

Un nuovo Atlante di geografia commerciale.

Nota del socio, prof. AUGUSTO MICHELI.

Mentre escono di continuo nuovi studi di geografia commerciale, e, agli ottimi manuali del De Scherzer, del Murray, del Deville, si sono andati aggiungendo quelli del Dubois e Kergomard, del Ruge, del Lanzoni, del Friedrich, dell'Eckert, si è anche cercato di renderne più facile lo studio con la pubblicazione di speciali Atlanti. E non è chi non conosca, con le preziose carte dei principali Istituti geografici di recente edite per entro ad Atlanti generali come quelli di Vidal de la Blache e dello Stieler o insieme a grandi opere a dispense, gli ottimi Atlanti del Bartholomew (Londra, Clay), del Langhans (Gotha, Perthes), dello Scobel (Leipzig, Velhagen e Klasing); che non si sia servito, per ciò che riguarda l'Italia, del piccolo ma diligente Atlantino geografico-economico Garollo (Milano, Hoepli). Ma, complesso com'è oggi il movimento mondiale del commercio, molteplici come sono gli aspetti sotto i quali esso deve venire considerato, non si aveva ancora un'opera che tentasse di riassumerne in un quadro generale le leggi e i lineamenti fondamentali. Quest'opera, malgrado le inevitabili lacune e tutti quei nèi che una facile critica vi potrebbe agevolmente rilevare, ce la dà ora l'Inghilterra e pel vero beneficio degli studi è da augurarle subito la maggior diffusione.

Essa s'intitola: *Atlas of the World's Commerce*, finì di uscire or ora dall'Istituto geografico Bartholomew di Edimburgo, per cura della Casa George Newness (Southampton Str., Strand, London, W. C.), sotto la direzione dei due valorosi signori J. e G. Bartholomew, cui si devono altre preziose pubblicazioni geografiche, come *The Twentieth Century Citizen's Atlas*, *The International Student's Atlas*, l'*Atlas of Meteorology*, *The Handy Reference Atlas*, *The Comparative Atlas*, molte carte murali, fra cui una bellissima *Map of the World* in proiezione di Mercatore, ed altre. Questo nuovo Atlante, dedicato a Sir George D. Taubman

Goldie, presidente della Reale Società Geografica di Londra, risulta di 22 fascicoli; costa 15 sh. (0.75 per fasc.), un vero miracolo di buon mercato: pensando, oltre all'esattezza del lavoro, alla nitidezza delle tabelle e delle carte, tutte disegnate a bella posta, e distribuite nel numero di mille circa per entro a 176 facciate del formato di 0.23×0.39 .

Aprè l'opera una introduzione illustrativa sulla natura e i fini della geografia commerciale, sui rapporti che il commercio ha con la geografia rispetto le località di produzione e le comunicazioni, dovuta al signor G. Chisholm, autore del noto *Handbook of Commercial Geography*, edito dalla Casa Longmans, Green and. C. di Londra. Segue una *Description and geographical distribution of the principal commodities of Commerce* del signor W. A. Taylor, che è accompagnata da numerosi diagrammi statistici. Completano tale ricco proemio alcuni capitoli sullo sviluppo dei paesi nuovi, sulle principali strade, sulla statistica geografico-commerciale e un *Commercial Gazetteer* (spicilegio o prontuario) *of Countries and Ports of the World* assai utile e denso, fornito di nitide piante, stampate nel testo, dei principali porti e centri commerciali. Tutta questa parte occupa un centinaio circa di pagine del formato delle altre 176 soprad dette.

Le carte dell'Atlante, tutte in colori e assai nitide, sono distribuite in modo da lasciar posto ad una copiosa serie di diagrammi comparativi e di quadri statistici a simboli e a disegni diversi, che, pur essendo destinati, come tutte le opere siffatte, ad invecchiare, rappresenteranno, anche fra qualche diecina d'anni, un documento geografico-statistico di grande valore. Ogni studio di statistica geografico-commerciale non può rispecchiare per natura sua che un determinato momento della vita che di continuo si svolge e diviene, ma, ove sia fatto con un'esatta visione delle molteplici correnti di cui risulta, può anche afferrare in esse il punto generatore e le leggi cui più o meno sempre obbediscono. E, se è ufficio della statistica di fermare in quadri precisi la situazione di un determinato fenomeno in un determinato momento, è compito esclusivo della geografia commerciale cogliere i rapporti che intercedono fra la terra e l'uomo rispetto la produzione, e mettere in luce le norme fisse cui obbediscono i mercati e gli scambi rispetto la natura del suolo.

