Consumatori e Giunte locali

Milano: l'azione «storica» delle sinistre

Iniziative continue che hanno gettato per la prima volta le basi di un discorso nuovo

Non è facile fare il bilancio della politica e delle iniziative portate avanti negli anni 1975-1980 dall'Amministrazione provinciale di Milano e dalle Giunte di sinistra nel campo della difesa del consumatore. Per questo, volendo fare un rendiconto, si è costretti a sintesi approssimative e a prendere in considerazione le iniziative di maggior rilievo, suddividendole in diversi settori per maggior chiarezza.

PROGRAMMAZIONE COMMERCIALE — *I piani di attuazione della Legge 426 sono stati predisposti con un certo rigore e senza lungaggini soprattutto dai Comuni amministrati dalle sinistre. Milano compresa. I limiti della 426, la difficoltà per la sua attuazione devono essere ora superati da un'ottica che ai vari livelli, comunali, comprensoriali e regionali, consenta uno sviluppo armonico e pluralistico della rete distributiva. In tale direzione si muove il progetto di legge predisposto dai Gruppi parlamentari del PCI e, per il quale, è stato chiesto il contributo e l'appoggio degli operatori del settore.*

Va rilevato che scarso, sporadico, del tutto insufficiente, è stato sinora l'apporto della Regione in questo campo, mentre ad essa competono compiti — che dovranno essere ancor più precisati e valorizzati — di grande importanza a sostegno dell'attività degli Enti locali.

GRANDI STRUTTURE COMMERCIALI — *Le Giunte di sinistra hanno favorito l'insediamento di strutture commerciali all'ingrosso e al dettaglio, quando queste sono state ritenute necessarie, utili agli interessi dei consumatori e degli operatori, compatibilmente all'ambito territoriale nel quale venivano a collocarsi.*

Tra queste soluzioni citiamo l'ampliamento e il rinnovamento dei Centri alimentari rappresentati dai mercati generali di Milano. Tali centri sono stati approvati dall'amministrazione comunale con il concorso degli operatori privati, presenti nella SOGEMI, Società di gestione.

Insediamenti al dettaglio di grandi dimensioni sono stati realizzati e programmati con la presenza al loro interno di aziende della grande distribuzione, delle cooperative e di gruppi di dettaglianti. Tra questi centri commerciali va ricordato quello inaugurato recentemente a Lodi.

VALORIZZAZIONE ZONE COMMERCIALI «DEPRESSE» — *Numerose sono state le iniziative per la difesa di alcune zone «depresse» commercialmente per cause diverse. Vanno ricordate, tra le altre, le iniziative per il rilancio della Via Comasina, promosse dalla Provincia unitamente ai Comuni della zona, a sostegno degli operatori commerciali del settore mobiliero, danneggiati prima dall'apertura della Superstrada Milano-Meda (costruita dalla Provincia, malgrado l'opposizione del PCI, quando non era in Giunta) ed in seguito per la vicenda della diossina.*

COOPERAZIONE E ASSOCIAZIONISMO — *Le Giunte di sinistra in ogni occasione hanno favorito lo sviulppo della cooperazione tra consumatori e dell'associazionismo tra i dettaglianti.*

DIFESA DEI CONSUMATORI — *E' stato senza dubbio il campo dove le Giunte di sinistra hanno fatto di più, soprattutto con un impegno pressochè sconosciuto nelle passate amministrazioni di centro-sinistra.*

Un'iniziativa di tipo nuovo è stata quella presa dall'Amministrazione provinciale verso la fine del 1979 con la «Campagna dei prezzi concordati» dalla produzione al dettaglio, alla quale hanno aderito alcune grandi aziende private e cooperative, nonchè gli operatori commerciali. Tale campagna è stata diffusa anche in alcuni Comuni della provincia.

Vanno poi ricordati gli «Incontri con i consumatori» promossi dalla Provincia e dal Comune (peraltro ancora in corso), sia a livello centrale che periferico (quartieri, comuni, scuole, fabbriche). Le iniziative «a difesa dei consumatori» sono state portate avanti dal «Centro di educazione alimentare» del Comune di Milano e nell'ambito della Campagna «Alimenti e salute» della Provincia in collegamento con i Comuni.

