Non sempre facile in negozio la scelta tra marche e qualità.

Guida per orientarsi nella selva di prezzi di nomi e di etichette

Come scegliere fra tanti tipi di olii di semi

Le caratteristiche dei vari prodotti - Il prezzo più alto non significa sempre migliore qualità - Qualche consiglio al consumatore

E' sufficiente vedere l'indecisione davanti ai banchi dei supermercati in cui si trovano i prodotti oleari da semi, per poter capire la confusione che esiste nel consumatore fra una varietà così notevole di prodotti e fra una vera e propria giungla di prezzi, che variano, talvolta, fra ditta e ditta pure trattandosi dello stesso prodotto.

Se sulla «questione» dei prezzi non è possibile fare luce, sulle caratteristiche dei diversi prodotti che l'industria ci offre forse, anche se sommariamente, ci è dato di poter dire qualcosa.

I prodotti nel settore oleario da semi sono molti, ma possiamo cercare di restringere il campo a quegli olii da semi che maggiormente, almeno sui nostri mercati, vengono venduti e quindi restringere la rosa a 5 o 6 tipi e cioè: l'olio di arachide, l'olio di mais, l'olio di vinacciolo, l'olio di girasole, l'olio di soia e l'olio di semi vari.

Cerchiamo di conoscere da vicino un olio dopo l'altro in modo da poterci orientare al momento della scelta.

L'OLIO DI ARACHIDE: è forse il più pregevole ed apprezzato fra i prodotti di questo tipo, sia per le sue caratteristiche organolettiche (sapore, profumo, colore) che per quelle nutrizionali determinate dalla composizione in acidi grassi e dalla sua resistenza alle sollecitazioni termiche. Non si deve infatti dimenticare che generalmente i prodotti di questo tipo sono prevalentemente utilizzati per la frittura ed è quindi importante verificare come questi stessi reagiscono.

Le caratteristiche dell'olio di arachide sono: colore paglierino chiaro, brillante, limpido, inodore o con leggero profumo di nocciolina, sapore gradevole, acidità commerciale dello 0,5 in acido oleico.

La composizione di questo stesso olio è la seguente: acido oleico 55 %, acido linoleico 25 %, acidi grassi saturi 8,5 %, acido arachico 2,5-7 %, acido linolenico praticamente assente.

Studi compiuti dal prof. Ceré dell'università di Torino, ci hanno portato a conoscenza della resistenza non comune di questo olio ad elevate temperature, fino a 198 gradi °C. E' da sottolineare tuttavia, che le normali tecniche di cottura seguite in casa, difficilmente raggiungono tali vertici termici (anche durante la frittura, l'acqua contenuta negli alimenti da cuocere e che fuoriesce dai prodotti stessi, unendosi all'olio mantiene più bassa la temperatura di questo). E' importante però sapere che l'olio di arachide, anche se sottoposto ad elevate temperature, non si altera con facilità; certo è bene però non riutilizzare lo stesso olio per diverse fritture, dato che un prolungato trattamento può, senza alcun dubbio, alterare in modo nettamente negativo anche questo, seppure ottimo, olio.

Viste le caratteristiche ed i pregi è ora forse più comprensibile perché questo prodotto sia venduto al prezzo più alto nel settore degli olii da semi.

OLIO DI MAIS: viene normalmente estratto dal germe del mais che ne contiene circa l'80 % sul totale, e rappresenta uno dei prodotti più importanti che possono essere ottenuti da questo cereale.

Anche le caratteristiche di questo olio sono di tutto riguardo, soprattutto per la sua composizione in acidi grassi polinsaturi (più facilmente aggredibili e degradabili nell'organismo, in modo particolare per la presenza di elevate percentuali di acido linoleico) e per la ricchezza in vitamina E, naturale antiossidante, che ne fanno non solo un prodotto importante per l'alimentazione umana, ma anche stabile nel tempo, nonostante la sua elevata insaturazione, che dovrebbe, al contrario, farne un olio estremamente labile. Per queste sue caratteristiche può essere utilizzato sia crudo (ha anche buone caratteristiche organolettiche) che per la cottura (ha una considerevole resistenza al calore. 185 gradi °C.), che per la preparazione industriale di maionese od altri prodotti similari. Ha notevole stabilità e conservabilità nel tempo per la sua ricchezza in vitamina antiossidante E (circa 0,1 %).

