

speciale vacanze

L'Unità / pag. 13
domenica 15 luglio 1979

Quando l'autostrada diventa anche conveniente

Gli autogrill cambiano faccia - Un programma consistente di miglioramenti alla prova dei fatti
Un pasto al prezzo di 4.900 lire - Progetti ambiziosi

Pregho?
Quattromilaneventi lire. Sì, tutto compreso.
Vassolo in mano, la famiglia padri, madri, ragazzi sui quindici anni — si avvia verso un tavolo del grill. Sono francesi, vengono da un paesino della provincia di Lione. Hanno l'aria soddisfatta di chi si sta godendo le vacanze, fuori dal solito ambiente, senza l'assillo di arrivare in orario all'ufficio, di andare a pagare la bolletta della luce, di fare la spesa insomma, senza l'assillo di gestire l'esistenza secondo le regole delle giornate di lavoro. Forse anche per questo spendono i loro soldi senza risparmio. Al formaggio sono pieni di complimenti. «Buono», dice il padre. «Delizioso» conferma la moglie.

Il direttore del grill non sta più nella pelle. «Se anche un francese sente il bisogno di fare i complimenti a un formaggio, dice, vuol dire proprio che non c'è niente da dire».
E' il suggerimento al pranzo da quattromilaneventi lire, tutto compreso, che i grill dell'autostrada offrono in queste settimane a tutti: indigeni e stranieri, giovani e vecchi, uomini e donne. Dappertutto un grande cartello pubblicitario illustra la proposta, accompagnandola da immediate e fumanti dimostrazioni. L'occhio scorge dagli autogrill ai primi ai dimostrate con avidità. Ce n'è per tutti i gusti. Lo stomaco più robusto può andare tranquillamente d'accordo con quello più delicato. Ba-

sta regolare l'appetito sulla lunghezza d'onda giusta: in fondo da non turbare i fragili equilibri interni. Il tacchino? Lo si può condire con un sughero dorato oppure prendere ilso. Il cono ritaglia dal petto una porzione abbondante, utilizzando con sapienza il coltello affilato.
«Mi dica lei, domanda il direttore, dove si può mangiare così con una spesa tanto modesta?»
«Convegno», da nessuna parte.
L'autostrada si rivela al ristorante. E non si tratta di un accidente, inflato per caso in una campagna promozionale dettata dalle circostanze, vale a dire le vacanze d'estate. «No, dice il direttore indicando il cartello, il pranzo a quattromilaneventi lire si inquadra in uno sforzo più generale di ristrutturazione e di adeguamento di tutti gli autogrill gestiti dalla nuova società che ha rilevato le aziende di ristoro a partecipazione statale: i Molta, gli Alemanni, i Pavesi tanto per intenderci».

Il direttore accompagna le parole con un sorriso compiaciuto. Vede del suo e si capisce. Ma a tavola le parole trovano una immediata verifica. Se si tratta di propaganda salta subito alla bocca. No, bisogna proprio ammetterlo la proposta trova ampia comprensione nella clientela. E non si tratta di un accidente, inflato per caso in una campagna promozionale dettata dalle circostanze, vale a dire le vacanze d'estate. «No, dice il direttore indicando il cartello, il pranzo a quattromilaneventi lire si inquadra in uno sforzo più generale di ristrutturazione e di adeguamento di tutti gli autogrill gestiti dalla nuova società che ha rilevato le aziende di ristoro a partecipazione statale: i Molta, gli Alemanni, i Pavesi tanto per intenderci».

Il recente passato è segnato da molti punti negativi. Servizi scadenti, prezzi alti, disordini sono gli aspetti che l'automobilista coglieva durante le sue soste un po' dappertutto. Tanto che molti, quando potevano, cercavano fuori dall'autostrada un po' di ristoro. La magia che aveva accompagnato al loro sorgere gli autogrill — durante gli anni ruggenti del boom — sembrava essersi scompletta, dissolta assieme al miracolo economico. E, in verità, è stato un poco così.
I ristoranti gettati come ponte sopra le nuove rotte d'asfalto tracciate in lungo e in largo attraverso il paese, simbolo del nuovo status acquisito dall'Italia, rappresentavano solo l'immagine la recitazione, si direbbe in parole più povere — di grandi nomi dell'industria alimentare che con questi veri e propri monumenti volevano ricordarsi al mondo. Essi, infatti, furono progettati senza economia, in ogni loro parte: le toilettes come il ristorante, il bar come il reparto vendite. Secondo il concetto ricattato da tradizioni consolidate in altri paesi — che le perdite di gestione sarebbero state assorbite nel bilancio generale di queste industrie — giustificata sotto la voce pubblicità.

