

# Dentro Lignano / *Inside Lignano*

Un percorso fra le  
architetture per le vacanze  
*Holiday Homes*  
*and Seaside Architecture*

a cura di / *edited by*

Giulio Avon  
Ferruccio Luppi





# Dentro Lignano / *Inside Lignano*

Un percorso fra le  
architetture per le vacanze  
*Holiday Homes*  
and *Seaside Architecture*

A cura di /  
*Edited by*  
Giulio Avon  
Ferruccio Luppi

Introduzione /  
*Introduction by*  
Guido Zucconi

Saggi /  
*Essays by*  
Paola Lanaro  
Giulio Avon



- 7 Luca Fanotto  
Sindaco del Comune di Lignano Sabbiadoro /  
*Mayor of Lignano Sabbiadoro*
- 9 Ada Iuri  
Assessore Cultura-Istruzione-Attività Produttive /  
*Town Councillor for the Culture, Education, and Productive Activities*
- 10 DENTRO LIGNANO / *INSIDE LIGNANO*
- 12 Introduzione / Introduction  
Tra pinete e sabbie d'oro, la città degli architetti moderni  
*Between pine groves and golden sands, the city of modern architects*  
Guido Zucconi
- 16 Le vacanze al mare: consumi, comportamenti, sviluppo economico  
*Holidaying by the sea: consumes, behaviours, and economic development*  
Paola Lanaro
- 20 Architetture a Lignano nel secondo Novecento  
*Architecture in Lignano in the second half of XX Century*  
Giulio Avon
- 40 UN PERCORSO FRA LE ARCHITETTURE PER LE VACANZE /  
*HOLIDAY HOMES AND SEASIDE ARCHITECTURE*  
Giulio Avon e Ferruccio Luppi
- 218 APPARATI / *APPARATUS*
- 220 Pianta / *Map*
- 222 Bibliografia essenziale / *Main references*  
a cura di / *edited by* Ferruccio Luppi
- 223 Crediti fotografici / *Photo credits*
- 224 Ringraziamenti / *Acknowledgements*

Le v

## Le vacanze al mare: consumi, comportamenti, sviluppo economico

### *Holidaying by the sea: consumes, behaviours, and economic development*

Paola Lanaro |

Le vacanze al mare sono uno dei simboli che si associano agli anni del boom economico dell'Italia. L'Italia in Europa fu uno degli ultimi paesi ad avviarsi allo sviluppo industriale anche se il primo dell'area del Mediterraneo: questo non significa che il paese non fosse percorso da intensi flussi turistici che si manifestarono già nel corso dell'Ottocento soprattutto con riferimento alle città d'arte come Napoli, Firenze e Venezia.

In questo senso, la nascita e la rapida diffusione della ferrovia contribuisce velocemente al radicamento del sogno vacanziero coinvolgendo, come ho dimostrato in un saggio di qualche anno or sono, i consumi e l'economia della stessa città che, a partire dall'Ottocento, per questo motivo subisce una trasformazione urbanistica oltraggiosa.

Va però sottolineato che ancora poco sappiamo della portata del fenomeno turistico e del suo riverberarsi sull'economia cittadina. Vi erano veri e propri tour programmati costruiti sulle modeste ma pervasive risorse di quel ceto medio che in Germania, Francia e Inghilterra si era ormai consolidato traendo vantaggio dai nuovi collegamenti ferroviari che attraversavano le Alpi e inondavano la città di turisti.

Il fenomeno è ancora poco studiato, soprattutto quasi ignoriamo la ricaduta in termini economici del crescente processo di *touristizzazione* non solo sull'ampliarsi del terziario e degli addetti a tale settore come a esempio costruzione di alberghi, bagni e caffè, ma anche in generale sul numero crescente dei loro dipendenti. La stessa Venezia, causa le spiagge del lido destinate comunque a gruppi elitari, come ancora oggi si può vedere dalla presenza di alberghi lussuosi, espande forme di consumo legate all'idea di vacanza marina come aumento della presenza di hotel e bar.