La campagna della Provincia ha contribuito a sensibilizzare decine di migliaia di operatori e di consumatori anche attraverso la diffusione del periodico Alimenti e Salute. *Tutto questo ha portato anche alla valorizzazione e allo sviluppo dell'attività del Laboratorio provinciale d'igiene e profilassi, che con i vigili sanitari-tecnici d'igiene, oggi è più impegnato che nel passato nell'azione di vigilanza e controllo degli alimenti.*

A queste iniziative non sono mancati i decisivi apporti dell'Università, dell'apposita Sezione del Tribunale, dei sindacati, delle Cooperative, delle organizzazioni di categoria e di quelle operanti nella scuola.

L'insieme delle iniziative svolte in questo settore ha favorito la presa di coscienza di una grande massa di consumatori, rendendo possibile la prossima costituzione a Milano di una grande organizzazione dei consumatori. Sempre a tutela dei consumatori va ricordato l'esperimento promosso dal Comune di Milano che si inizia in questi giorni per l'attuazione di una fascia elastica negli orari dei negozi, al fine di favorire soprattutto i consumatori che lavorano.

Ed ancora: le iniziative della Provincia per la vendita a prezzi concordati di «mobili tipo», per una progettazione di un arredamento economico e popolare; l'azione per la realizzazione di una rete di «tavole calde» a prezzi e qualità controllati, per venire incontro alle necessità dei lavoratori delle piccole aziende senza mensa interna.

Ma tutto questo potrà dare risultati costanti se passerà la richiesta di base del PCI per l'istituzione di strutture pubbliche in grado di controllare il processo di formazione dei prezzi, oltre che della qualità, una richiesta che si affianca a quella per la riforma del Comitato prezzi.

Giovanni E. Diligenti
Assessore all'Economia-Lavoro e Agricoltura della Provincia di Milano

Verso una vera e propria associazione nazionale

MILANO — Mercoledì sera, davanti al numeroso pubblico che segue assiduamente i corsi di educazione alimentare della Provincia, nella sala di via Corridoni, verrà costituito un «Comitato per la promozione della organizzazione dei consumatori». Il comitato avrà carattere nazionale.

L'intenzione della Provincia di Milano è quella di stimolare, attraverso una larga e rappresentativa partecipazione di singoli consumatori ed organizzazioni (cooperative, sindacati, esperti ecc.), la costituzione di una vera e propria associazione nazionale dei consumatori. All'assemblea interverranno esponenti del BEUC (l'Ufficio consumatori della CEE).

L'attacco penetrante della So.Ve.Co. ai prezzi

Come comperare bene spendendo poco? E' un problema che ci poniamo tutti ogni giorno. Per i consumatori lombardi se lo pone anche la So.Ve.Co., Società vendite controllate, gestita dal Comune di Milano, con un raggio d'azione diretta sulla provincia.

Per il grosso del pubblico milanese So.Ve.Co. vuol dire i camioncini che, con cadenza settimanale, appaiono nei diversi rioni della città e vendono generi alimentari — in prevalenza frutta e verdura — a prezzi di grande concorrenza. Riportiamo un elenco di prezzi rilevati nei giorni scorsi da un camioncino So.Ve.Co. (tra parentesi quelli di un normale negozio): patate 500 lire al chilo (contro 600), zucchine 1.400 (1.500), piselli 1.300 (1.500), pomodori 1.600 (2.000), carote 550 (850), limoni 850 (980), arance tarocchi 1.070 (1.800), mele golden 830 (1.200). Si è avuto cura, naturalmente, di confrontare i prezzi di merce di qualità paragonabile. Sulla freschezza del prodotto, i camioncini So.Ve.Co. danno la più assoluta garanzia: si vende il pomeriggio quello che si è acquistato la mattina stessa all'Ortomercato.

Proprio all'Ortomercato c'è la vera So.Ve.Co., quella che il pubblico non vede: i magazzini all'ingrosso e gli uffici dove si studia come realizzare una presenza calmieratrice che, su una città come Milano, non può certo essere rappresentata dai 25 camioncini che battono la città. Perché, inutile dirlo, è proprio questo lo scopo essenziale della società.

Anzitutto, niente prezzi «politici»: quelli attuati rispondono alle esigenze del mercato; ma di un mercato razionalizzato. Intanto, negli approvvigionamenti: per il 90 per cento i fornitori sono le cooperative delle zone di produzione e il rapporto è diretto, senza intermediari. E poi, negli approvvigionamenti «programmati», la vera carta vincente. Ecco come funzionano: per un determinato periodo — una settimana, due, un mese, a seconda delle merci e della stagione — si studia un prezzo che dovrà rimanere invariato. La cosa è possibile, in un mercato soggetto a fluttuazioni quasi quotidiane come quello degli alimentari, solo a condizione di assicurarsi un flusso di merce per il periodo previsto alle condizioni stabilite. Sono le «campagne» della So.Ve.Co. Il loro punto di forza consiste nel fatto che a esse si associano — in modo ancora saltuario, ma destinato certo a diventare più costante e organico — molti dettaglianti: per Milano si contano in seimila (su novemila in totale) i dettaglianti di alimentari che più o meno stabilmente aderiscono alle campagne So.Ve.Co.