Tutti questi criteri gli autori di questo Atlante commerciale li

tennero ben presenti ed è così che, scorrendolo, passano sotto gli occhi, con tutte le condizioni naturali delle varie parti del globo, gli aspetti antropici più importanti sotto i quali esse si possono considerare, come influenza dei climi, della natura del terreno, della viabilità sulla popolazione; i rapporti che passano tra questa e lo sviluppo commerciale, e finalmente tutti i quadri vari e diversi della produzione. Com'è ovvio, un buon numero di carte è dedicato alla Gran Bretagna e alle sue colonie, non solo per la sua e loro importanza, ma perchè l'opera è inglese e fatta da Inglesi. È però anche doveroso riconoscere che tale precedente non fece mai trascurare agli autori gli altri Stati e rare sono le carte in cui si desideri una più ampia considerazione dei vari fenomeni.

Quadri e diagrammi comparativi assai nitidi sono consacrati alla statistica demografica in generale, alla distribuzione mondiale delle razze, dei linguaggi, delle religioni, delle bandiere; carte speciali hanno i raffronti climatici, marittimi, fluviali, gli sviluppi delle marine mercantili e da guerra; le strade d'ogni genere dalle carovaniere alle ferroviarie, i servizi postali e telegrafici; le produzioni vegetali, animali, minerali, l'agricoltura, il commercio, l'industria.

Le prime 21 facciate dell'Atlante contengono carte di carattere generale fisiche, politiche ed economiche; dalla 22 alla 31 sono dedicate alle comunicazioni ed ai trasporti; dalla 32 alla 60 allo studio particolare delle varie regioni; dalla 61 alla 108 alla distribuzione mondiale dei prodotti alimentari, tanto vegetali che animali; dalla 109 alla 124 alle materie tessili, cotone, lana, lino, canapa, juta, seta; dalla 125 alla 153 ai minerali; dalla 154 alla 176 a tutti quei prodotti che non hanno trovato posto nelle precedenti categorie (*miscellaneous products*), come materie coloranti, avorio, resine, oli vegetali, oppio, ecc. Le proiezioni appaiono generalmente bene scelte, e, pur non mostrando quel rigore di sviluppo ch'è raro privilegio della cartografia tedesca, riescono efficaci e chiare.

Fra le carte dell'Atlante, speciale menzione meritano: 1° una carta isocronica delle distanze (pag. 28), in cui si possono rilevare d'un tratto i vari tempi ora necessari a percorrere certe determinate distanze. Essa ha poi la sua speciale illustrazione per le distanze marine in una numerosa serie di carte con su segnate

le rotte e i giorni occorrenti a percorrerle; 2° alcune carte (pag. 35, 42-43, 44, 46, ecc.) che mostrano, mediante tinte a richiamo, il quadro dei vari prodotti dell'Europa di mezzogiorno, dell'Africa, dell'India inglese. Le colonie inglesi in generale hanno, come è ovvio, carte a grande scala assai interessanti; 3° una carta (pagina 29) della distribuzione monetaria secondo i tipi unitari e bimetallici e con l'indice delle forme correnti nelle colonie; 4° fra le carte dei prodotti alimentari, quelle relative al grano (pag. 61 e segg.), al vino (pag. 89 e segg.), alla pesca (pag. 105 e segg.); fra quelle dei prodotti minerali, specialmente le relative al ferro (pag. 125 e segg.), al carbone (pag. 130 e segg.), e all'oro (pagina 141 e segg.); fra quelle dei prodotti vari le relative al caucciù (pag. 154 e segg.) e al tabacco (pag. 161 e segg.).

