Le due settimane dell'uovo di Pasqua: 100 miliardi di fatturato

Il cioccolato fa bene, non ingrassa non è caro: parola d'industriale

I produttori si confessano per dimostrare che è ingiusta la disaffezione dei consumatori verso il classico dolce pasquale che viene però a costare sulle 30 mila lire al chilo
La moda dell'involucro e la «sorpresa»

Quest'anno l'uovo di Pasqua come deve essere? La carta a disegni geometrici era già della scorsa stagione; il fioccone, d'altra parte, è fin troppo risaputo; in quelli più grandi, se l'argento non va troppo in su col prezzo, si può mettere stavolta, come sorpresa, magari un anellino, o un ciondolo dalla forma nuovissima, di moda.

Squadre di esperti di marketing, ogni anno, in autunno si preparano a lanciare la campagna di vendita del tradizionale uovo di Pasqua. Si parla della carta colorata della confezione, si parla della sorpresa da metterci dentro, si parla di prezzi. Non si parla mai del cioccolato. Già, l'uovo di Pasqua è tutto fuorchè un vero consumo alimentare. Carico di simboli, il suo incantesimo si rompe nell'esatto momento in cui si rompe l'involucro di pasta di cacao: si può anche non mangiarlo poi, il senso dell'acquisto dell'uovo è tutto lì, si consuma nel rito di prendere tra le mani una confezione gradevole, in questo scartare e cercare la «sorpresa». E' certamente uno dei consumi più voluttuari che esistano ma che ha la forza e la insostituibilità di un simbolo, del quale siamo un po' tutti schiavi, consapevoli o no.

Ma attorno all'uovo di Pasqua l'industria dolciaria ha costruito una non piccola parte delle sue fortune. Facciamo un po' i conti, anzi sono gli industriali stessi a farli per rispondere a critiche, insinuazioni, proteste attorno ai prezzi. Ferrero, Perugina, Pernigotti, Streglio, Sidalm (ex Motta e Alemagna) hanno mandato a Milano i loro dirigenti, nei giorni scorsi, per un incontro con la stampa e spiegare le ragioni dell'industria.

Ogni anno si producono in Italia 45 mila quintali di uova di cioccolato (40 mila ne produce l'industria, il resto gli artigiani pasticcieri). Il fatturato che si ricava è di 100 miliardi.

Potrebbe non sembrare nemmeno una cifra enorme se confrontata ai ricavi generali (500 miliardi l'intero settore cioccolatiero, 1500 tutta la produzione dolciaria), ma bisogna tener conto che il mercato delle uova di Pasqua dura appena due settimane: 100 miliardi in sole due settimane.

Le uova di Pasqua sono un grosso affare.

Il cioccolato che si usa per produrle viene a costare ai consumatori tre volte tanto il cioccolato in normale tavoletta: 30 mila lire di media il chilo contro 9-11 mila.

Ma gli industriali hanno le loro ragioni.

Le uova costano di più rispetto alla tavoletta per mille cause: costi di lavorazione, di trasporto, di conservazione, di imballaggio. Anzi, ecco un dettagliato quadro di riferimento. Per ogni cento lire che si pagano al consumo, gravano: 14 lire di IVA; 20 per sconti al rivenditore; 4 per il trasporto; 6 per la distribuzione; 10 per i resi e le rotture; 13,5 lire è il costo delle materie prime; altre 13,5 è l'imballo; 6 lire costa la sorpresa; 2 lire per la cosiddetta spesa di movimentazione; 11 lire è il margine aziendale.

Difficile ridurre i costi, dicono. Prendiamo la confezione, per esempio: anche togliendo gli orpelli superflui, i costi di imballaggio restano alti, carta colorata, nastrino e supporto sono elemento essenziale, altrimenti che uovo di Pasqua sarebbe? Per semplici e austere che siano le confezioni non è mai l'involucro della tavoletta; e poi il trasporto: le uova sono ingombranti, fragili, hanno bisogno di cure e spazi diversi. Per la produzione delle uova di Pasqua lavorano poi, mille addetti in più. C'è quasi da rimetterci. I nostri prezzi, dicono, sono praticamente fermi rispetto a un anno fa, tengono conto, appena appena, dell'inflazione.