Ma la vacanza al mare, come elemento qualificante e indicativo di uno sviluppo economico, si manifesta nella penisola piuttosto tardi rispetto agli altri paesi europei, vale a dire gli anni Cinquanta e Sessanta: sono gli anni del boom che trasformano non solo economicamente, ma soprattutto antropologicamente la vita degli italiani.

Se l'aumento del consumo degli elettrodomestici come delle autovetture sono diventati gli emblemi di un nuovo stile di vita, così anche il divertimento assume una dimensione nuova

*The seaside holiday is one of the symbols commonly associated with the Italian economic boom. Italy was one of the last Countries in Europe to launch an industrial development, despite being the first Country to do so in the Mediterranean area. However, Italy has been attracting intense tourist flows since the XIX Century, especially in the art cities such as Naples, Florence, and Venice.*

*In this perspective, the introduction and quick diffusion of the railway contributed to the rooting of the holiday dream involving, as I proved in an essay a few years ago, the consumes and the economy of the cities themselves which, since the XIX Century, radically and outrageously changed their urban structure.*

*It is important to notice, though, that there is a lack of knowledge concerning the rate of the tourist flow and its consequences on the economy of the cities. There were proper tours organised for the middle classes, whose modest but steady wealth was by then consolidated in Germany, France, and in the United Kingdom. At the time, they were taking advantage of the new railway lines which crossed the Alps and they flooded the cities.*

*This phenomenon has not been thoroughly studied yet. Above all, we almost completely ignore the economic effects of this increasing process of touristization on the service industry and its employees such as the construction of new hotels, public facilities, and cafes. Venice, whose beaches were mostly destined to the elites - as one can see even nowadays, given the presence of many luxury hotels - expanded the services connected to the idea of a seaside holiday by increasing the number of hotels and bars.*

*In Italy, however, the notion of the seaside holiday as the emblem of an economic development emerged during the Fifties and the Sixties, that is, relatively later than in the other European Countries. Those were the decades of the so called economic boom, which transformed both economically and anthropologically the life of the Italians.*

*The increased consumption of household appliances and of cars became the emblem the new lifestyle; similarly, the notion of leisure time acquired a new, pervasive dimension, changing thus the habits of the individual and of the families as well. The whole Country picked up this new habit, which soon rooted from Northern to Southern Italy: spending one's time lying on the beach, oblivious to the need of producing all the time, and free to enjoy the silence and*

e pervasiva, cambiando le abitudini di vita del singolo e della famiglia. Trascorrere il tempo distesi sulla sabbia senza essere pervasi dall'ossessione del produrre in continuazione, ma piuttosto godere del silenzio e della bellezza dell'ambiente circostante, abbandonarsi a una natura, quella del mediterraneo, già percepita come oasi incontaminata in una società che stava per essere travolta da una idea di consumo onnivoro, tutto questo diventa nel sud e nel nord della penisola un'abitudine nuova che rapidamente mette radici.

Se nel nord dell'Europa va ad affermarsi, con un concetto di massima libertà, l'idea e la pratica del campeggio, in Italia in molte aree si diffonde piuttosto l'idea della villetta e poi della villa, o in generale di un alloggio al mare, dove la famiglia può riunirsi e ritrovare la propria intimità.

Giustamente, come ha osservato in un intelligente libro dedicato ai soggiorni marini Orvar Löfgren, (libro incentrato comunque sulle vacanze al mare mediterraneo da parte dei turisti del nord), la vacanza diventa una dimostrazione di un raggiunto benessere in particolare da parte del ceto medio. Possiamo quindi pensare a uno sforzo di riproporre, nella vacanza in camper o cottage e in villa, un tentativo di emulazione di un turismo di élite. Questa imitazione riguarda anche i comportamenti individuali.

