasportano in acqua i bagnanti (uno per volta) fino a una profondità di venti centimetri circa e poi essi si calano da una scaletta con l'ausilio dei bagnini, che li controllano nel corso dell'immersione. Il tutto senza mettere piede sulla sabbia asciutta e senza la necessità di costruire nulla di fisso in riva al mare.

Fra i diversi modelli di *bathing machine* ve n'è anche uno che tutela completamente la *privacy* del bagnante, perché permette l'immersione diretta, aprendo una sorta di botola nel pavimento della cabina, in modo da evitare qualsiasi sguardo.

Bisogna attendere la fine del Settecento per veder comparire le prime strutture da spiaggia. Sono tutte sul mar Baltico e sul mare del Nord, mari freddi, si è detto.

Solo nella seconda metà dell'Ottocento il Mediterraneo, in quanto mare caldo, riesce ad affermare il suo ruolo di luogo ideale di vacanza e solo nel XX secolo la moda dell'abbronzatura comincia a diffondersi.

.... l'invenzione delle Alpi

Nel corso del Settecento le Alpi avevano attirato l'interesse di diversi scienziati che effettuavano studi sulla natura delle rocce e sulla flora e la fauna locali. La loro visita ebbe però un grande impulso all'inizio dell'Ottocento, in epoca romantica, parallelamente al tramonto della stagione del *Grand Tour*. Le Alpi, oltre che da viaggiatori naturalistici, venivano frequentate dalla figura del turista romantico, spesso un artista o un letterato alla ricerca di paesaggi naturali che suscitano stupore per la loro bellezza e grandezza e al tempo stesso destano turbamento proprio per l'aspetto aspro e selvaggio.

In seguito a questo interesse, nella seconda metà dell'Ottocento ebbe origine l'alpinismo, lo sport di scalare le **montagne** più elevate delle Alpi. Già nel 1843 nelle Alpi Austriache venne costruita la prima via ferrata, cioè un percorso attrezzato con corde metalliche per rendere più agevoli i passaggi di maggiore difficoltà: si trattava della prima di tutti i tempi ed era costituita da 190 metri di cavi di acciaio fissati con chiodi e anelli su una parete a strapiombo.

Nella seconda metà dell'Ottocento nacquero le prime associazioni (i Club alpini in Inghilterra, Austria, Italia e Germania) che favorirono lo sviluppo turistico delle Alpi. L'escursionismo alpino, ovvero le gite a piedi lungo i sentieri di montagna, cominciò a diventare un'attività organizzata ed ebbe inizio la professione di guida alpina. Nei pressi dei monti più importanti (Monte Bianco, Monte Rosa, Bernina, Grossglockner, Zugspitze) si svilupparono alcuni piccoli paesi che in breve tempo divennero frequentate località turistiche: Chamonix sul versante francese, Zermatt e Saint Moritz sul versante svizzero, Cortina D'Ampezzo e Courmayeur su quello italiano.

Solo nel Novecento comunque cominciarono a diffondersi i cosiddetti sport invernali, lo sci e la slitta, che determinarono un cambiamento radicale nella società e nella storia delle Alpi.



L'OTTOCENTO E LA RIVOLUZIONE DEI TRASPORTI

Nella prima metà del XIX secolo si registrò una consistente diffusione delle ferrovie, circostanza che estese a un gran numero di persone la possibilità di viaggiare.

Il tempo libero da una parte e la possibilità di usufruire di un mezzo di trasporto dall'altra permisero lo sviluppo di attività turistiche a sempre più soggetti e non solo ai ricchi. Questo processo si sviluppò prima, e più rapidamente, in Inghilterra e fu un inglese, Thomas Cook, l'inventore del viaggio organizzato, che trovò nella disponibilità di tempo, di mezzi di trasporto e di denaro le sue premesse. La Costa Azzurra, la Riviera ligure e altre località di mare, come Capri e Taormina, erano già prima della fine dell'Ottocento meta abituale di ricchi britannici, mentre le località termali più importanti, come Biarritz e Baden-Baden, attraevano una clientela più composita, nella quale spiccavano nobili russi e balcanici.

Poco dopo l'esperienza pionieristica di Cook, a metà del secolo, nacquero in tutta Europa le agenzie di viaggio: la norvegese Bennett nel 1850, la Stangen di Breslavia nel 1863, la parigina Lubin nel 1874, la Lissone di Amsterdam nel 1876.

