



Il bollettino interno informativo di VIVANT Anno 32 N. 259 febbraio 2025
VIVANT Associazione per la Valorizzazione delle Tradizioni Storico Nobiliari
Costituita il 18.5.1995. Atto notaio Ettore Morone - repertorio n° 75347 registrato il 2 Giugno 1995 n° 15397
Codice fiscale 97574390015
IBAN IT53J0301503200000003715355 (7 zeri) swift FEBIITM1
Via Morgari 35, 10125 Torino; tel. e fax 011-6693680;
Sito Internet: www.vivant.it; posta@vivant.it

Visitate l'Italia! Promozione e pubblicità turistica 1900-1950



Un racconto inedito sull'avvincente storia della promozione turistica italiana, dalla fine dell'Ottocento ai primi anni della ricostruzione dopo il Secondo conflitto mondiale,

attraverso **duecento manifesti, centinaia di guide e pieghevoli illustrati.**

A cura di **Dario Cimorelli** e **Giovanni C.F. Villa**, Direttore di Palazzo Madama, e con un allestimento di **Emilio Alberti** e **Mauro**

Zocchetta, l'esposizione ripercorre l'evoluzione del manifesto turistico attraverso i **grandi protagonisti dell'illustrazione italiana** dell'inizio del Novecento. Dalle prime testimonianze pubblicitarie firmate da

importanti nomi, quali ad esempio **Leopoldo Metlicovitz** e il giovane **Marcello Dudovich**, a cui si affiancano artisti come **Ettore Tito**, **Ettore Ximenes**, **Galileo Chini**, fino alla nascita nel 1919 dell'**ENIT, l'Ente Nazionale per l'incremento delle industrie turistiche**, con il quale le commissioni iniziano a seguire regole diverse. Da questo momento si inizia infatti a privilegiare l'affidamento di campagne promozionali plurisoggetto a uno stesso illustratore - tra questi ad esempio ritroviamo **Mario Borgoni**, **Giovanni Guerrini**, **Marcello Nizzoli** e **Virgilio Retrosi** - oppure a esecutori rimasti anonimi spesso legati alle tipografie. Il percorso espositivo, allestito nella Sala del Senato, si sviluppa in **cinque grandi sezioni** che consentono un viaggio nella creazione dell'immaginario italiano. Partendo dalle Alpi e seguendo la dorsale appenninica, si giungerà alla meraviglia delle nostre isole per poi risalire l'Italia delle **acque termali**, del **mare e delle spiagge**, del **divertimento e dello sport**, della **salute e della Belle Époque**, alla scoperta di quello che diventerà il mito dell'Italia del secondo dopoguerra.

Si parte dalla fine del XIX secolo, quando la crescita del commercio e dell'industria, insieme al progressivo benessere del giovane Paese unitario, trovano un valido sostegno nella nascita e nel consapevole utilizzo di nuovi strumenti pubblicitari e di promozione. Nasce così il manifesto, che ben presto diventa uno dei mezzi di maggiore efficacia anche in questo settore, capace di saldare in immagini e parole i capisaldi della creatività italiana, dando un impulso fondamentale alla promozione turistica. Al passaggio tra Ottocento e Novecento località balneari delle **Riviere romagnola e ligure**, rinomate cittadine montane e lacustri diventano protagoniste di campagne pubblicitarie che, dai muri delle città, echeggiano e anticipano stagioni estive e invernali.

Con il suo sviluppo, **il manifesto turistico diviene simbolo dell'immaginario del nostro Paese**, dando vita a opere iconiche capaci nel tempo di connettere indelebilmente i ricordi dei viaggiatori di tutto il mondo. Una parabola che parte dalla tradizione del **Grand Tour** e ha in Johann Wolfgang von Goethe un protagonista in grado di rendere il Bel Paese un fenomeno di

moda europea fin dall'uscita, nel 1816, dei due volumi del *Viaggio in Italia*, divenendo di fatto il primo *travel blogger* dell'era moderna e aprendo la via a due secoli di successo del turismo in Italia.

Se sull'onda del viaggio culturale i luoghi inizialmente più ricercati sono i monumenti e le rovine dell'antichità - con **Roma**, **Pompei** e **la Sicilia** a divenire protagoniste assolute -, lo sviluppo dei mezzi di trasporto, primo tra tutti la ferrovia, porta all'Italia una posizione di preminenza a livello europeo, affacciandosi verso un turismo di massa che si rivolge anche oltreoceano, con l'alta borghesia americana che invade lo Stivale e mete quali **Capri** e **Ischia** trasformati in veri santuari della vacanza di lusso.