Ma i consumatori mostrano segni di disaffezione: la realtà è che nonostante la tradizione, il simbolo, l'affettuoso ricatto dei bambini, il prezzo minimo da pagare a un uovo di Pasqua perchè sia insieme tutte le cose che si dicevano, è sulle 5-6 mila lire per una quantità di cioccolato che è pari a una tavoletta di 1500 lire. Il consumatore si «disaffezione» e il consumo delle uova di Pasqua cala, cala addirittura, nel giro di tre quattro anni, dell'8-10 per cento. Gli industriali se ne preoccupano e ora mostrano i loro conti. Li abbiamo visti. Ma la loro coscienza non è del tutto tranquilla.

Costano la carta, il trasporto, l'immagazzinamento, costano le rese, ma parliamo anche del cioccolato. Noi, dicono gli industriali, abbiamo etichette chiare: cacao, burro di cacao, zucchero, nessun additivo, nessun colorante, solo l'inserimento, nelle componenti del cioccolato per le uova, di un emulsionante che garantisce la compattezza della pasta, la lecitina di soja. Tanto di questo, tanto di quello. Costa il cacao, costa lo zucchero. Però, poi, c'è il cioccolato più buono e quello meno buono. Il fatto è che dietro quella «chiara» indicazione, cacao, non viene specificato affatto l'origine e la qualità della preziosa polvere e il più delle volte vengono usate miscele diverse, anche scadentissime. E gli zuccheri, quali zuccheri? Il glucosio, il saccarosio?

Si parla poi di rese, ma come è noto, il cioccolato non va «a male» ed è pronto per essere riciclato l'anno successivo, forse è solo un po' vecchio, ma gli industriali assicurano che di cioccolato non si muore. Anzi, a questo proposito, già che ci sono, smentiscono categoricamente i dietologi: il cioccolato fa solo bene e non ingrassa (lo dimostrerebbe il fatto che gli inglesi che ne consumano in media 8 chili pro capite, all'anno, contro i 9 etti degli italiani, sarebbero magrissimi) e non fa venire nemmeno la carie, la dimostrazione verrebbe oltre che dalla salute dentaria degli inglesi anche da quella dei tedeschi altri noti consumatori di cioccolato.

Che sia energetico, infine, non c'è dubbio; da noi, seguendo naturalmente gli orientamenti dei consumatori, e le evoluzioni del gusto, il cioccolato viene ulteriormente arricchito di altre cose, tutte genuine, nostrane, di larghissima (e pochissimo costosa) produzione come le nocciole, anzi, di cioccolato non se ne mette quasi più.

Alessandro Caporali

Emanato dal governo dopo 18 anni

Etichette sui cibi: regolamento arcaico

Nell'ormai lontano 1962 fu approvata la legge che regola la disciplina igienica della produzione e della vendita delle sostanze alimentari e delle bevande. Da quel lontano 1962 parti decisive di questa legge sono rimaste inoperanti per mancanza delle norme regolamentari che, in applicazione dei principi contenuti nella legge stessa, dovevano essere emanate dal governo. Per sollecitare l'emanazione di tale regolamento un Comitato unitario formato dalle centrali cooperative e dalla federazione sindacale promosse una petizione che raccolse 500 mila firme. Una risoluzione nello stesso senso fu presentata dal gruppo comunista della Camera.