La crisi generale, e quella particolare di queste aziende, ha provocato lo sconquasso. I monumenti, privi di protezione, hanno messo a nudo tutti i loro difetti. Progettati per proteggere lungo le autostrade l'immagine di un'industria, gli autogrill hanno dovuto improvvisamente ricercare in se stessi le ragioni di vita e di sopravvivenza. Come di professione, infatti, dovevano infatti solo, al più, divenire testimonianza invadente e fastidiosa di una crisi più generale. Di qui l'appuntamento degli anni scorsi. Di qui le perdite rilevanti di gestione. Di qui anche il ridimensionamento del servizio al limite della rottura. Ad un certo punto, infatti, ci si è resi conto che il logoramento a cui era sottoposta la loro credibilità avrebbe potuto comprometterli irrimediabilmente. Un grosso patrimonio di strutture (circa 300 posti ristoro distribuiti sull'intera area nazionale di uomini di professionalità) era in pericolo. Che fare? Accettare l'inevitabile corrompimento di questo patrimonio e dichiarare il suo fallimento o compiere uno sforzo per riproporre come dato necessario del nostro tempo, rovesciando la tendenza in atto?

«Si è trattato», dice il direttore allargando la riflessione oltre il grill da lui gestito, di una grossa scommessa, carica di implicazioni economiche, sociali, politiche ma pure morali ed ideali. Bisognava infatti dimostrare che il capitale pubblico, presente in maggioranza nella nuova società che ha assunto questa pesante eredità, è in grado di sviluppare una iniziativa valida, fuori da logiche assistenziali. Lei mi capisce?»
«Possono, in altre parole, gli autogrill vivere di propria, sulla base di sane lo-

giche aziendali, in rapporto alle esigenze di milioni di automobilisti che percorrono la penisola? Ecco il difficile: questo che la nuova società degli autogrill si è posta, consapevole che una risposta, nel breve come nel lungo tempo, non risulta facile. Non si tratta, infatti, solo di prendere coscienza dei nuovi compiti ma di aprirsi la strada superando consolidate convinzioni, risolvendo grumi di pigrizia, incrostate abitudini. E, soprattutto, si tratta di gettare un ponte ideale nei confronti dell'utente, coinvolgendolo in questo sforzo, facendolo un cliente convinto ed affezionato a collaborare alla pulizia del processo di ristrutturazione, rinnovamento, adeguamento degli autogrill».

Sulla porta della toilette un manifesto invita l'automobilista a collaborare alla pulizia dei servizi. Su una cartolina ognuno può esprimere giudizi e suggerimenti. Se lo fa, l'autogrill gli rimeriterà facendogli partecipare al sorteggio di dodici televisori a colori. E' conveniente farlo. In tutti i sensi: per avere sempre la garanzia di utilizzare toilettes pulite e per finire magari — non si sa mai — nel mazzo dei fortunati che vinceranno il televisore.
Il disegno strategico dei nuovi imprenditori pubblici di questo importante servizio, che assiste ventiquattro ore su ventiquattro gli automobilisti in ogni angolo del paese, traspare con sempre maggiore precisione mano mano che si compie per intero il

Vacanze: parola magica ma tanto equivoca

Che cosa ci si può attendere dalle vacanze? Soprattutto, è ovvio, riposo, divertimento, sport. Ma l'Italia, per la verità, della sua storia, della sua cultura, del suo paesaggio, per le innumerevoli testimonianze del suo passato, può offrire molto di più. Così tra una escursione e una nuotata, le vacanze possono diventare anche l'occasione per conoscere e capire il nostro Paese. Intendiamo: non che le vacanze si debbano trasformare in una seriosa seduta di studi, in una sequela di visite a musei e a monumenti. Ma non si può certo buttar via la opportunità di conoscere qualche cosa di nuovo. Una città, un centro storico, come ce ne sono decine e decine in Italia, un piccolo borgo possono offrire mille ragioni per una visita. E non ci riferiamo soltanto ai monumenti, ai musei, alle pinacoteche. Ci sono, specialmente nelle campagne, tanti esempi di architettura minore, case coloniche, fienili, baite di montagna che meritano di essere conosciute e che illustrano non solo epoche storiche diverse, costumi e abitudini di altri tempi, ma anche tecniche costruttive che si sono adattate con intelligenza sorprendente al clima del luogo, alle necessità di lavoro, alla disponibilità dei materiali da costruzione.
Ed ancora: pensiamo alle feste popolari, ciascuna ricca di motivazioni, di storia, di costume.
Nei mesi di luglio e di agosto, nei mesi di vacanza per eccellenza, ce ne saranno a decine, a cominciare, proprio in questi giorni, proprio con la più famosa: ci riferiamo al Palio di Siena, che si ripete tutti gli anni dal 1372, una sfida tra diciassette contrade, che mettono in campo, con il loro cavallo, tanto entusiasmo e tanta passione.
Sono feste religiose per lo più, dove però il genio della fede cede spesso il posto allo spettacolo dei colori, dei canti, delle danze, delle abitudini antiche, delle allegrie, dei mercatini dove si trova di tutto, dagli strumenti agricoli ai vasi di terracotta ai capi d'abbigliamento.
L'elenco delle feste po-