L'interesse, anche per loro, è evidente: a nessuno giova avere della merce a prezzi che non attirano l'acquirente, ma non è facile per un negoziante singolo strappare prezzi convenienti al grossista. La So.Ve.Co. se ne occupa, assicurando un approvvigionamento di una durata prevedibile, oltre al servizio di magazzinaggio, pulitura, confezione.

La «campagna» che va in vigore oggi, e che durerà fino al 7 giugno, riguarda i pompelmi (800 lire), le mele Morgan (350), il riso Maratelli (600), i piselli (800), la lattuga (500). (A questa campagna, che non ha potuto essere preparata con un sufficiente anticipo, sono associati solo i mercati rionali coperti).

Secondo i programmi del presidente della So.Ve.Co., il compagno Monti, in questa direzione si può sviluppare un effetto davvero calmieratore del mercato: il problema è quello di coinvolgervi il maggior numero possibile di dettaglianti e nel modo più stabile. Secondo le previsioni di Monti, la funzione dei 25 camioncini ambulanti dovrebbe in futuro essere quella di coprire aree non servite o servite da pochissimi negozi che fanno naturalmente il bello e il cattivo tempo: i quartieri-dormitorio, certi centri della provincia.

Nel tessuto urbano, la So.Ve.Co. non ha interesse a porsi come antagonista del normale mercato al dettaglio: ci vorrebbero, lo si è detto, ben altre forze. Una efficace difesa del consumatore, un reale effetto di calmiere si può ottenere solo ponendosi come punto di riferimento e di organizzazione per i dettaglianti, con evidente vantaggio anche per essi. Già nel comitato tecnico che organizza le «campagne» So.Ve.Co. sono presenti i rappresentanti delle varie categorie del commercio. L'auspicio di Monti è che questa cooperazione possa divenire quanto più organica possibile.

Una funzione a parte, ma non trascurabile, la società svolge inoltre come fornitrice di enti pubblici (ospedali, scuole, mense comunali).

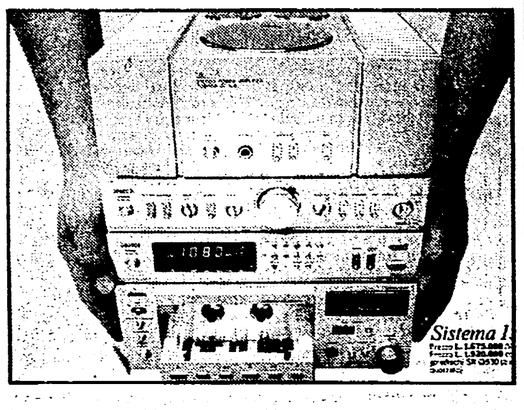
L'esempio, abbiamo detto, è unico in Italia. E' un peccato, meriterebbe di essere imitato.

Paola Boccardo

Il tempio dell'audio

Come districarsi nella selva oscura dell'Alta Fedeltà

La differenza tra «stereo» ed «Hi-Fi» - Il limite della perfezione - Il linguaggio «magico» quasi incomprensibile degli appassionati



Il boom del mercato delle componenti Hi-Fi (dalle iniziali inglesi di High Fidelity, Alta Fedeltà) data ormai da alcuni anni e non accenna a diminuire, sfornando fatturati da capogiro (anche i prezzi lo sono). Sulla «piazza» nazionale, infatti, le cifre si aggirano attorno alle centinaia di miliardi l'anno e segnano tuttora una netta tendenza al rialzo. Il tutto sostenuto e pubblicizzato da agguerritissime riviste superillustrate, superpatinate, superspecializzate e, naturalmente, supercostose il cui prezzo medio è di circa 2000 lire la copia. Caratteristica, quest'ultima, che sembra essere quasi un punto d'onore, in una materia, Alta Fedeltà, in cui anche le maiuscole sono d'obbligo.

Per il profano che volesse avvicinarsi in termini economicamente ragionevoli e con tutte le cautele necessarie ad evitare brutti incontri (sul piano della spesa e delle prestazioni) ad un impianto stereofonico dalle caratteristiche Hi-Fi, l'impresa si presenta abbastanza complessa. Soprattutto perché non è detto che sia sempre una buona soluzione affidarsi ciecamente agli inviti pubblicitari, ovviamente interessati, delle case costruttrici.