Finalmente il Consiglio dei ministri, su proposta del ministro della Sanità, ha approvato il regolamento: la gravità di questo testo appare subito evidente, come appare evidente l'arroganza che è alla base del documento che ha ignorato le richieste della petizione firmata da mezzo milione di persone. Le questioni fondamentali da sciogliere erano quelle relative alla informazione dei consumatori attraverso la regolamentazione dell'etichettaggio dei prodotti e della pubblicità ingannevole. Due punti di capitale importanza sui quali esistono già due direttive della Comunità europea. Le soluzioni ora adottate non vanno certo in direzione della difesa dei consumatori e fanno fare un grave passo indietro rispetto alle affermazioni delle sentenze della Cassazione che nel lungo intervallo dei diciotto anni è stata chiamata ad assolvere ad una funzione di supplenza a seguito di controversie giudiziarie.

Ecco alcune caratteristiche di questo regolamento:

a) non si prescrive l'obbligo di evidenziare nell'etichettaggio la data di scadenza del prodotto e il modo di usarlo e di conservarlo, come prescrive la direttiva comunitaria;

b) la norma dell'obbligo di dichiarazione nell'etichetta degli ingredienti che compongono il prodotto è vanificata dal fatto che non si prescrive di elencarli dichiarandone le relative quantità in peso o volume. La sola elencazione degli ingredienti per qualità decrescenti, mentre non definisce le caratteristiche del prodotto, costituisce la base di gravi frodi ai danni dei consumatori e penalizza i produttori corretti;

c) fatto più grave è infine la possibilità offerta ai produttori di non dichiarare nell'etichetta la presenza degli additivi e dei coloranti, che la ricerca medica consiglia di usare con estrema prudenza ed in caso di comprovate necessità. Infatti, secondo il regolamento, quando un prodotto finito è costituito da più prodotti — si tratta della quasi totalità — il produttore non è tenuto a dichiarare nell'etichetta gli additivi e i coloranti contenuti nei diversi componenti. La Cassazione a questo proposito con sentenza del 17 ottobre 1968 affermava il diritto del consumatore di conoscere quale sia l'additivo chimico contenuto nel prodotto che acquista;

d) non si regolamenta il ricorso a nomi di fantasia nella denominazione dei prodotti, il che è fonte di ricorrenti inganni per i consumatori e costituisce un incentivo alla proliferazione di prodotti nella sostanza identici e differenziati solo in qualche particolare insignificante ma presentati con grande contenuto di originalità e quasi sempre appoggiati da costose campagne di vendita. Si penalizza in questo modo una reale ricerca scientifica nel campo alimentare e si premia invece il ricorso spregiudicato alla emotività del consumatore. Ciò è particolarmente grave nell'attuale situazione di pesanti e continui aumenti del costo della vita.

Infine molto grave il fatto che non si detta alcuna norma per definire la pubblicità ingannevole e sleale su cui insiste una precisa e chiara direttiva della CEE.

Mentre è in arrivo una nuova ondata di aumenti

E se decidessimo di discutere come sono fissati i prezzi?

Il rincaro dei prodotti petroliferi non può essere considerato l'unico motivo della catena di maggiorazione del costo della nostra spesa quotidiana - Dare scacco all'inflazione

Una nuova ondata di aumenti dei prezzi dei prodotti di largo e generale consumo è stata registrata nei mesi di gennaio e di febbraio. Le prospettive, in assenza di adeguati e tempestivi interventi del governo, sono gravi. L'industria alimentare, quella dell'abbigliamento e dei beni durevoli stanno infatti predisponendo nuovi listini dei prezzi con notevoli aumenti.

E' evidente che si sta scontando il modo brutale ed irresponsabile con il quale si sono aumentate le tariffe dei servizi pubblici, mentre incide lo aumento del prezzo del petrolio, del denaro, dei medicinali (più 23,3 per cento), dei canoni di fitto e di conseguenza del costo del lavoro.

Ecco alcuni esempi di aumenti: il prezzo del granulato plastico, derivato dal petrolio, tra il marzo '79 ed il febbraio '80 è passato da 550 lire al chilo a 1150 lire, incidendo in modo pesante sui prezzi di tutti i prodotti che usano come contenitori materie plastiche. E' del tutto evidente che un tale aumento non è giustificato dal rincaro subito dal petrolio nello stesso periodo. La stessa cosa può essere detta per la banda stagnata divenuta persino di difficile reperimento e per i contenitori di vetro.