*the beauty of the surrounding environment. The Italians soon to surrender to the Mediterranean nature which, at the time, already perceived like a pristine oasis in a society which was to be overwhelmed by consumerism.*

*In Northern Europe the notion of extreme freedom was mostly represented by campings, whereas in Italy such idea was represented by the holiday house and, later on, by the villa or generally speaking, by a lodging by the sea where the whole could reunite and enjoy some intimacy.*

*Orvar Löfgren pointed out in his clever book on the seaside holidays (which focused on the Northern Europeans' seaside holidays in the Mediterranean) that the holiday symbolised the acquired economic wealth, especially for the middle classes. Thus, one can say that the holiday spent on a caravan or in a cottage or in a villa represented an attempt to imitate the tourism of the elites. This form of imitation involved the individual behaviours too.*

*There are many evidences that the idea of freedom generally associated with the mood of the seaside holiday includes a leisure behaviour and an increased alcohol consumption, on the beach and in the caravans and villas as well. As Löfgren suggested in his chapter "Sea, Sand, Sun and Sex", this new idea of freedom included some sort of sexual freedom too, given the intimacy of the seaside.*



La terrazza a mare.  
The Pier.

Non dimentichiamo, come è stato da più parti evidenziato, che in una idea di libertà associata generalmente a uno spirito vacanziero marino, vi è una maggiore propensione a comportamenti meno rigidi, indicati anche da un maggior consumo di alcol, in spiaggia come nei camper o nelle villette. Si può suggerire, come ha fatto Löfgren che ha intitolato un paragrafo del suo libro "Sea, Sand, Sun and Sex", che questa idea nuova di libertà implicasse anche una nuova idea di libertà sessuale, complici l'intimità dei corpi nudi e la maggiore libertà di comportamento dei giovani in luoghi isolati, suggestivi ed evocativi dal punto di vista naturalistico. Questo in particolare sulle spiagge del mediterraneo.

Non dimentichiamo infine che nella seconda metà del Novecento si diffonde a un livello sociale più ampio la pratica della ginnastica per le donne, segno anche questo della progressiva emancipazione femminile. Non ci sono studi in merito ma crediamo di non sbagliare ipotizzando che la vita all'aria aperta in riva al mare abbia incentivato lo stesso esercizio fisico tra le donne, normalmente ai margini di questa attività, ma che comunque già in epoca fascista si era imposta con vigore.

La vita marina quindi contribuisce in modo imperioso alla radicalizzazione di nuove pratiche di comportamento, inserendo le stesse donne in circuiti a loro preclusi, rompendo così schemi a lungo consolidati.

In un certo senso la vita al mare, con le frequenti balneazioni, permette alle donne di conquistare margini di libertà per loro nuovi, sia praticando l'esercizio fisico, a cui erano poco abituate, sia incrementando il consumo di abiti, costumi da bagno che si diffondono con rapidità enorme. In tutto questo discorso infatti non rimane escluso un diverso atteggiamento nel consumo della moda. Non abbiamo ancora elementi per ritenere in modo sufficiente che con la vacanza al mare si sia consolidato un più massiccio consumo di moda o lo stesso affermarsi del made in Italy contrassegni economia italiana del tempo, ma il legame è piuttosto stretto. L'essere economico e maggiore internazionalizzazione sono alla base di una spinta verso una volontà di creazione e di innovazione nel settore della moda che bene si inseriscono in quel modello di vita legato alle vacanze al mare.