Per quanto riguarda la parte che ha nell'Atlante l'Italia, è più che naturale che essa apparisca piuttosto scarsa, se la si consideri da sola e indipendentemente dalle regioni contermini dell'Europa alpina e mediterranea. Appare però più che sufficiente se si rammenta che l'opera dei Bartholomew si propone di dare un quadro generale delle leggi geografico-commerciali e che è a tali leggi specialmente che si deve rivolgere lo studio delle nostre scuole secondarie tanto tecniche che commerciali. Per avere dati più larghi ed esaurienti converrà sempre ricorrere alle opere speciali, come Prontuari statistici, Annuari, ecc. (1) e servirsi per loro illustrazione di quelle carte geografico-commerciali che ora non mancano anche nelle nuove edizioni dei vecchi Atlanti. È certo che, scorrendo questo bellissimo lavoro dei signori Bartholomew, si nota ancor più la mancanza di un Atlante geografico-commerciale italiano, e si pensa che — valenti come sono fra noi gli specialisti di tale disciplina, bene organizzata com'è la ricerca statistica, e pronte come sono ed animose le officine cartografiche — se un'opera consimile si annunciasse, non le mancherebbe certo né il plauso né il favore del pubblico. Ma, tornando ora all'Atlante inglese, aggiungerò che i dati statistici sono attinti tutti alle

(1) Fra quelli italiani ricordo specialmente il prezioso *Annuario per l'esportazione e l'importazione* di L. PASQUALUCCI, Roma. Un maggiore sviluppo è da augurare all'*Italia economica, Annuario dell'attività nazionale*, che si cominciò a pubblicare quest'anno in Milano, presso la Società ed. di Annuari, via Gesù, 12.

ricerche più recenti e che corrispondono per lo più alle autorevoli indicazioni dello *Statesman's Year-Book* di Scott Keltie, il valoroso segretario della Reale Società Geografica, edito dalla Casa Macmillan, e ben noto ormai ad ogni studioso di geografia.

Speciale importanza per noi Italiani hanno le carte e i diagrammi relativi al frumento, al vino, alla seta, ai marmi. Pel primo di questi prodotti (pag. 61 e segg.), preceduto, come tutti, da un sintetico cenno illustrativo, si osserva che, contro una media di 664,677,000 *bushels* (ogni b. = litri 36.32) degli Stati Uniti, la Russia ne dà 509,257,000; la Francia 311,497,000; l'India 263,131,000; l'Austria 205,808,000; l'Italia 157,000,000; la Germania 139,822,000; e poi, in ordine decrescente, quantità diverse la Spagna, il Canada, l'Argentina. I diagrammi mostrano poi una spiccata tendenza all'aumento di produzione nell'Argentina e nel Canada, ad un maggiore consumo e ad una conseguente discesa nella esportazione negli Stati Uniti. L'Italia importa annualmente 34,314,000 *bushels* di frumento, corrispondenti al valore di 8,246,000 lire sterline.

Pel vino (pag. 89 e segg.) l'Italia è al primo posto con una produzione annua di 880,000,000 di *gallons* (ogni g. = litri 4.54), equivalente a 43,630,000 lire st. Seguono la Francia, la Spagna, l'Austria-Ungheria. Lo Stato che importa più vino di tutti è l'Inghilterra, per un valore annuo di circa 5 milioni di lire sterline (15,500,000 *gallons*). Chi consuma più vino rispetto al numero degli abitanti è la Francia; ed è pure la Francia che fornisce all'Inghilterra la maggior parte del vino di cui abbisogna. Le terre in cui la coltura della vite mostra un diagramma ascendente sono l'Africa australe (1), la California, l'Australia, l'Argentina.

Per la seta (pag. 121 e segg.) l'Italia viene terza dopo la Cina e il Giappone con una produzione annua di 9,289,000 *lbs.* di *Raw Silk* (seta gregia; ogni lb. = gr. 453), ed è seguita dalla Turchia, dalla Francia, dalla Persia-Turkestan, ecc. Nell'importazione tiene pure il terzo posto dopo la Francia e gli Stati Uniti con un equivalente annuo di 7,314,000 lire st. (2).

(1) Per la coltura della vite nell'Africa australe, vedi G. B. DANOVARO, *La Rhodesia e il suo avvenire*, Milano, Bertarelli, 1907.