Il prezzo di una bottiglietta per succhi di frutta costa oggi circa 35 lire in più dell'intero costo del contenuto. Sta di fatto che in contrapposto all'aumento continuo, caotico ed incontrollato dei prezzi dei prodotti alimentari trasformati, sta la pratica tenuta dei prezzi dei prodotti agricoli a scarsa o nulla trasformazione industriale (la frutta e la verdura non registrano aumenti, mentre i prezzi delle carni fresche sono contenuti ed in generale collegati alla svalutazione della lira verde).

Grave è anche l'aumento dei prezzi dei prodotti dell'abbigliamento e dei beni durevoli: i listini messi in giro dai produttori recano aumenti dei prezzi che si aggirano intorno al 20-25 per cento. Di fronte a questa situazione occorre che cessi subito la inammissibile latitanza del governo. Non chiediamo misure di blocco dei prezzi — nessuno in Italia lo richiede — come pure si è cercato di insinuare da parte dei sedicenti liberisti.

Chiediamo invece che il governo faccia una politica dei prezzi e prenda le iniziative, che per legge gli competono, per mettere ordine in una materia di così vitale interesse, così come hanno cercato di fare numerose amministrazioni locali con risultati che non potevano non essere estremamente limitati per la mancanza di idonei strumenti legislativi e di azione sul piano economico.

Da tempo sono state presentate al Parlamento proposte di legge per la riforma della legislazione vigente in materia dei prezzi. Nella passata legislatura ve ne era una anche del governo, non ripresentata in questa legislatura.

Mozioni ed interpellanze sono state presentate dai parlamentari comunisti e di altri partiti che chiedono al governo la adozione di concrete ed incisive misure urgenti. Pressioni sono state esercitate nello stesso senso dalle Regioni, dai sindacati e dal movimento cooperativo.

Tra le misure richieste ve ne è una che è comune alle proposte di legge, compresa quella presentata dal governo nella passata legislatura, ed alle mozioni presentate: è sostenuta dai sindacati dei lavoratori ed è stata rilanciata di recente dalla Lega delle cooperative. E' stato chiesto cioè al governo di mettere intorno ad un tavolo produttori, distributori e consumatori per un esame del processo di formazione dei prezzi finali dei prodotti di più largo e generale consumo ai fini di individuare se e dove si producono aumenti non giustificati e manovre speculative e per concordare una metodologia per il trasferimento in modo equo dell'accrescimento o della riduzione dei costi di produzione e di commercializzazione sui prezzi finali.

Si potrebbero così determinare, per famiglie di prodotti, sedi di confronto e di vere e proprie pubbliche trattative di grande interesse per la trasparenza dei prezzi ed anche ai fini di individuare e ridurre gli enormi sprechi dovuti ad una continua e falsa diversificazione dei prodotti, dettata fondamentalmente da intenti speculativi. Occorre un'azione sistematica ed articolata sull'intero arco della politica dei consumi e dei prezzi.

Una tale azione sistematica non può essere condotta in modo organico e continuativo che da un'organizzazione di massa che sappia e voglia mobilitare i consumatori per condurre in modo rigoroso e realistico la lotta sia sul fronte dei prezzi per la trasparenza del mercato che su quello delle qualità dei prodotti contro gli sprechi ed i miti mistificatori del consumismo ed a favore invece della più razionale utilizzazione delle risorse

Strati sempre più larghi di consumatori avvertono la necessità di una tale organizzazione come è dimostrato dal fiorire di numerose associazioni di base che si vanno spontaneamente costituendo in molte regioni.

Una forte ed autonoma organizzazione dei consumatori può assolvere ad una grande funzione per la definizione e la pratica realizzazione di una nuova politica dei consumi, resa necessaria dai nuovi rapporti tra i Paesi produttori di materie prime e Paesi industrializzati.