La composizione in acidi grassi di questo olio è la seguente: acilo linoleico 50-60 per cento, acido oleico 25-45 per cento, acidi grassi saturi 12-16 %, acido linolenico, praticamente assente.

OLIO DI VINACCIOLO: si estrae dal seme dell'uva, naturalmente dopo che questa sia stata utilizzata per i processi di vinificazione. La resa in olio del seme è modesta e si aggira attorno al 14 % come valore di media, ma può arrivare fino al 20 % per i semi di alcuni tipi di uve bianche.

L'olio che si ottiene da questi semi, una volta raffinato (così come d'altra parte devono essere raffinati tutti i prodotti oleari da semi, che come ben si sa sono estratti con solventi chimici dai semi stessi), si presenta con caratteristiche di sapore, di colore e di odore, assai simili a quello di mais, mentre la sua composizione naturale in acidi grassi è addirittura migliore del precedente, risultando composto da: acido linoleico 30-70 %, acido oleico 20-40 %, acidi grassi saturi 8-15 %, acido linolenico tracce.

Per quanto riguarda il suo comportamento in cottura abbiamo una bibliografia piuttosto fornita e fra gli esperimenti fatti potremo citare quello condotto, per la durata di una anno, da Ramel e collaboratori, i quali hanno alimentato gruppi di ratti maschi con olio di vinacciolo fresco, con lo stesso ma sottoposto per dieci volte a frittura e con olio di oliva di prima pressione a freddo e ne hanno controllato la curva di accrescimento. I risultati sono stati i seguenti: la curva di crescita dei tre gruppi di ratti era praticamente la stessa; il coefficiente di utilizzazione digestiva dell'olio di vinacciolo risultava addirittura superiore a quello dell'olio di oliva e non veniva modificato dalla frittura; l'utilizzazione di olio di vinacciolo, sia esso crudo che cotto, manteneva il tasso di colesterolo e di lipoproteine (proteine grasse) nel sangue sempre più basso a tutti i controlli.

OLIO DI GIRASOLE: si estrae dall'omonima pianta d'alto fusto che trova il suo habitat ideale nell'URSS, in cui si sono studiate varietà con un rendimento di olio assai elevato, aggirantesi attorno al 45 % dell'intero frutto.

Anche le caratteristiche di questo olio, come quello di mais e di vinacciolo, sono assai pregevoli per l'elevato contenuto in acido linoleico (52-66 %), per la sua grandissima resistenza al calore (190 gradi °C.) e per la sua stabilità nel tempo, che non provoca reversioni indesiderabili. Dal punto di vista organolettico presenta caratteristiche positive, in quanto sia il sapore che l'odore sono gradevoli, anche se non molto pronunciati.

OLIO DI SOIA: da questa ricchissima leguminosa si estrae anche l'olio e con una resa considerevole. L'olio può venire utilizzato sia idrogenato, che in miscela, che come tale.

L'olio di soia, anche raffinato, presenta un odore sgradevole che va aumentando col tempo, fatto questo che poneva grosse pregiudiziali sulla sua utilizzazione. Si è potuto, dopo accurati studi, appurare che tale negativa caratteristica era determinata dalla elevata presenza di acido linolenico che appunto nel tempo subiva un processo di reversione. Per ovviare a questo è stato messo a punto un procedimento teso a privare totalmente il prodotto naturale della sua caratteristica negativa (l'acido linolenico dall'8 % passa allo 0 %). E' però evidente che attraverso tale procedimento si verifica una modificazione profonda della composizione in acidi grassi polinsaturi dell'olio, che assume caratteristiche di insaturazione assai limitate, e molto vicine a quelle d'olio di oliva. La composizione dell'olio prima del procedimento è la seguente: acido linoleico 54 %, acido oleico 23 per cento acidi grassi saturi 17 %, acido linolenico 8 %, mentre dopo diviene la seguente: acido oleico 72 %, acido linoleico 11 %, acidi grassi saturi 17 %, acido linolenico 0 %. Le sue caratteristiche organolettiche sono modeste e la sua resistenza al calore, naturalmente considerevole, viene fortemente ridotta durante i trattamenti cui deve essere sottoposto.

OLII DI SEMI VARI: solo poche parole per illustrare questi prodotti che, per definizione legislativa, sono composti oleari ottenuti da «semi vari» e null'altro.