Ciò detto, va aggiunto che non è il caso di ritirarsi sgomenti di fronte alla vastità davvero immensa che caratterizza la produzione Hi-Fi. Cercheremo, a questo proposito, di compiere una rapida escursione nel regno affascinante dell'Alta Fedeltà per mettere in grado, chi lo volesse, di incamminarsi lungo i labirintici sentieri della «buona musica» (classica o moderna, rock o jazz, pop o country, non fa differenza) senza correre il grave rischio di smarrirsi fra selve oscure nelle quali esseri misteriosi (gli Audiofili, che abitano di preferenza in tane definite «camere anecoiche») vociferano incomprensibilmente di «risposta in frequenza» e «distorsione armonica», sacrificano in continuazione dischi e nastri magnetici sull'altare del «wow and flutter» e tentano a volte con successo di mettersi in contatto con l'entità suprema dell'Alta Fedeltà, sul filo di un estatico «rapporto segnale-disturbo».

Ciò premesso occorre definire cosa si intende per Alta Fedeltà. Capita spesso, infatti, di imbattersi in «audiofili di primo pelo» i quali confondono banalmente stereofonia e High Fidelity magnificando le doti del proprio giradischi. Nella realtà si scopre poi che il sullodato giradischi è sì (scarsamente) stereo ma che di Alta Fedeltà non è proprio il caso di parlare. Spesso, l'unica cosa davvero «alta», in questi casi, è il prezzo.

Stereofonia, dunque, *non* è sinonimo di Alta Fedeltà. Un apparecchio dalle prestazioni Hi-Fi, infatti, non importa se giradischi, amplificatore, registratore o altro, deve rispondere a ben precise caratteristiche di potenza (in genere superiore ai 10 watt) di risposta in frequenza, rapporto segnale-disturbo e altro i cui limiti minimi sono codificati da norme internazionali. Ciò per impedire a fabbricanti di scarsa correttezza professionale, di vendere ottone per oro e per tutelare in qualche modo il consumatore.

In genere, senza volerci addentrare nei particolari, per evitare spiacevoli sorprese al momento dell'acquisto è sufficiente fornirsi di un catalogo dell'Alta Fedeltà in vendita nelle edicole e contenente la quasi totalità della produzione attualmente in commercio.

Ascoltare in *High Fidelity* significa dunque utilizzare apparecchiature dalle prestazioni ben definite in grado di riprodurre i suoni in modo del tutto simile all'originale. Abbiamo detto «simile» non «identico» poiché le attuali e pur avanzatissime tecnologie del settore non sono ancora in grado di progettare e fabbricare apparecchiature che restituiscano all'ascoltatore un brano musicale perfettamente *identico* all'originale. Timbrica, dinamica, echi, distorsioni più o meno accentuati, modificheranno sempre e comunque il risultato di una riproduzione rispetto all'esecuzione «dal vivo», anche se in misura ridottissima e quasi inudibile.

Elio Spada

Nella foto accanto al titolo: una pubblicità di impianti Hi-Fi.

Lettera al giornale

Perché è giusto diffidare del precotto

Riceviamo e volentieri pubblichiamo:

Caro direttore,

ho seguito la discussione che si è aperta sul nostro giornale nella rubrica del lunedì «alimentazione e consumi» attorno alle mense collettive, con particolare riferimento a quelle di fabbrica.

L'ho seguita non solo per interesse professionale ma anche per impegno politico, comprendendo la sezione del PCI di cui sono segretario due grosse cellule FIAT ed essendo il problema mensa FIAT affrontato a livello del contratto integrativo aziendale che «parte» in questi giorni.

A me pare che, a proposito di «precotti» e del loro utilizzo come base nelle mense collettive, siano stati trascurati nella discussione (almeno sinora) alcuni aspetti che voglio riassumere

I precotti, essendo alimenti composti ed elaborati, mal si prestano a qualunque controllo. Non che i controlli (intendo controlli chimici e batteriologici) siano impossibili; sono solo più difficoltosi. La stessa determinazione del potere calorico è più complessa. Per tacere che sul precotto è impossibile qualunque valutazione sulla qualità della materia prima usata.