Il fatto che il governo continui a non raccogliere una tale proposta non può che avere una sola inequivocabile spiegazione: il partito dell'inflazione non vuole avere ostacoli tra i piedi. Bisogna dare scacco anche su questo piano al partito dell'inflazione.

I sindacati dei lavoratori e il movimento cooperativo hanno recepito l'esigenza di promuovere un'organizzazione di massa ed autonoma dei consumatori. E' auspicabile che si pervenga quanto prima possibile a definire le questioni che vi sono connesse e che l'iniziativa prenda presto corpo.

Giulio Spallone

Anche lo psicologo per curare la pelle

Ansia, preoccupazioni, stress, istinti repressi sono molte volte alla base delle più comuni malattie della pelle come l'orticaria, l'acne, l'herpes. Se ne è discusso a Viareggio in un congresso internazionale di dermatologia psicosomatica, il primo su questi temi che si svolge in Italia.

Alla base di tutto, come hanno sottolineato sia il prof. Ferruccio Antonelli sia il prof. Musaph di Amsterdam, sta un diverso modo di considerare il malato, una maniera di considerare la medicina non più come una scienza astratta, ma come una pratica che non può prescindere dal contatto umano.

Occorre, quindi, come ha osservato il dottor Roberto Bassi, presidente del congresso, che nelle *équipe* di cura sia inserito uno psicologo

Meno grassi per chi fa lavori pesanti

Un uomo sottoposto a lavoro pesante non deve ingerire più di 70-80 grammi di grassi al giorno. Nel calcolare questa razione giornaliera, non si deve dimenticare che essa viene fornita sia dai grassi propriamente detti (cioè il burro, l'olio, lo strutto ecc.), sia da alcuni alimenti di uso comune che ne contengono in notevoli quantità: un etto di salame, per esempio, contiene 34 grammi di grassi, e 44 grammi ne contiene un etto di prosciutto crudo.

Alcune qualità di formaggi ne contengono anche 45 grammi per etto. Dove risparmiare quindi i grassi per non eccedere nel quantitativo giornaliero consigliato?

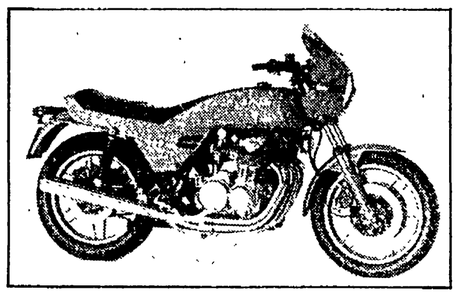
Per esempio sull'olio che si usa per condire l'insalata, che diventa ancora più buona se condita con solo due cucchiai di olio e tre o quattro di aceto.

MOTORI

Rubrica a cura di Fernando Strambaci

La «900 Sei» si vende nonostante il prezzo alto

Le ragioni del successo, soprattutto all'estero, dell'interessante modello della Benelli - Solo la sella lascia a desiderare



Il modello Benelli «900 Sei» (nella foto) sta registrando — come informa la casa — un sensibile progresso nelle vendite. Il fatto è da rimarcare perchè il prezzo di questa moto non è proprio accessibile e i consumi non sono certamente da ciclomotore. Evidentemente persone disposte a spendere 5.220.000 lire per una moto ce ne sono ancora, un po' per passione, un po' per il fatto snobistico di esibire ben sei cilindri uno in fila all'altro.

Ma, a parte queste considerazioni, la «900 Sei» è indubbiamente un «pezzo di bravura» tecnica e stilistica ed è naturale che stia riscuotendo successo soprattutto all'estero.

Le prestazioni velocistiche della «900 Sei» hanno subìto un incremento notevole rispetto alla vecchia «750 Sei» che è stata la prima sei cilindri prodotta in serie; ciò anche grazie al peso ridotto, che consente alla nuova Benelli di raggiungere — i dati sono della Casa — i 215 Km/h, con un'accelerazione, una rotondità ed un'assenza di vibrazioni che sono tipiche dei motori a 6 cilindri.