(2) Sul commercio e l'industria italiana della seta cfr. il recente volume

Per i marmi (pag. 136) l'Italia è seconda dopo gli Stati Uniti con un rendimento annuo di 692,000 lire st., ed è seguita dalla Francia e dalla Grecia con i rispettivi prodotti medi di 199,000 e 39,000 lire st. Altri dati assai utili forniscono le carte relative al caffè (pag. 85 e segg.). Nel 1832 la sua produzione mondiale, per metà data dal Brasile, era di 95,000 tonn.; nel 1875 di 505,000; nel 1903 di ben 1,150,000. Ancora oggi il Brasile è il maggior produttore, come i maggiori consumatori rimasero gli Stati Uniti dell'Est e la Germania settentrionale. I prezzi hanno subito, nel volgere d'un secolo, le vicende più strane, segnando qua e là dei ribassi precipitosi o dei rialzi insperati. L'Italia è segnata con un consumo annuo di 644,000 sterline e con una percentuale media per abitante 13 volte e mezza inferiore a quella dell'Olanda, 5 e mezza quella della Germania, ma superiore di molto a quella del Canada e dell'Inghilterra. Le terre in cui le piantagioni accennano a crescere sono quelle a recente sviluppo, cioè le colonie africane della zona torrida, l'India inglese meridionale e il Centro-America.

Ciò che manca nell'Atlante è una carta delle stazioni radiotelegrafiche che gli autori avrebbero almeno potuto segnare a pagina 30-31 nella *World-Telegraph Map* ivi stampata (1). I centri industriali, che nell'*Handels-Atlas* dello Scobel sono così ben segnati (tavole 18, 19, 26), nelle carte e nei diagrammi accolti a pag. 34 e segg. non appaiono così completi come sarebbe desiderabile, specialmente per ciò che riguarda l'Europa centrale e mediterranea. Invano fra le carte speciali se ne cerca una relativa allo zolfo, che gli autori considerano insieme ad altri minerali a pag. 138-39; e una carta speciale non ha pure la navigazione interna ora tanto importante. I canali appariscono segnati nella carta delle comunicazioni, ed è male perchè non sempre riescono chiari. Nella carta già citata della seta, accanto ai diagrammi della *Raw Silk* (seta greggia), se ne desidererebbero alcuni dei *Cocoons* (bozzoli) per istituire gl'indispensabili raffronti sullo sviluppo indu-

di G. L. DE ANGELIS su *Il padiglione delle industrie seriche all'Esposizione di Milano*, Milano, Lanzani.

(1) Notizie sulla *Marconi's Wireless Telegraph Company Ltd.* si possono avere dai *Resoconti annui* pubblicati dal suo ufficio di Segreteria, 17, Finch Lane, Londra, E. C.

striale dei singoli paesi. Per chi non è inglese sono assai noiose le riduzioni che conviene fare ogni momento fra i pesi e le misure date dall'Atlante e quelli del sistema metrico decimale, ch'è immensamente augurabile anche il mondo anglosassone si decida ad abbracciare. Fra le carte speciali gioverebbero assai una delle ferrovie a galleria e un'altra delle ferrovie e dei canali intercontinentali. Ma tali cose sono appena accennate e spiace. Nella parte fisica nulla si dice sulla natura geologica dei terreni, che ha pure la sua buona importanza antropogeografica. Alla fine dell'opera gioverebbe assai una pur breve appendice bibliografica di opere di geografia commerciale.

Ma, come si disse più innanzi, questi ed altri difetti che si possono rilevare, non tolgono all'opera alcunchè della sua indiscutibile importanza, e potranno d'altra parte agevolmente sparire in una prossima edizione.

Gl'Ingesi, è cosa risaputa, hanno il vero segreto di consimili pubblicazioni, sapendo quasi sempre conciliare una rigorosa esattezza scientifica con un chiaro concetto di praticità. È così che anche questo Atlante di geografia commerciale di J. G. Bartholomew corrisponde pienamente al suo programma di servire insieme agli studiosi e ai commercianti, fornendo ai primi un commento animato e perspicuo di ciò che ricercano o insegnano; dando ai secondi un più chiaro concetto dei legami esistenti fra gl'innomerevoli obbietti del mercato mondiale e fra tali obbietti e le grandi leggi geografiche.

L'augurare ch'esso sia accolto anche in Italia con la simpatia che merita, più che cortesia, è dovere.

15 marzo 1907.