La legge non obbliga a dichiarare con quali semi sono ottenuti né tanto meno la percentuale di questi, motivo per cui, salvo diversa indicazione in etichetta, possono essere ottenuti dalla miscela di olii di semi quelli che, scadenti o fra quelli che, come monosemi, non potrebbero essere commercializzati per caratteristiche organolettiche non ottimali. D'altra parte anche il prezzo ridotto potrebbe confermare quanto appena detto.

Dal punto di vista organolettico bisogna dire che sono praticamente inodori ed insapori; dal punto di vista nutrizionale non possono essere definiti, dato che non si conosce la loro commistione; dal punto di vista della loro utilizzazione pratica, ossia della loro resistenza alla cottura, non è possibile qualificarli sempre per la mancanza di indicazioni precise sulla loro formazione.

In sintesi, se si può dare un consiglio al consumatore, nella scelta di un prodotto oleario da semi è sempre bene preferire un solo seme, e fra questi accedere, viste le caratteristiche citate, a quei tipi che costano un po' meno, anche se non molto noti (il vinacciolo ad esempio) e verso quelle marche che pongono il prodotto in vendita a prezzi più bassi. Il prodotto è lo stesso, le tecniche di estrazione sono assolutamente le stesse, le caratteristiche sia nutrizionali che gastronomiche sono le stesse. Quindi, una volta tanto ricordiamoci che in questo caso il prezzo più alto non qualifica un prodotto.

Silvia Merlini
(esperta di tecnologia dell'alimentazione)

Come si crea il gusto dell'abbigliamento

C'è anche la moda dei grandi magazzini

Le sfilate dei sarti famosi con i vestiti che non si vedranno per strada - La produzione e i prezzi

Viola. Abiti di crepelle viola per la primavera-estate '80: spalle imbottite tipo anni 40, gonne corte, appena sotto il ginocchio. O forse no. Forse è verde, verde chiaro: tutte le donne italiane con abiti verde chiaro.

Il servizio del cinegiornale non è neanche a metà che la sala di periferia si riempie di urli e schiamazzi. «Ma è la moda quella lì?». Le indossatrici sfilano via, rapide, nei loro vestiti incredibili.

Quelli che adesso fischiano e ridono, seduti nel cinema, la mattina dopo, alle otto, quando si stiperanno su un tram o un metrò, non sono certo vestiti così: non è la loro moda, non lo è adesso, ma non lo diventerà nemmeno fra qualche mese, quando si presuppone che quei capi saranno prodotti su larga scala.

La moda, allora, non «passa»? Cosa vuol dire moda, oggi?

Nessuno di noi va certamente in giro con crinoline e redingote, ma quella moda lì, del cinegiornale, quel vestito lì, comparso sulle copertine di certa stampa specializzata, non si vede in strada. C'è una moda «alternativa»? chi la fa?

In via di estinzione i sarti, sparite le botteghe artigiane, scontato che qualche grosso nome, un Valentino, per esempio, lavora per vestire quante donne? mille, duemila in tutta Italia e in Europa, c'è un discorso da fare sui grandi magazzini, i grandi magazzini e la moda.

A questo punto, dice Luigi Cappelletti, ufficio stampa e pubbliche relazioni della Rinascente di Milano, meglio togliere subito di mezzo un equivoco che riguarda proprio la parola moda evocatrice di una non so che di frou-frou, di falpalà, di «delizioso abito rosa»; la moda, come valore assoluto di riferimento, non esiste.

Esistono tendenze, «direttrici di moda» che si affermano lentamente e alla cui definizione concorrono tanti fattori: i bisogni dell'industria tessile, le esigenze della grande distribuzione, la ricerca degli stilisti e, più in generale, le grandi trasformazioni culturali della società. Non è stata certo una folgorazione di Christian Dior o di Jacques Fath la nascita del «new look» del dopoguerra: dietro c'erano i bisogni dell'industria tessile francese, una ricerca di rilancio produttivo, c'era il lavoro degli stilisti e c'era il modo nuovo di stare, della gente, nella società e l'abito è il passaporto più importante, il testimone di questi passaggi.

Basti ancora un esempio, quello di Mary Quant, negli anni 60: perché si impone la sua «moda»? Perché corrisponde a una svolta altrettanto significativa dei bisogni industriali e del costume (una battaglia di emancipazione femminile che si esprime anche nel modo nuovo di vestire).