L'impianto frenante è il solito ottimo Brembo, con frenata integrale, che assolve efficacemente al suo compito e che dà la sicurezza necessaria, su una moto così veloce. Le ruote in lega leggera a sei raggi doppi danno la giusta rigidità e montano le eccellenti gomme Pirelli *Phantom* della serie V (oltre 210 Km/h).

I comandi al manubrio sono gli stessi delle grosse Guzzi e sono abbastanza funzionali; i comandi a pedale sono ben posizionati e non presentano inconvenienti nel funzionamento. Il gruppo serbatoio-sella-fianchetti ha un bel disegno, accordato col cupolino, ma ci sembra che la sella sia un po' scomoda e duretta per il turismo a lungo raggio al quale questa moto potrebbe essere destinata.

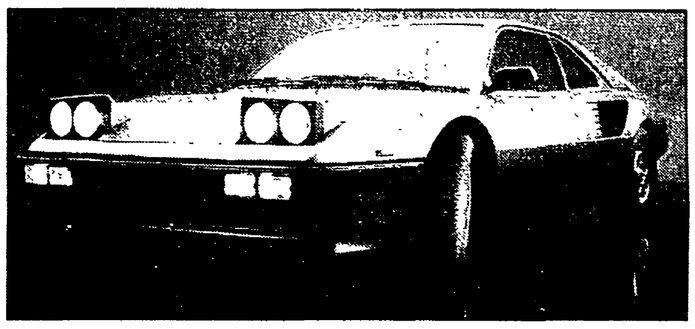
Le finiture del motore sono allineate con la produzione giapponese e lo stesso si può dire per l'impianto di scarico. Concludiamo dicendo che si tratta di un buon prodotto italiano che fa giustamente concorrenza alla produzione estera e che si indirizza ad una clientela che vuole assaporare il piacere dato dalla guida di una sei cilindri ma che non accetta il peso di certe sue concorrenti.

Ecco alcuni dati tecnici: cilindrata totale 906 cc.; potenza 80 CV a 8400 giri/min.; rapporto di compressione 9,53 : 1; distribuzione monoalbero a valvole in testa comandate da catena centrale; accensione elettronica. Serbatoio litri 16,5; peso a secco Kg. 220.

U. D.

È la più comoda e veloce tra le auto a motore centrale

Questa la carta d'identità della «Mondial 8» presentata a Ginevra dalla Ferrari - Verrà prodotta in oltre 1000 esemplari l'anno



La Ferrari «Mondial 8» fotografata con i fari in funzione.

Un altro gioiello di tecnica si è aggiunto al Salone di Ginevra alla ormai lunga e prestigiosa gamma delle vetture uscite dalla fabbrica di Maranello: la Ferrari «Mondial 8», che ricalca il concetto produttivo della Dino GT4, migliorandone però la funzionalità e la meccanica. Si tratta di una 2+2 con motore centrale, che aggiunge alle alte prestazioni comodità — la più elevata tra le auto a motore centrale — e praticità, cosa a cui oggi anche l'automobilista sportivo non vuol rinunciare. Ed infatti, oltre a poter ospitare bene quattro persone, la «Mondial 8» ha anche un bagagliaio di 500 decimetri cubi.

La linea è aggressiva ed elegante (il disegno è di Pininfarina), caratterizzata da superfici vetrate, nonchè da robusti paraurti integrali che si fondono armoniosamente con lo stile della carrozzeria. Il frontale, molto rastremato, racchiude i fari a scomparsa, mentre per i lampeggi diurni sono stati inseriti due fari supplementari alloggiati dietro la griglia per motivi aerodinamici e stilistici. La coda è tronca, con i quattro classici gruppi ottici circolari. Le ruote sono in lega leggera con il tipico disegno a stella.