Agli inizi del Novecento il turismo comincia ad avere un peso importante nell'economia italiana e, dopo il drammatico arresto causato dalla Prima Guerra mondiale - che riduce ai minimi termini l'affluenza verso i luoghi turistici e le sue diverse forme di promozione - l'istituzione dell'ENIT consente all'Italia di progettare il riavvio dell'economia del paese e, conseguentemente, anche quella del turismo. L'Ente Nazionale

per l'incremento delle industrie turistiche - strettamente legato alle Ferrovie dello Stato - è fortemente voluto dal **Touring Club Italiano** ed è preposto alla promozione, alla gestione e al coordinamento dell'attività turistica e alberghiera dipendente dal Ministero dell'Industria, Commercio e Lavoro. Un ente capace di portare nuovo sviluppo alla promozione del turismo in Italia e all'estero, ampliando significativamente la riflessione sulle cosiddette attrazioni turistiche italiane. Nel corso degli anni **l'ENIT sostiene un'intensa attività pubblicitica con opuscoli, dépliant, cartine geografiche e manifesti**, promuovendo le località e gli eventi artistici e sportivi. La rinascita del turismo italiano è così affidata all'arte pubblicitaria in quella che diverrà l'epoca d'oro del manifesto.

Un'illustrazione più duttile, economica e facilmente riproducibile della fotografia, cui spetta il compito di evocare con la grafica le destinazioni più

affascinanti. Sono gli anni in cui vedono la luce alcuni tra i manifesti più iconici della pubblicità italiana: le vedute di **Capri, Ischia, Pompei e Napoli** a opera di **Mario Puppo**; i panorami di Portofino di **Leonetto Cappiello**; le **Rimini e Padova** di **Marcello Dudovich**. Autori di raffinatissime interpretazioni di un'Italia che diviene un coloratissimo caleidoscopio di luoghi desiderabili e di immagini capaci non solo di proporre una destinazione, ma anche un modo di vivere, un'esperienza totalizzante.

Nel percorso espositivo un video racconta le trasformazioni dell'Italia lungo trent'anni che separano la prima e l'ultima immagine. Primi anni Venti del Novecento, operai al lavoro: ponti, strade, impianti diventano i simboli del rapido completamento dell'unificazione d'Italia e del suo ammodernamento. Primi anni Cinquanta: turisti si mettono in posa per una foto di gruppo.

In mezzo, l'Italia turistica e delle nuove forme di svago

collettivo: mare, lago, montagna, città d'arte. Gli sport acquatici, quelli invernali, le arrampicate estive, le gare motoristiche. La moda che si adegua, il costume - e i costumi - che cambiano. E a fare da filo conduttore, l'impatto dell'infrastrutturazione viaria e ferroviaria, che porta nuovi flussi di villeggianti ed escursionisti dalle città alle grandi spiagge, alle vette, ai lungolago. Fino al dopoguerra, e alle prime forme di vero e proprio turismo di massa, anche internazionale: con l'Italia che torna ad essere meta privilegiata, preparandosi a incarnare, qualche anno più tardi, il grande sogno della Dolce Vita.

Il video, curato da **Jacopo Bulgarini d'Elci**, esplora tutti questi aspetti, ricorrendo a fonti video-documentarie d'epoca provenienti dall'Archivio Storico Luce. Musiche del periodo accompagnano la selezione di decine di documenti visivi (dal 1922 al 1954)

«La casa dei secoli è il Palazzo Madama. Nessun edificio racchiude tanta somma di tempo, di storia, di poesia nella sua decrepitudine varia. [...] Il Palazzo Madama è come una sintesi di pietra di tutto il passato torinese, dai tempi delle origini, dall'epoca romana, ai giorni del nostro Risorgimento» (Guido Gozzano, *L'Altare del Passato, La casa dei secoli*)

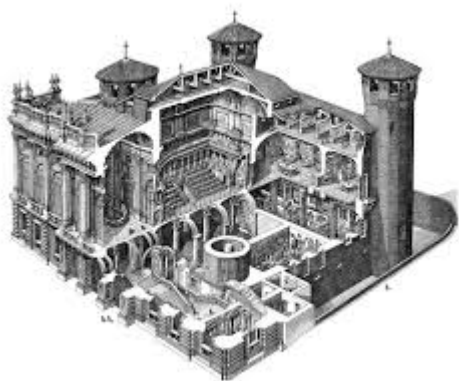
Palazzo Madama e Casaforte degli Acaja sono un complesso architettonico e storico patrimonio mondiale dell'umanità UNESCO, come parte del sito seriale Residenze Sabaude.