La prima agenzia di viaggi italiana fu aperta a Firenze nel 1878, da Massimiliano Chiari. Nel 1900 fu acquistata da Giuseppe Sommariva, un ragioniere trentino di Milano, che ne era stato cliente e ne portò la sede nel capoluogo lombardo.

Il turismo determinò lo sviluppo delle infrastrutture alberghiere, cioè la creazione di alberghi, pensioni, locande, ristoranti, trattorie, nonché di attività commerciali ed editoriali di supporto per il turista.

La prima pubblicazione dichiaratamente destinata a fungere da guida per i turisti risale al 1827 e fu stampata dall'editore tedesco Baedeker. Già nel 1860 Baedeker disponeva di una collana completa di guide relative a tutti i paesi che potevano costituire mete turistiche.

Per tutto l'Ottocento e per gran parte del secolo seguente il nome Baedeker è stato usato, anche in Italia, come sinonimo di guida turistica.

IL NOVECENTO (FINO ALLA PRIMA GUERRA MONDIALE, 1914)

All'inizio del secolo cominciò a diffondersi la pratica, da parte delle aziende, di concedere giorni di ferie (non retribuiti) ai loro dipendenti.

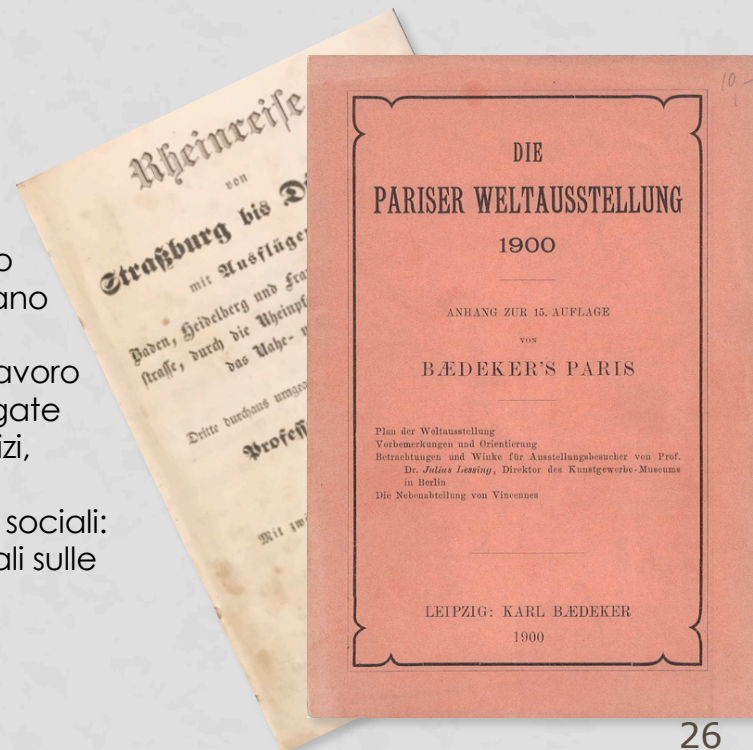
Dapprima la concessione interessò solo i dirigenti e gli impiegati di grado superiore, che potevano permettersi di non lavorare tutti i giorni e avevano redditi tali da consentire loro di viaggiare.

Nel 1920 vennero firmati i primi contratti che limitavano a otto le ore di lavoro giornaliero per i dipendenti, concedevano fino a venti giorni di ferie pagate agli impiegati e sei agli operai. Tuttavia, ciò non significò, almeno agli inizi, incremento di domanda turistica.

Lo sviluppo del turismo dell'inizio del secolo interessò solo due categorie sociali:

- gli aristocratici, i nobili e l'alta borghesia trascorrevano soggiorni invernali sulle coste del Mediterraneo, in montagna o nelle residenze di campagna;

- la borghesia emergente, composta di imprenditori, dirigenti d'azienda, funzionari dello Stato, ebbe come mete principali le località di mare più famose del Mediterraneo.



IL NOVECENTO (DALLA PRIMA ALLA SECONDA GUERRA MONDIALE, 1919-1939)

La prima guerra mondiale (1915-1918) costituì un punto di svolta di grande importanza non solo nei rapporti fra le potenze europee, ma anche nei rapporti sociali all'interno dei singoli paesi.