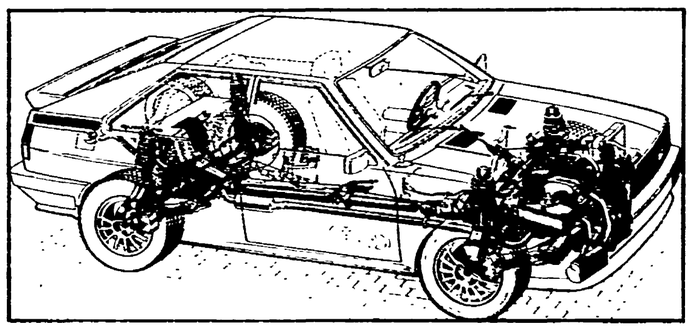
Nel realizzare la «Mondial 8» i tecnici del «Cavallino» hanno tenuto ovviamente conto delle richieste dei mercati a cui la vettura è destinata, in particolare di quello americano che assorbe il 35% della produzione Ferrari. Per questo motivo la nuova macchina — che verrà prodotta annualmente in oltre 1000 esemplari — nasce già predisposta per le severe norme statunitensi sulla sicurezza attiva e passiva e sull'inquinamento.

Il propulsore è un 8 cilindri a V di 90° di 3000 cc. di cilindrata, che sviluppa una potenza di 214 CV-DIN (158 kW) a 6600 giri/min. L'accensione è elettronica (è il sistema Marelli-Digiplex, sino ad ora riservato alle auto da competizione); la trazione è posteriore, il cambio a 5 rapporti; i freni sono a disco sulle quattro ruote. Il telaio è a longheroni e tralicci di tubi in acciaio; le sospensioni a ruote indipendenti con bracci oscillanti, molle elicoidali e ammortizzatori telescopici.

Le prestazioni sono all'altezza della fama Ferrari: 400 metri con partenza da fermo in 15", 1000 metri in 28". Velocità massima 230 Km/h. Consumo 13,3 litri di carburante per 100 km. a 140 l'ora.

G. C.

«Audi Quattro»: la prima sportiva con la trazione integrale di serie



Si chiama «Audi Quattro» l'avveniristica sportiva della omonima Casa tedesca al centro dell'attenzione al recente Salone di Ginevra. E' la prima automobile sportiva del mondo costruita in serie con trazione integrale (anteriore e posteriore) e con ben tre differenziali (anteriore, intermedio e posteriore).

La linea, risultato di lunghi esperimenti nella galleria del vento, è a cuneo, caratterizzata in coda dallo «spoiler». La «Audi Quattro» ha una velocità massima di oltre 220 Km/h e — grazie alle quattro ruote motrici — ha accelerazioni impressionanti: da 0 a 80 Km/h in 4,9 secondi e da 0 a 100 Km/h in poco più di sette secondi.

Il motore è a cinque cilindri in linea, alimentato a iniezione con turbocompressore a gas di scarico — derivato da quello dell'«Audi 200» — e con raffreddamento dell'aria di scarico. In questo modo, l'aria compressa, prima di essere condotta al motore, viene raffreddata di circa 50 gradi da un termoscambiatore aria-aria.

Il motore, che ha una cilindrata di 2144 centimetri cubi, eroga una potenza di 200 CV (DIN) a 5500 giri/m.

Il consumo, per cento chilometri, è stato calcolato in 15,7 litri in città, ma scende molto su strada: 7,8 litri alla media di 90 Km/h e 10,4 litri a 120 Km/h.

Il posto di guida (il coupé è omologato per 5 persone) offre un elevato grado di confort. Il sedile del conducente è regolabile anche in altezza. Il volante a quattro razze, il pomello e il manicotto della leva del cambio sono rivestiti di pelle.

La forma del volante lascia la vista libera sui grandi strumenti e sugli indicatori. Tutti gli interruttori e le leve sono disposti razionalmente a portata di mano di chi guida.

NEL DISEGNO: la «Audi Quattro» vista in trasparenza.