E allora, ecco, che il grande magazzino si inserisce in questa ottica, cerca di interpretare le linee generali di tendenza più complessive: il salone di alta moda, la grande sfilata, i famosi appuntamenti internazionali riservati al *jet set*, si riducono così ad essere solo uno dei molti punti di riferimento, e fra i più tardi. Se alla sfilata si presentano, in autunno, i capi della primavera successiva, il grande magazzino comincia a fare i suoi conti, addirittura un anno e mezzo prima.

Una organizzazione come la nostra, dice Cappelletti, che punta alla massificazione e alla programmazione dei suoi acquisti e delle sue vendite ha altri tempi, diversi modi di ricerca, più ampi, che tengono conto dei mille fattori che concorrono a creare la domanda dei consumatori.

Non riempiremo mai i nostri magazzini di migliaia di «deliziosi vestitini rosa»: è una scelta di élite, estranea alla logica di vendita nostra.

C'è allora una «moda» UPIM, una «moda» Standa?

E' ancora un no: quando un capo riscontra il favore del pubblico, vuol dire che dietro c'è già un'esigenza di gusto a livello di massa che si è solo interpretata, ci sono esigenze economiche, ci sono atteggiamenti psicologici rodati (un esempio: il «boom» del genere *casual* nato col '68).

Gloria Frascaroli, proprietaria dei grandi magazzini milanesi RAMEF (una decina di punti di vendita in tutto il Nord, la polizia che regola il flusso dei clienti il venerdì e il sabato, una pubblicità riservata quasi esclusivamente ai giornali popolari), è anche più esplicita.

Un grande magazzino non può e non deve rincorrere «la moda», quella sventolata dalla stampa specializzata: cosa me ne faccio, io, degli abiti di crepelle viola se devo vestire non solo a basso prezzo, ma con roba di qualità e di gusto, una donna di cinquant'anni, magari con problemi di altezza e di pancia?

Ci sono da noi dei miti duri da vincere, quello sulla «moda» è fra i più resistenti e insensati. Io, noi che lavoriamo in un grande magazzino per una produzione e una vendita su scala di migliaia di capi per volta, abbiamo problemi di abbigliamento e di vestibilità, non di «moda».

Anche Gloria Frascaroli parla di linee di massima, di grandi direttrici del gusto che si compongono lentamente ed è a queste che il grande magazzino si riferisce.

Fra l'altro, aggiunge, un modello ricco di orpelli vuol dire lavoro in più, costi maggiori che si riflettono sul prezzo: bastano due *pinces* di troppo, moltiplicate per migliaia di capi, a voler dire milioni di spesa in più.

La grande moda, o almeno quello che si intendeva finora per tale non c'è più: le sfilate di *mannequis* fra specchi dorati di palazzi patrizi, sono un evento di pura mondanità, a palazzo Pitti si sono sostituite le mostre della Fiera Campionaria, Armani veste in *boutique*, ma ispira la produzione di serie, parla di taglie calibrate.

E' un fatto nuovo, dietro un argomento apparentemente frivolo sta lo specchio di una società che cambia.

Alessandro Caporali

È comparsa un'auto cannibale nella gamma delle Renault 18?

Un fenomeno sconosciuto alla Casa francese potrebbe verificarsi con l'introduzione delle due versioni della familiare - La TL e la TS sono eguali alle berline, ma hanno in più la versatilità di impiego - I prezzi e le prestazioni

La Renault Italia si prepara a concludere l'anno con un nuovo successo commerciale: la sua quota di mercato, che nel 1978 è stata dell'8,2 per cento, è stimata per il 1979 del 9,6 per cento, pari ad un incremento della marca del 22 per cento.

Un contributo a questo risultato positivo riuscirà a darlo anche il più recente modello Renault — la R 18 break nelle versioni TL e TS — commercializzato proprio in questi giorni. Di questo, almeno, sembrano certi i rappresentanti della Casa francese i quali, durante la presentazione della versione familiare della R 18, hanno sottolineato il fatto che — nonostante la varietà delle vetture offerte ai clienti — le auto della gamma Renault non sono soggette al fenomeno che va sotto il nome di cannibalismo.