La nobiltà europea perse, con essa, molte delle proprie ricchezze e del proprio potere.

Diventava sempre più potente la borghesia legata all'attività industriale, che si era arricchita proprio grazie alla guerra, producendo armi, mezzi, divise e molti altri beni che erano stati usati e distrutti durante il conflitto.

Si trattava di una classe sociale meno riservata, più appariscente, che cercava forme di divertimento più immediate, meno raffinate. Cambiarono, conseguentemente, anche le modalità secondo cui si esplicava il fenomeno turistico.

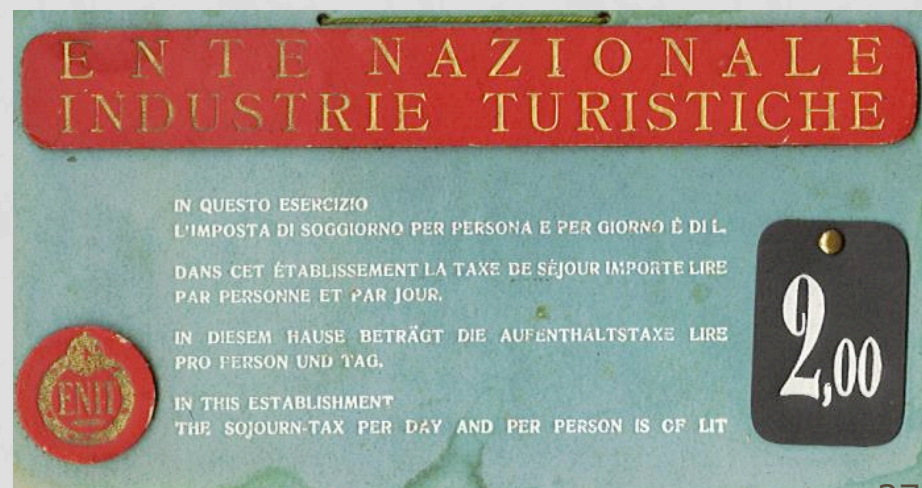
I centri termali, molte località di montagna e diversi alberghi di lusso persero i loro clienti migliori, a favore delle riviere, della Costa Azzurra in particolare, che cominciarono a vivere una doppia stagione. D'inverno riuscirono a mantenere la loro clientela tradizionale, mentre d'estate favorirono lo sviluppo di un turismo più rumoroso e meno ricercato.

Nel 1919 venne creato l'ENIT (Ente Nazionale per le Industrie Turistiche), con lo scopo di promuovere l'Italia all'estero. Si noti che la denominazione originariamente data all'ente metteva l'accento sulle "industrie turistiche", riferimento modernissimo che rivela l'esistenza, già subito dopo la prima guerra mondiale, di una consapevolezza dell'importanza del turismo come motore di sviluppo produttivo ed economico. Si tratta di una consapevolezza che è andata poi affievolendosi con il tempo. Oggi ENIT significa Ente Nazionale Italiano per il turismo. Per svolgere il suo compito efficacemente, l'ENIT creò il Consorzio degli uffici di viaggio e turismo e aprì 23 uffici in Italia e 33 all'estero che dovevano curare l'organizzazione dei viaggi degli stranieri nel nostro paese.

Si trattava di un organismo finanziato con denaro pubblico che entrava in diretta concorrenza con le agenzie di viaggio private, le quali, nel 1920, erano diventate 107, nel 1923 210 e nel 1925 avevano raggiunto quota 341.

Nacque un conflitto di attribuzioni: le agenzie accusavano l'ente pubblico di far loro concorrenza in modo scorretto. Ciò portò, nel 1927, alla privatizzazione del Consorzio e alla nascita della CIT (Compagnia Italiana Turismo), che ancora oggi esiste.