In moto sicurezza è anche farsi vedere

Malgrado negli ultimi dieci anni i costruttori di motociclette abbiano fatto grandi passi avanti per rendere sempre più sicuri i loro mezzi, l'esperienza, l'attenzione, la perizia, la prudenza del conducente rimangono i fattori determinanti nel rendere la moto più o meno sicura nell'uso normale e anche in caso di incidente. Un ruolo non indifferente ovviamente hanno le normative — più o meno complete, più o meno avanzate sulla base di sempre nuove esperienze — che i vari Paesi adottano per aumentare la sicurezza, campo nel quale si trovano a volte profonde differenze di valutazione e di intervento.

Per rimanere in quest'ultimo settore si può ricordare che, in linea generale, l'Italia si trova abbastanza indietro rispetto ad altri Paesi con un alto sviluppo motociclistico. A differenza di Gran Bretagna, Francia o Stati Uniti d'America, ad esempio, nel nostro Paese non è obbligatorio il casco di protezione nè per le motociclette nè per i ciclomotori, anche se vi sono delle proposte legislative al riguardo. In molti stati degli USA, per fare un altro esempio, è obbligatorio tenere accesi i fari della moto anche di giorno: ciò perchè è stato provato dalle statistiche dei sinistri che il motociclo, fra i mezzi a motore, è quello più difficile a «vedersi» da parte degli altri utenti della strada. Sempre negli USA, poi, è obbligatorio un interruttore di massa accanto alla manopola del gas che, in caso di incidente, fa sì che si possa spegnere il motore con un semplice movimento del pollice.

In molti Paesi, e fra questi la Gran Bretagna, è rigorosamente vietato far circolare motocicli con serbatoi in fibra di vetro, che si rompono facilmente in caso di caduta facendo uscire il carburante (a differenza di quelli in metallo che in genere si deformano solamente). Nella normativa italiana non esiste nulla di tutto questo.

In campo costruttivo poi sono stati fatti veri e propri passi da gigante negli ultimi anni per quanto riguarda la frenata (vedi il sistema «integrale» della Moto Guzzi), la stabilità e la maneggevolezza; nel settore dei telai, sospensioni e pneumatici infatti c'è stata una vera rivoluzione rispetto a 15 anni fa. Oggi il guidatore di una moto è molto meno impegnato con comandi e accessori — che sono stati per lo più automatizzati — e può dedicare più attenzione alla strada.

Tutto ciò, in ogni caso, serve poco se il pilota del mezzo non è tecnicamente preparato alla guida, esperto e attento. Per questo in Gran Bretagna, ad esempio, è sempre necessario superare un esame pratico di guida della motocicletta, mentre in altri Paesi (compreso il nostro) chiunque con la patente automobilistica può guidare bolidi a due ruote da oltre 200 all'ora.

Ecco dunque qualche elementare consiglio per essere più sicuri viaggiando in moto: portare sempre un casco di colore chiaro o vivace; usare indumenti molto colorati per rendersi visibili al massimo; di notte o con la nebbia applicare alla moto e sugli indumenti strisce di nastro adesivo rifrangente.

Una soluzione molto pratica è quella recentemente lanciata dalla 3M e visibile nella foto sotto il titolo. Consiste in una bretella in tessuto «Scotchlite» Fabric, che si indossa sopra il giubbotto e che ha la caratteristica di essere fluorescente e rifrangente insieme (fluorescente rosso arancio di giorno e rifrangente bianco di notte). Questa bretella ha anche il vantaggio di essere poco ingombrante tanto che la si può tenere ripiegata in tasca.

Da prove eseguite è risultato che un motociclista o ciclista munito di tale bretella è 750 volte più visibile di uno che indossi indumenti bianchi o di colore chiaro. Quindi gli altri utenti della strada lo possono avvistare da circa 400 metri di distanza.

● In Svezia nel 1979 ci sono stati meno morti sulle strade. Il livello dell'anno scorso è superiore solo a quello del 1956.

● Nel 1979 sono morte in incidenti stradali in Giappone 8460 persone. Rispetto al 1978 si è registrata una diminuzione di 300 unità.