Questa ultima affermazione, ci pare, potrebbe essere smentita proprio dalla comparsa della R 18 break. Abbiamo provato i nuovi modelli e siamo giunti alla conclusione che se dovessimo scegliere tra una berlina R 18 e una familiare opteremmo per quest'ultima versione. La ragione è semplicissima: a parte una rumorosità interna leggermente maggiore, la break ha in tutto e per tutto le caratteristiche (linea, confort, prestazioni) della berlina, con il vantaggio di una versatilità d'impiego che ben giustifica la differenza di prezzo di poco più di 300 mila lire. Non a caso in Svizzera, dove forse gli automobilisti sono più oculati che da noi, il 40 per cento delle R 18 vendute sono proprio del modello break.

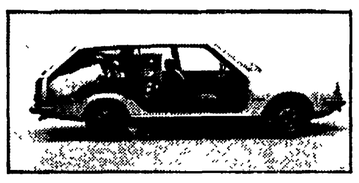
Alla Renault Italia, comunque, sono convinti che la break rappresenterà soltanto il 10 per cento delle R 18 vendute da noi, nonostante il Centro studi Renault abbia fatto davvero un buon lavoro per colmare il distacco che normalmente esiste tra una berlina ed una familiare.

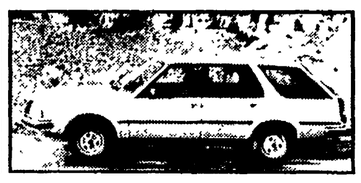
Ovviamente non si deve trascurare che questa macchina, per cilindrata e prezzo, si colloca ancora al di sopra della media del nostro mercato e non può quindi ambire a traguardi imponenti. Alla Renault, infatti, stimano che della R 18 TL break e della R 18 TS break — il cui prezzo è rispettivamente di 6.967.900 lire e 7.560.260 lire, IVA inclusa — saranno venduti intorno ai duemila esemplari.

Le due foto che pubblichiamo rendono bene l'idea della eleganza di linea della break e della sua capacità di carico. Mette però conto di ricordare alcune delle caratteristiche tecniche, anche se molte sono comuni a quelle della berlina. Naturalmente va tenuta in primo piano la carrozzeria. Le versione familiare è omologata per 5 posti, ha quattro porte laterali e un portellone posteriore. I sedili anteriori, separati, sono regolabili mediante due guide scorrevoli e hanno lo schienale reclinabile. Il sedile posteriore è ribaltabile verso i sedili anteriori, consentendo di disporre di un pianale di carico lungo m. 1,718 e con una superfice di 2,03 metri quadrati. La superficie vetrata molto ampia (273,875 decimetri quadrati) dà grande luminosità all'interno vettura e consente un'ottima visibilità, soprattutto se non si trasportano carichi molto ingombranti. Se l'auto viene usata come mezzo di lavoro soccorrono comunque i due specchi esterni.

La versione TL (motore di 1397 cc con una potenza massima di 64 CV DIN a 5500 giri) ha dimensioni esterne leggermente inferiori a quelle della TS (motore di 1647 cc, potenza di 79 CV a 5500 giri). E' infatti lunga 4.451 mm contro 4.463 ed è larga 1.682 mm contro 1.689. Uguali invece il passo (2.441 mm), le carreggiate e l'altezza a vuoto (1.402 mm). Uguali pure le dimensioni interne, che qui riportiamo perché si abbia esatta la misura dello spazio a disposizione: larghezza ai gomiti: anteriore 1.384 mm, posteriore 1.366 mm; larghezza alle spalle: anteriore 1.386 mm, posteriore 1.360 mm; altezza dal sedile al tetto: anteriore 940 mm, posteriore 930 mm; lunghezza della abitacolo 1.755 mm.

Inutile sottolineare che la break si guida senza difficoltà alcuna e che presenta la stessa docilità della berlina. I pochi chilometri percorsi alla guida della macchina non ci hanno consentito di valutare se, come è probabile, a pieno carico la rumorosità interna scenda ai livelli, molto bassi, propri della versione berlina. Non abbiamo neppure potuto provare quali siano i consumi nelle varie condizioni, ma le cifre indicate dalla casa dimostrano che la break è una vettura abbastanza parsimoniosa. Secondo le norme europee, infatti, a 90 Km orari la TL consuma 6,7 litri per 100 chilometri contro i 6,8 litri della TS; 8,8 e 9,2 litri sono i consumi a 120 chilometri orari; per l'uso in città sono indicati 10,5 e 9,9 litri, 146 e 156 chilometri orari sono, rispettivamente, le velocità massime.