Cartello informativo dell'ENIT riguardante l'imposta di soggiorno in 4 lingue (1920-1940)



Origine ed evoluzione storica del turismo: **il turismo di massa**

Periodo di riferimento

- Dal secondo dopoguerra ai primi anni dell'epoca neo-industriale (economia della conoscenza)

Tipologia di turisti

- Tutti i ceti sociali

Caratteristiche della domanda e dell'offerta

- Progressiva inversione della stagionalità
- Concentrazione dei flussi in determinate destinazioni turistiche e alta stagionalità
- Standardizzazione della domanda e dell'offerta
- Aumento e diversificazione delle strutture, dei servizi e delle attrazioni turistiche
- Miglioramento dell'organizzazione e del *management* turistico: nasce il *Tour Operator*

Forme prevalenti di turismo

- Turismo balneare e turismo in montagna
- Turismo di affari e congressuale
- Sviluppo di prime forme di turismo alternative (turismo sportivo, soggiorni per studio)

Altri elementi caratterizzanti

- Boom economico post-bellico
- Crescita demografica e crescente urbanizzazione
- Incremento del tempo libero e riconoscimento delle ferie pagate
- Esplosione fenomeno della “villeggiatura” e della “seconda casa”
- “Internazionalizzazione” del turismo

Turismo balneare di massa...



Fujiazhuang Beach a Dalian (Cina)

IL II DOPOGUERRA (1946-1960)

Il secondo dopoguerra fu un periodo di grande sviluppo per tutte le attività economiche.

La necessità di ricostruire l'intero continente europeo devastato dal conflitto mobilitò risorse produttive mai viste prima, creando lavoro e reddito in quantità inusitate.

La seconda guerra mondiale rappresentò anche un'occasione per sperimentare nuove tecnologie, soprattutto nel campo del trasporto aereo, che costituirono la base dello sviluppo di tutta l'industria aeronautica.

La diffusione della motorizzazione privata ebbe il suo boom verso la metà degli anni Cinquanta, con la produzione delle *utilitarie*, automobili di piccola cilindrata, come la FIAT 600, la Citroën 2CV, il Maggiolino della Volkswagen, che venivano vendute a prezzi accessibili a una nuova, vasta, fascia di utenti, consentendo di sviluppare nuove possibilità di movimento turistico.

Negli anni Cinquanta si assiste a una crescita senza precedenti dei viaggi, sia a livello nazionale sia a livello internazionale. Gli stranieri che entrarono in Italia nel 1950 furono poco meno di cinque milioni, di cui il 40% in treno e poco più del 50% su automezzi.

Dieci anni dopo, nel 1960, i movimenti in ingresso alle frontiere italiane erano quasi quadruplicati (diciotto milioni di stranieri entrati) e anche il modo di viaggiare si era profondamente modificato: solo il 24% si servì della ferrovia e oltre il 70% scelse invece il percorso stradale.

L'Italia si presentava, in quegli anni, come meta d'obbligo: univa il clima favorevole, le caratteristiche del suo paesaggio, il mare e l'attrazione delle città d'arte, all'esistenza di strutture ricettive (alberghi, pensioni, locande). Si trattava, spesso, di attrezzature obsolete e sovente inadeguate alle esigenze del turista del dopoguerra, ma, per diversi anni, furono le uniche presenti nel Sud Europa.

Insomma, l'Italia poté godere, in quegli anni, di una specie di *rendita di posizione*, vale a dire della possibilità di produrre reddito tramite il turismo solo grazie alla sua posizione geografica, alla sua storia, alle sue opere d'arte, alle sue risorse naturali, senza che fosse necessario agli operatori turistici adoperarsi per attrarre i visitatori.

Nel 1947 Lorenzo Isoardi aprì a Cuneo l'Ufficio di viaggi e turismo Alpi, che poi si trasformò in *Alpitour*, il maggior tour operator italiano, e nel 1953 Franco Rosso iniziò a Torino la propria attività. Nacquero quindi in Piemonte quelli che diventeranno i più importanti produttori di viaggi italiani

IL TURISMO IN ITALIA NEL 1960

All'inizio degli anni Sessanta, gli italiani che andavano regolarmente in vacanza erano ancora pochi. Non ci sono dati precisi, ma si possono valutare attorno a un quarto della popolazione. Erano pochissimi quelli che viaggiavano all'estero e non si limitavano a trascorrere le ferie in campagna, in montagna o al mare.