trebbe essere lunghissimo: lo «stracciacmento del carno» a Matera; la Madonna di Montalegre a Bologna; la sagra del pesce spada a Bagnara Calabra; la «Sardia» (una lunga corsa a cavallo sul monte di Fallo) a Sardinia; la sagra dei carri di Terra di Corte a Fivizzano in provincia di Massa; la sagra del Redentore, quando la laguna di Venezia viene deliegata dai lumi delle regie, a Venezia; la sagra dei fagioli ad ogni fine-stata; il torneo della balestra a Lucca; le sagra dei crocchi in provincia di Sondrio.
Ci fermiamo qui. D'altra parte su queste sagre e feste popolari esiste una letteratura assai ampia: guide, più o meno elaborate, più o meno ricche di notazioni storiche e culturali, si possono ritrovare in qualsiasi libreria.
E visto che stiamo parlando di libri, perché non dedicare un po' di tempo alla visita di una libreria nel luogo di villeggiatura. Si potranno trovare sicuramente testi di storia locale, che potranno costituire una lettura assai interessante e offrire informazioni utili per conoscere posti meno famosi, nuove zone, curiosità sconosciute.
La lettura è, per il resto, il passatempo principe, con le tradizionali partite a carte, delle vacanze. Che cosa leggere? Stabilità ciascuno secondo gusto ed interesse.
Senza magari lasciarsi prendere la mano dalle novità, senza, soprattutto, dimenticarsi dei classici, letti magari qualche anno fa, ma che vale sempre la pena di riprendere in mano.
Un'ultima osservazione. In vacanza si va ormai tutti o quasi armati di una bella macchina fotografica o di una cinepresa. E' il momento buono per imparare a fotografare o per perfezionare la propria tecnica. Può essere l'occasione anche per variare il proprio repertorio: non più le solite foto di «paesaggio», di «città», di «allegria», di qualche bella immagine di un paese che abbiamo visitato, di una piazza, di un palazzo, oppure di una festa popolare alla quale abbiamo partecipato.

MAZZOTTA NOVITA

WALTER C. PATTERSON
CHE COS'E' L'ENERGIA NUCLEARE lire 8.000

FLAVIO CAROLI
BURRI lire 8.000
82 illustrazioni in b/n e a col.

ERICA SCROPPO
DONNE, PRIVATO E POLITICO lire 3.500
Storie personali di 21 donne del PCI

FATTO A MANO
Tessuti, lana, paglia, terracotta, legno / illustrato lire 5.000
162 illustrazioni in b/n e a col.

WOLF-DIETER DUBE
ESPRESSIONISMO lire 8.000
162 illustrazioni in b/n e a col.

LICINIO SACCONI
IL CORPO E I SUOI SIMBOLI lire 8.000
52 illustrazioni

SERGEI TRETJAKOV
DAL FUTURISMO AL REALISMO SOCIALISTA lire 7.500
Foto: Boudouard, S. Milano

SOCIALISMO IN EUROPA lire 3.000
A cura di Sergio Caruso

DA LUNEDÌ A SABATO 28 LUGLIO
SCONTO 10%

COME FARTI IL CAMPER
FACILMENTE E CON POCHE SPESA

E' CAMPER

DIVENTA CAMPER TORNA FURGONE

L'ARREDAMENTO ESTRAIBILE E' CAMPER è il modo più facile per trasformare in un attimo e senza interventi alla carrozzeria qualunque furgone in camper.

Desidero ricevere gratuitamente ulteriori informazioni su:
 KIT CAMPER ACCESSORI FIAMMA
 Inviatemi il nominativo del punto vendita a me più vicino

Nome e cognome.....
Città..... CAP.....
Via.....

IL CAMPER FIAMMA KIT-PER CAMPER ACCESSORI CARAVAN
VIALE EUROPA 69 CARDANO AL CAMPO (Varese)
Superstrada Molpensa TEL. 0331-780434

All'aperto non serve ucciderle...

Autan sulla pelle respinge le zanzare.

Metti Autan sulla pelle: il suo odore gradevole... respinge le zanzare per ore ed ore.
In casa a finestre spalancate e all'aperto, ovunque, Autan si può usare sempre, tutti i giorni. È delicato sulla pelle ed è adatto anche per pelli sensibili come quelle dei bambini.

Lo trovate nei tipi
liquido - spray - fazzoletto - stick

AUTAN

dall'esperienza Bayer

roller

GUIDAFACILE

ORA "provvasconto" presso i Concessionari e la F.I.M.M.

docile, obbediente, dolcissima...

"Roller guidafacile": è il nome di una serie di dispositivi, collegati in una originale struttura (esclusiva Roller). La guida è facile, dolce, divertente. E siamo pronti a dartene una prova. In tutta Italia, quando vuoi.

Prove roller guidafacile in tutti i punti di vendita Roller.
Sugli elenchi alfabetici del telefono alla voce Roller.

STABILIMENTO E FILIALE, CALENZANO, Firenze
Via Petrarca, 32 / Telefono 8878141
FILIALE DI ROMA - Via dei Monti Tiburtini, 420
Telefono 4384831 (proseguimento di Via Lanciani)
FILIALE DI MILANO - Piazza degli Angeli, 2 / Telefono 436484
FILIALE DI TORINO - Lungodora St. 1a, 8 / Telefono 237118

roller

Buono per ricevere un catalogo e il regolamento di vendita presso i Concessionari e la F.I.M.M. 50011 Calenzano Firenze