È noto come a partire dagli anni Sessanta, da paese ritardatario della rivoluzione turistica, l'Italia divenne uno dei paesi più

*naked bodies and the greater freedom enjoyed by the young people in such isolated, suggestive and evocative places. This happened especially on the beaches of the Mediterranean area.*

*In the second half of XX Century women of all social classes started practicing physical exercise on a regular basis and this, to a certain extent, marked a progression of women's emancipation too. There is a lack of studies on this topic, however, it would not be wrong to assume that the beach life might have influenced the diffusion of this practice among women too. Although vigorously encouraged during the Fascist Regime, physical exercise had not really been practised by women up to that moment.*

*Therefore, the beach life contributed fiercely in the rooting of new behaviours, involving women in previously forbidden circuits and thus breaking some well-established schemes.*

*The beach life allowed women to conquer new deals of freedom such as physical exercise, thanks to the frequent bathings, and the increased consume of dresses and of swimsuits. In fact, this new attitude involved a different approach to fashion and its consume too.*

*There is a strong connection between the establishment of the habit of the seaside holiday and an increasing consume of fashion products, although there data collected are not sufficient to prove neither this nor that the so called "made in Italy" marked the Italian economy of the time. Economic wealth and a greater internationalisation were the key elements of a renovation of the fashion field which suited the lifestyle model of the seaside holidays. It is widely known that, since the Sixties, Italy has become one of the main centres of attraction for tourists in Europe. For example, many tourists - mostly coming from Northern European Countries - visited the seaside cities in Northern Italy, especially those of the Friulian coast. They were mostly middle-class people who, at an early stage, chose cheaper solutions; later on, they sometime chose to buy a house by the sea, or at least to get back regularly in Italy for their holidays.*

*In Lignano, for example, Avon designed two villas for his Dutch and Austrian clients, and a terraced house for the families of the employees of the Austrian company Austrofil.*

*The presence of foreign tourists contributed widely to the increasing wealth of the Country. However, this dynamic could emerge to its*



sviluppati d'Europa e in tale senso si poté registrare un grande afflusso verso le coste italiane soprattutto del nord, a esempio nelle friulane, di turisti e bagnanti nord europei. Turisti esponenti del ceto medio che si adattarono in una prima fase a soluzioni anche economiche, per poi scegliere di acquistare una casa al mare, o quantomeno di prendere l'abitudine di ripetere le proprie ferie in Italia.

Altanto nelle architetture lignanesi di Avon, vi sono due ville destinate a villeggianti olandesi e austriaci e un nucleo di case a schiera nate per accogliere le famiglie dei dipendenti dell'azienda friulana Austrofil, produttrice di serramenti.

Il turismo dall'estero contribuì in modo esplicito all'aumento della ricchezza del paese. Tutto questo fu possibile solo dopo che i problemi politici dell'Italia vennero risolti con la fine della Seconda guerra mondiale quando le dinamiche turistiche si affermarono in pieno.

L'idea della presenza di un turismo di massa si diffonderà negli anni sessanta in sintonia con l'affermarsi di una espansione del tempo libero da parte delle classi lavoratrici in particolare, come già sottolineato, del nord Europa (tedesche, francesi e inglesi), mentre più in ritardo si muoveranno i flussi turistici italiani.

*full extent only after the end of WWII, and the resolution of the political problems in Italy.*

*To conclude, the idea of mass tourism emerged during the Sixties, when the diffusion the notion of leisure time and of its employment spread among the working classes, especially in Northern Europe (Germany, France, and the United Kingdom). Only later did such notions reach the Italian working classes and influence the development of a national tourist flow.*

#### Bibliografia / Bibliography

Renzo Bartolani, *Vacanze di pochi, vacanze di tutti: l'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna 2001.

Renzo Bartolani, *Venezia nell'Ottocento: lo sviluppo del settore moda attraverso le guide commerciali* in "Annali di storia dell'impresa", 19, 2008, pp.109-131.

Stefano Rattiosi, *Il territorio messo in scena: turismo, consumi, luoghi*, Mimesis, Milano-Udine 2018.

David Littlejohn, *On Holiday: A History of Vacationing*, University of California Press, Berkeley CA, 1999.

Robert C Davis e Garry R Marvin, *Venice, the Tourist Maze: A Cultural Critique of the World's Most Touristed City*, University of California Press, Berkeley CA, 2004.