Nel 1960 furono 1 643 852 i passaporti individuali rilasciati o rinnovati e 124 811 quelli collettivi. Considerando che il passaporto, allora, era l'unico documento valido per l'espatrio, ci si può fare un'idea dei movimenti verso l'estero. È comunque da tenere presente che i movimenti da considerare interessanti per gli operatori turistici sono i pochi connessi con i passaporti collettivi. Gli altri erano probabilmente più legati a viaggi di lavoro e a viaggi degli emigrati. Osservando le destinazioni dei viaggi connessi con passaporti collettivi, si osserva come i paesi confinanti, Svizzera, Francia e Jugoslavia, assorbano quasi tutto il traffico, che probabilmente era, almeno in parte, escursionistico. Le agenzie di viaggio esistenti erano molto poche: nel 1960 se ne contavano 795, contro le attuali diecimila, ma crescevano con una certa rapidità, considerato che cinque anni prima erano solo 600.

IL TURISMO DI MASSA

Negli anni Sessanta si sviluppa il turismo di massa. Un numero crescente di persone non segue scelte individuali, ma percorsi standardizzati.

Il turismo di massa è quello praticato da grandi masse di Viaggiatori che si recano tutti negli stessi posti nello stesso periodo, per fare le stesse cose.

Il turismo di massa nasce come conseguenza di diversi fattori.

- L'aumento del reddito
- La disponibilità di mezzi di trasporto a costi accessibili
- Le modificazioni socio-culturali
- Il ruolo dei tour operator

LO SVILUPPO DEGLI ANNI SETTANTA

La crescita impetuosa dei movimenti turistici sembra, per tutti gli anni Sessanta e Settanta, non trovare limiti neppure durante le crisi economiche conseguenti agli shock del 1973 e del 1979.

Negli anni Settanta la produzione industriale cala, aumenta la disoccupazione, l'inflazione fa lievitare enormemente tutti i prezzi. Per proteggere la lira vengono posti limiti molto restrittivi alle spese di viaggio all'estero: nel 1974 viene fissato un tetto massimo di 250.000 lire all'anno per persona, rendendo particolarmente difficile l'organizzazione di viaggi a lungo raggio.

Ciononostante i movimenti turistici continuano a crescere e trovano un ulteriore impulso con il successivo, straordinario sviluppo economico del decennio 1982- 1992.

Il Mediterraneo e l'Europa in genere costituiscono la destinazione privilegiata di tutti i flussi turistici, anche se si assiste a un lento ma progressivo spostamento di turisti verso altre mete, come la costa del Pacifico dell'Asia.

La tabella 2.6 indica la ripartizione percentuale degli arrivi turistici nelle aree geografiche indicate.

Come si vede, l'Europa, che accoglieva nel 1960 il 72,50% dei turisti internazionali, nel 1980 ne riceveva solo il 66%. Ciò significa che, nel 1980, su cento turisti in viaggio al di fuori del proprio paese di origine, 66 si recavano in Europa, 21 nelle Americhe, 2,5 in Africa ecc.

Al decrescere degli arrivi in Europa e nelle Americhe fa riscontro un lento incremento degli arrivi in Africa e un aumento più rapido delle entrate di turisti nel continente asiatico.

In quegli anni si delinea un altro aspetto che caratterizza i movimenti turistici: essi si svolgono all'interno dei paesi più ricchi. In altre parole, i paesi più avanzati costituiscono non solo i paesi dai quali parte la maggior quota di turismo internazionale, ma anche quelli verso i quali si rileva la gran parte degli arrivi internazionali. I paesi del terzo mondo, accolgono solo una piccolissima parte del turismo.

L'Italia piace: in un decennio i turisti stranieri aumentano di oltre il 50% e le loro presenze raddoppiano. All'inizio degli anni Settanta l'Italia rappresenta il primo paese nel mondo per *incoming* turistico.

La meta preferita da più della metà degli italiani che vanno in vacanza è il mare. Quelli che preferiscono un tour a una vacanza stanziale sono una minoranza. Solo il 4% affronta un viaggio all'estero, la grande maggioranza sceglie mete italiane.



IL TURISMO IN ITALIA NEGLI ANNI OTTANTA

Nel 1980, la bilancia turistica, il documento che riporta le entrate e le uscite dell'Italia per turismo, presenta entrate pari a 7034 miliardi di lire (pari a circa 3,65 miliardi di euro) e uscite di soli 1633 miliardi (847 milioni di euro) con un saldo attivo che supera i 5400 miliardi di lire (2,8 miliardi di euro).

Nel 1980 si rilevano oltre 33 milioni di arrivi nelle strutture ricettive, per più di 225 milioni di presenze.