Una R 18 break fotografata senza sportelli e senza piantoni per far meglio notare la capacità di carico e, a destra, una vista laterale della familiare della Renault. In queste due versioni, molto accessoriate, non sono previsti, neppure opzionalmente, gli alzacristalli elettrici e la chiusura elettromagnetica delle portiere.

Al Salone ciclo e motociclo tutta la produzione mondiale

La rassegna a Milano dal 17 al 25 novembre - Esposte oltre mille marche di ventitrè Paesi - Particolarmente massiccia la presenza di costruttori di biciclette

Il successo della 46ª Esposizione internazionale del ciclo e del motociclo — in programma a Milano dal 17 al 25 novembre — è ormai delineato in tutti i suoi elementi, a cominciare dal numero delle marche esposte che, alla chiusura delle iscrizioni, ha raggiunto la eccezionale cifra di 1.122 nomi, vero primato nel suo genere. Un primato che prende anche maggior rilievo tenendo presente che i prodotti esposti alla grande rassegna milanese verranno da 23 Paesi e cioè da: Austria, Belgio, Cecoslovacchia, Cina, Corea del Sud, Francia, Germania Federale, Giappone, India, Jugoslavia, Messico, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito, San Marino, Spagna, Stati Uniti, Svezia, Svizzera, Taiwan, Ungheria, URSS e Italia.

Il grosso delle partecipazioni riguarda i costruttori di biciclette che saranno 82 e precisamente 66 italiani, 2 austriaci, 2 britannici, 2 francesi, 2 nipponici, 1 belga, 1 messicano, 1 olandese, 1 sanmarinese, 1 spagnolo, 1 statunitense, 1 tedesco e 1 ungherese.

I costruttori di ciclomotori presenti saranno 65 e cioè 57 italiani, 2 francesi, 1 austriaco, 1 belga, 1 indiano, 1 sanmarinese, 1 spagnolo e 1 tedesco.

Saranno 66 i costruttori di motocicli e scooter e cioè 39 italiani, 5 spagnoli, 4 giapponesi, 4 tedeschi, 3 francesi, 2 austriaci, 2 britannici, 2 cecoslovacchi, 2 sovietici, 1 indiano, 1 sanmarinese e 1 svedese.

I costruttori di «tre ruote» presenti saranno 19 così distribuiti: 17 italiani, 1 spagnolo e 1 sovietico. Saranno 22 i fabbricanti di pneumatici e cioè 12 italiani, 3 britannici, 2 di Taiwan, 1 austriaco, 1 cecoslovacco, 1 francese, 1 tedesco e 1 della Corea del Sud.

I costruttori di motori presenti saranno 14: 10 italiani e 1 per Austria, Belgio, Germania e Jugoslavia.

Gli italiani costruttori di veicoli speciali saranno 11, oltre a 1 sovietico.

6 i costruttori di macchine e apparecchiature, precisamente 4 italiani, 1 francese e 1 olandese.

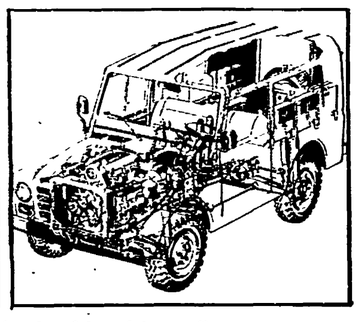
Saranno 31 i costruttori di caschi: 28 italiani e 1 per la Germania federale, per il Regno Unito e per la Svizzera. I fabbricanti di abbigliamento saranno 59 di cui 54 italiani, 3 britannici e 2 spagnoli.

Massiccia la presenza dei fabbricanti di parti staccate e accessori che per il ciclo raggiungono la cifra di 368 marche delle quali 297 italiane e 71 straniere. Per le moto le ditte espositrici di parti staccate e accessori ammontano addirittura a 375 e precisamente 324 italiane e 51 straniere.

E' evidente, dunque, la possibilità per tutti — operatori, tecnici e semplici utenti — di avere un quadro veramente completo della produzione mondiale di tutto il settore.

La Fiat Campagnola è disponibile con quattro modelli e due motori

Alle versioni con motore a benzina si affiancano quelle con il Diesel Sofim di 2,5 litri



A sinistra le nuove Campagnola Diesel e benzina fotografate su di un percorso non particolarmente impegnativo per le capacità dei veicoli; a destra il disegno in trasparenza della versione con motore Diesel. Il motore Diesel della nuova Campagnola ha una potenza di 72 CV: otto in meno di quello a benzina, pur offrendo la stessa coppia massima.