La parte occidentale del primo complesso medioevale, fu poi chiamato **Palazzo Madama** perché fu dapprima abitato da Madama Cristina di Borbone-Francia, detta la "prima Madama Reale", nel periodo

1620-1663 circa, quindi da Maria Giovanna Battista di Savoia-Nemours, detta la "seconda Madama Reale", nel periodo 1666-1724. Fu per quest'ultima che l'attuale facciata fu disegnata, nel 1716-1718, dall'architetto di corte Filippo Juvarra.

Qualche accenno alla storia otto-novecentesca. Il ritorno dei Savoia, a Torino e nel Piemonte, permise una nuova vita al palazzo: sede dei Comandi Militari, il luogo venne adibito a osservatorio astronomico dal 1822 e ancora per gran parte del secolo si poté osservare, sulla sommità dell'edificio, una curiosa cupoletta per le osservazioni scientifiche: essa venne poi spostata successivamente in collina.

Carlo Alberto riconsiderebbe l'edificio, facendolo sede della Pinacoteca Regia (poi Galleria Sabauda), dal 1832 (fino al 1865) e successivamente anche del Senato Subalpino dal 1848 (fino al trasferimento a Firenze in seguito alla Convenzione di settembre nel 1865), e quindi della Corte di cassazione: il Senato



venne inaugurato l'8 maggio 1848, mentre il re era in guerra contro l'Austria; l'ultima seduta è datata 9 dicembre 1864. L'aula, fino al 1927 ancora integra, venne poi demolita a seguito di lavori interni all'edificio.

Il 6 maggio 1949 si svolsero i funerali del Grande Torino. Le salme furono esposte proprio a Palazzo Madama, per poi venir trasportate fuori, in corteo, tra la folla formata da 500.000 persone radunatesi per dare l'estremo saluto ad una delle compagini calcistiche più forti di tutti i tempi.

Verso la fine di quel secolo iniziò l'interesse per la storia del Palazzo, scavando le fondamenta e ritrovando tracce nelle

architetture di costruzioni e versioni precedenti.

Diventato sede del Museo civico d'arte antica nel 1934, il castello ha visto nel corso del Novecento lo svolgersi di numerosi restauri e ripristini, che si sono conclusi alla fine del 2006 restituendo alla Città un importante "documento" dei duemila anni della sua storia.

Nel 2010 la facciata juvarriana è stata oggetto di un impegnativo restauro, mentre i giardini attorno alla casaforte sono stati riorganizzati ospitando specie botaniche risalenti al periodo medievale. Inoltre, grazie a un finanziamento della Fondazione CRT, si è provveduto al recupero della Sala del Senato Subalpino, la cui inaugurazione è avvenuta il 18 marzo 2011.

Nel 2014 è stato approvato il passaggio di proprietà di Palazzo Madama dallo Stato italiano alla Città di Torino, perfezionatosi poi nel 2016.

Il prossimo incontro VIVANT sarà

Giovedì 27 febbraio 2025

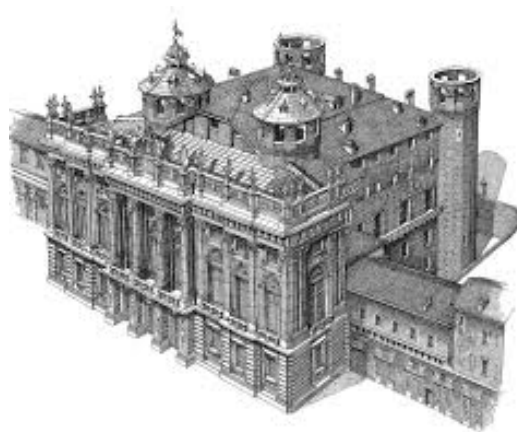
Ritrovo ore 15.15 alla biglietteria di

Palazzo Madama

La dott.ssa **Clelia Arnaldi di Balme**
conservatore di Palazzo Madama
ci guiderà nella visita alla mostra

Visitate l'Italia! Promozione e

pubblicità turistica 1900-1950



Per VIVANT il biglietto di ingresso è ridotto a 10 €
(15 € se si vuole visitare anche il Museo). Portare la Tessera Musei
È necessario **prenotarsi** (posta@vivant.it) **entro sabato 22 febbraio 2025**

La quota 2025 è sempre uguale (da anni!), stessa cifra (30 €), stesso IBAN

T53J0301503200000003715355 (7 zeri) swift FEBIITM1

*Nel 2024 VIVANT ha restaurato un monumento (ad Ermelino Matarazzo a
Bruzolo) e ha regalato ai soci 4 volumi, oltre naturalmente agli usuali
incontri mensili...sostenete VIVANT con la vostra piccola quota!*