Ormai la popolazione italiana che va in vacanza si avvicina al 50% del totale.

Raddoppia il numero delle agenzie di viaggio, rispetto a dieci anni prima, raggiungendo quota 2383.

Inoltre, viene segnalato un notevole aumento per quanto riguarda il turismo organizzato che, tuttavia, non è ancora possibile quantificare.

L'Italia continua a essere una meta turistica molto richiesta, ma, nonostante i notevoli incrementi negli arrivi e nelle presenze, non è più la prima nel mondo, come dieci anni prima, superata dalla Francia.

IL TURISMO DI MASSA TRADIZIONALE E IL POST-TURISMO

A partire dagli anni Novanta, il turismo ha assunto oramai una "dimensione globale" in cui ogni località mondiale è, potenzialmente, una meta turistica. Negli ultimi decenni il movimento turistico è cresciuto parecchio, coinvolgendo fasce sempre più ampie e differenziate della popolazione mondiale, come per esempio le élite dei paesi emergenti o in via di sviluppo. Nell'evoluzione del fenomeno turistico contemporaneo, si possono individuare due grandi tendenze principali: il turismo di massa tradizionale e il post-turismo. Il primo è la continuazione del turismo di massa iniziato nel Novecento che però, rispetto a prima, offre sempre nuove opportunità, scoprendo e valorizzando luoghi lontani. In questo modo si rivolge a un "nuovo turista" che cerca il diverso da sé ed è animato da uno straordinario interesse per luoghi sconosciuti, soprattutto quelli considerati ancora intatti e quindi autentici.

Il **post-turismo** segue, invece, un'altra direzione; in questo caso lo spazio turistico si configura come un palcoscenico spettacolare fatto di immagini facilmente riconoscibili e basato più sul racconto del luogo che sul luogo stesso. Ne sono un tipico esempio i parchi tematici, i villaggi turistici, i grandi centri commerciali di origine americana, i Disney World.

In altri termini il nuovo turista si prefigge di raggiungere territori sconosciuti e sempre più vasti, mentre il post-turista vive di "non-luoghi", cioè di luoghi indifferenziati, ma simbolici, iconici.



Disney World (USA)

IL TURISMO IN ITALIA NEL 1990

I flussi turistici subiscono lente modificazioni che testimoniano il ridursi dell'importanza dell'Europa come meta turistica, anche se il Vecchio Continente continua a rappresentare la destinazione più gradita ai turisti.

Nel 1998 hanno visitato l'Europa circa 372 dei 625 milioni di turisti internazionali, poco meno del 60%.

Confrontando questo dato con quelli degli anni precedenti, emerge come al lento declino degli arrivi turistici in Europa si contrapponga l'impetuoso aumento dei flussi di visitatori verso la costa dell'Asia che si affaccia sul Pacifico.

All'interno dell'Europa cresce il movimento da e per i paesi dell'Est europeo. L'Ungheria, all'inizio degli anni Novanta, si presenta come il paese del mondo in cui la crescita dell'*incomìng* è più rapida.

Consistenti flussi *outgoing* si creano dal Sud America, grazie allo sviluppo economico che caratterizza alcuni paesi, Argentina in testa.

La Cina, seconda solo all'Ungheria nello sviluppo dell'*incomìng*, si affaccia lentamente al mercato dell'*outgoing*, creando grande interesse in tutti gli operatori del mondo, considerato che, essendo i cinesi oltre un miliardo, il movimento del solo 3% (30 milioni) corrisponde a quello di tutti gli italiani.

Ma, soprattutto, gli anni Novanta si caratterizzano per la grande importanza che il mercato turistico assume sul piano mondiale. La richiesta di servizi turistici, di viaggi, è costante e non risente in modo determinante delle crisi economiche, durante le quali si fa sempre più selettiva, premiando i prodotti migliori.

In Italia cresce la domanda interna di turismo e aumentano anche le spese degli italiani all'estero, ma se rispetto al 1980 le entrate aumentano di tre volte, da 7034 a 23 854 miliardi di lire (da 3,65 a 12,38 miliardi di euro), le uscite si moltiplicano per dieci, da 1633 a 16 589 miliardi di lire (da 847 milioni a 5,11 miliardi di euro).

In termini reali, depurando dell'inflazione, che nel corso degli anni Ottanta ha galoppato velocemente, si può dire che le entrate rivelano una sostanziale flessione, mentre le uscite crescono.