La Fiat propone in questi giorni una nuova versione della Campagnola con motore Diesel Sofim di 2 litri e mezzo di cilindrata che si affianca al già esistente modello con motore di due litri a benzina. Naturalmente anche la Campagnola a benzina è stata aggiornata in molti particolari meccanici con il chiaro intento di mettere il più vecchio modello della gamma Fiat (la prima Campagnola è uscita nel 1951) in grado di competere, anche sul terreno del mercato dei privati, con i fuoristrada che vanno per la maggiore.

Quello dei fuoristrada non è almeno in Italia, un mercato molto vasto e se non ci fossero le commesse militari (la Fiat fornisce gli eserciti italiano, jugoslavo e alcuni dei Paesi del Terzo mondo) i prezzi di questi veicoli, che già superano largamente i 12 milioni di lire, sarebbero inavvicinabili anche per chi di un fuoristrada ha bisogno per ragioni di lavoro. Il settore comunque, anche per quel che riguarda i privati, ma si intendono come tali soprattutto aziende che operano nei settori agricolo, cantieristico e forestale, sembra essere in ripresa, tanto che si stima che il 1979 si chiuderà con un bilancio di 3.500 fuoristrada venduti.

Ecco, dunque, che la Fiat si presenta sul mercato con un veicolo aggiornatissimo, anzi con una intera gamma. Le versioni della Campagnola, infatti, tenendo conto che sono disponibili due diverse motorizzazioni, sono complessivamente otto nei tipi Torpedo, Torpedo lunga, Hard Top, Hard Top lunga.

Si tratta di veicoli che, come abbiamo avuto modo di constatare, uniscono ad una maneggevolezza e ad un confort che poco si discostano da quelli di certe berline, una eccezionale capacità di affrontare il fuoristrada anche su terreni impossibili.

Ad entrambe le versioni della Campagnola i tecnici della Fiat hanno apportato notevoli perfezionamenti meccanici e precisamente: cambio a 5 velocità, nuovo gruppo riduttore-ripartitore, servofreno, idroguida di serie per la versione Diesel (in opzione per quella con motore a benzina), diversa alimentazione, nuove sospensioni, trasmissione più silenziosa. Gli optional offerti sono ora più numerosi e sono in funzione di un uso impegnativo di questo fuoristrada: possibilità di sistemare la ruota di scorta sul tetto delle Hard Top, pneumatici 7.50, verricello anteriore, prese di forza posteriore e in cabina.

Conviene soffermarci sul cambio a 5 velocità che per la prima volta viene montato di serie su un fuoristrada leggero. E' stato adottato per la Campagnola per due motivi: nella marcia su strada migliora la silenziosità, riduce i consumi e permette di raggiungere la velocità massima di 125 Km orari per la versione con motore a benzina e di 115 Km orari per quella Diesel; nel fuoristrada migliora ancor più la mobilità del veicolo perché, con il riduttore inserito, alle 5 velocità normali (la quinta è sovramoltiplicata) si aggiungono cinque velocità ridotte.

Notevole sulle nuove Fiat Campagnola anche l'idroguida di serie sulle Diesel. Con il dispositivo ZF il numero di giri del volante da tutto destra a tutto sinistra si riduce da 5 a 3,5. Lo sterzo, quando la versione a benzina non è dotata di idroguida, è integrato da un ammortizzatore che ha lo scopo di attenuare le reazioni sul volante.

Da ricordare ancora che il riduttore-ripartitore offre una doppia presa di forza per generatori, compressori, pompe idrauliche eventualmente montate sulla Campagnola, con una potenza prelevabile di circa 20 CV.

Sospensioni rinforzate, minore campanatura delle ruote, frizione maggiorata sono altre delle numerose modifiche apportate alla meccanica di questa fuoristrada che offre sui terreni accidentati prestazioni eccezionali. Basti dire che la pendenza massima superabile a pieno carico è del 25 per cento in prima e di oltre il 100 per cento in prima ridotta.

Per quel che si riferisce alla carrozzeria è sufficiente ricordare che il cofano motore ha ganci di chiusura metallici anziché di gomma ed è dotato di prese d'aria supplementari per la ventilazione dell'abitacolo; nuova la fanaleria, nuovo il paraurti anteriore dotato di gancio per il traino. Nuovi i colori: verde salvia e beige chiaro.