Il saldo della bilancia, di 7085 miliardi di lire (ovvero circa 3,68 miliardi di euro), appare, di fatto, inferiore a quelli precedenti e nel nostro paese ci si interroga sulla perdita di competitività dell'offerta turistica. Complice di questo andamento è una lira molto forte, che invoglia ad andare all'estero e non incentiva i viaggi in entrata.

Per la prima volta nel dopoguerra compare il segno meno nei numeri relativi all'*incomìng* italiano: si riducono del 3,68% gli arrivi e di quasi il 40% le presenze rispetto a dieci anni prima, anche a causa della prima guerra del Golfo, che, proprio nel 1990, riduce per la prima volta negli ultimi quarant'anni, il movimento turistico internazionale. Gli italiani che vanno in vacanza sono, all'inizio degli anni Novanta, ormai circa la metà della popolazione. E questo dato non cambierà in modo significativo negli anni seguenti: né in meno negli anni di crisi economica, né in più negli anni di ripresa, segnalando che si tratta di un valore fisiologico, che non sembra destinato a modificarsi facilmente.

Gli arrivi degli italiani nel complesso degli esercizi ricettivi in Italia nel 1990 sono poco più di 38 milioni, contro i 33 di dieci anni prima, ma le presenze si riducono, dai 225 milioni del 1980 ai 167 del 1990.

Origine ed evoluzione storica del turismo: **il turismo globale**

Periodo di riferimento

- Dai primi anni '90 in poi

Tipologia di turisti

- Tutti i ceti sociali

Caratteristiche della domanda e dell'offerta

- Domanda “strutturata evoluta” e ricerca di maggiore libertà
- Valorizzazione delle risorse e delle identità locali
- Integrazione e sviluppo congiunto con tutti gli attori della “filiera turistica”
- Differenziazione/personalizzazione e specializzazione

Forme prevalenti di turismo

- Tutti le forme di turismo con particolare attenzione a quelle tipologie che prevedono un contatto più autentico con la realtà locale (turismo rurale, ambientale, culturale, religioso, enogastronomico)

Altri elementi caratterizzanti

- Coinvolgimento del mondo intero nei processi di valorizzazione turistica
- Bisogni dei turisti sempre più complessi e multidimensionali
- Sviluppo tecnologico
- Ricerca di un contatto più “autentico” con il luogo visitato
- «*Non sono più le mete a fare la differenza, ma le esperienze che si possono vivere*» (Battilani P.)
- Perdita del legame “biunivoco” fra regioni *outgoing* e regioni *incoming*

LA DOMANDA TURISTICA NEL TERZO MILLENNIO

I cambiamenti epocali del nuovo Millennio portano inevitabili riflessi anche sul bisogno di fare turismo e sulla relativa domanda.

Schematicamente si possono individuare gli elementi che seguono:

1. il bisogno di turismo, come alternativa alla frenesia e anche all'insicurezza del quotidiano, come evasione, cresce. La richiesta non è quella di fare lunghe vacanze, ma tante, continue, piccole fughe fatte di week-end, viaggi brevi, decisi all'ultimo momento, per riempire i vuoti momentanei, quelli in cui non si lavora. Il bisogno è così forte da dar luogo a una domanda rigida. Guerre, terrorismo, malattie, possono condizionare le scelte relative alle modalità dei viaggi, alle destinazioni, ma non riducono la richiesta;
2. la flessibilità nel lavoro prevede anche una differenziazione nel tempo libero. Rimangono giorni di vacanza che coinvolgono grandi numeri di persone creando quindi stagionalità differenziate (estate, week-end, Natale, carnevale, Pasqua ecc.), ma a essi si somma una domanda crescente anche in giornate diverse. Statisticamente non esiste nessun giorno dell'anno in cui il numero degli italiani lontani dalla propria residenza è meno del 17% (dato ISTAT);
3. il bisogno di turismo assume sempre più i connotati del bisogno collettivo, indotto dall'ambiente, dalle mode, dalle persone che si frequentano, dalla necessità di essere socialmente accettati. Sempre meno è frutto di scelte totalmente individuali;
4. si tratta di una massificazione che sembra passare attraverso scelte individuali. E così nei consumi di massa si impone la personalizzazione. Chi naviga sul web deve assumere un atteggiamento attivo, deve scegliere, cercare, agire. E così anche nella domanda turistica cala la richiesta dei pacchetti tutto compreso preconfezionati e cresce la costruzione di propri prodotti, attuando quello che viene definito il *dynamic packaging*; le scelte sono sempre indotte e condizionate dalle mode e dall'ambiente, ma l'attuazione è personalizzata;
5. sempre più c'è la tendenza del "come" a diventare il "dove": cresce il numero dei viaggiatori che, nella loro scelta prima di tutto cercano il volo (possibilmente a basso prezzo), cioè il mezzo, il "come" e sulla base di quel che trovano di conveniente costruiscono il viaggio (il "dove"); per questo è ormai consolidata l'abitudine da parte delle amministrazioni locali di pagare le compagnie aeree per avere i voli, cioè le persone e quindi i clienti, sapendo che la scelta delle destinazioni è sovente subordinata a quella del trasporto;
6. rimane una peculiarità: a differenza degli altri consumi di massa, per i quali l'acquisto è fortemente condizionato dalla pubblicità, dal marchio, dai segni di riconoscimento del prodotto e anche dai mass media, per il turismo questi elementi contano meno. Ancora la fonte di informazione fondamentale e il punto di partenza per la scelta di un viaggio rimane, per circa la metà dei turisti, il passaparola, il consiglio degli amici e dei parenti.

?



Fare turismo oggi...

Il turismo oggi può essere interpretato come una forma di consumo globalizzata e fortemente condizionata dalle tendenze indotte dalle strategie di marketing.

Le località turistiche, dunque, assumono il carattere fuggevole e caduco tipico dei prodotti della post-modernità.

Come tali vengono consumate in maniera istantanea, sono potenzialmente sostituibili, in quanto soggette ai mutamenti delle tendenze culturali odierne.

Gavinelli e Zanolin, 2019

Quadro di sintesi

Storia del turismo dal Grand Tour al 'post-moderno'

Epoca	Evento	Caratteristiche
1600-1700	Grand Tour	Viaggio organizzato per giovani di famiglie nobili e ricche al termine degli studi
Fine 1700	Rivoluzione industriale	Il luogo di lavoro viene separato dal luogo di abitazione Nascono i mezzi di trasporto moderni
1841	Viaggio Leicester-Loughsborough	Thomas Cook fa viaggiare il primo gruppo organizzato su un treno appositamente affittato
1878	Agenzia Chiari	Nasce in Italia la prima agenzia di viaggi che nel 1900 diventa Chiariva
1919	Nasce l'ENIT	Ente Nazionale per le industrie turistiche
1920	In Italia esistono 107 agenzie di viaggio	
1924	Nasce Turisanda	Vincenzo Ferretti crea l'Istituto Italiano di Turismo e Propaganda (Turisanda)
1925	In Italia esistono 341 agenzie di viaggio	
1927	Nasce CIT	Compagnia Italiana per il Turismo
1931	Nasce i Grandi Viaggi	Il fondatore è Carlo Angelucci
1936	Viene approvata la legge 2523	Impone l'autorizzazione da parte degli EPT (Enti Provinciali per il Turismo) per svolgere l'attività di agente di viaggio
1947	Nasce l'agenzia Alpi	Oggi Alpitour
1960	Turismo di massa	Lo sviluppo della motorizzazione privata dà luogo a movimenti turistici di dimensioni importanti
Anni Ottanta	La cultura postindustriale	È basata sulla valorizzazione dei servizi e fa diventare bisogno primario il viaggiare
Anni Novanta	Si sviluppa l'outgoing per gli italiani	I mari esotici e i villaggi diventano prodotti di massa
Anni Duemila	Convivere con la paura	Le guerre, il terrorismo, le malattie impongono al turista di convivere con eventi che lo mettono in difficoltà
Anni Duemila	Il postfordismo	Se la situazione mondiale è sfavorevole, le spinte a viaggiare che derivano da un modo di produrre che genera sempre più stress accrescono la domanda di turismo
2004-2010	La svolta	Sempre più alla ricerca di prodotti personalizzati, sempre più legato alle tecnologie avanzate, in un mercato sempre più concorrenziale, il turismo cresce a ritmi superiori al 4% annuo.

Grazie per l'attenzione