Particolare preoccupazione desta la difficoltà dei controlli per quanto riguarda gli «additivi». Dando per accettato (ma non certo per scontato e certamente non sempre) che nei precotti, i quali subiscono all'origine trattamenti di sterilizzazione, non siano presenti additivi conservanti, restano gli altri tipi di additivi (antiossidanti, aromatizzanti, addensanti, gelificanti, coloranti, ecc.) normalmente usati nei precotti.

Ora il controllo degli additivi, già laborioso in un alimento relativamente semplice (per esempio in un insaccato), lo è assai più in un precotto. Tale controllo infatti implica (o dovrebbe implicare) tre ordini di indagine analitica: 1) un controllo qualitativo, per accertare che nell'alimento siano presenti solo gli additivi dichiarati e consentiti; 2) un controllo quantitativo, per accertare che gli additivi presenti, consentiti e dichiarati, non siano in dosi superiori a quelle prescritte dalla legge; 3) un controllo sul grado di purezza degli additivi (anch'esso definito per legge) da condursi, auspicabilmente, al momento della produzione degli additivi o, comunque, prima della loro introduzione negli alimenti.

Credo che nessuno mi potrà smentire se affermo che controlli di questo tipo in Italia non si fanno perché non c'è nessuna struttura pubblica in grado di condurli con regolarità e continuità.

In materia di additivi nei precotti, cioè, contiamo sull'onestà del produttore. Ora la funzione degli additivi è quella di rendere più conservabile e più gradevole organoletticamente un alimento. Da qui all'usare gli additivi per rendere appetibili alimenti preparati con materie prime di scarto, il passo è assai breve (e, data la difficoltà dei controlli, direi sopra tutto sicuro).

Ma v'è di più. Degli additivi è doveroso diffidare (ciò che la stessa legge fa, quando ne tollera l'impiego solo se, oltre che ragionevolmente considerati innocui, siano tecnologicamente necessari). Basti ricordare al riguardo la nota vicenda dei famosi coloranti, consentiti per lustri e poi scoperti pericolosi e banditi dall'uso. Condannare i lavoratori che si servono delle mense collettive a cibarsi trecento volte all'anno con alimenti additivati mi pare perciò avventato. Tanto più, infine ma non per ultimo, che nei precotti non c'è, di norma, un solo additivo ma più d'uno. E su eventuali sinergismi tossici tra additivi non mi risulta che ci siano, a tutt'oggi, studi esaurienti.

Non pretendo che queste considerazioni siano sufficienti a far bandire i precotti dalle mense collettive. Ritengo però che debbano essere prese in esame, assieme alle molte altre già fatte nel corso della discussione sul nostro giornale, prima di dare una valutazione in merito. Cordialmente.

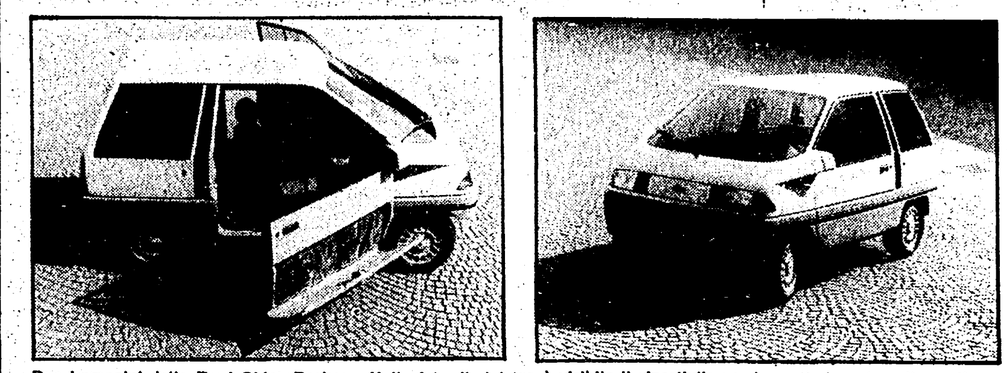
Romolo Schiavazzi
Direttore analista capo del Servizio Repressione Frodi di Torino

MOTORI

Rubrica a cura di Fernando Strambaci

Su meccanica della Fiesta la Ghia ha realizzato l'«auto tascabile»

Si tratta di un progetto sperimentale di vetturetta per città - La «Pockar» è 72 centimetri più corta della Ford da cui deriva - Cinque posti - Originale soluzione per sistemare i bagagli



Due immagini della Ford Ghia «Pockar». Nella foto di sinistra è visibile il ripostiglio per bagagli ricavato nelle portiere.

La Ghia di Torino ha realizzato un progetto sperimentale di vettura da città, con cinque posti e minimo ingombro, basata sulla meccanica della Ford Fiesta.

Denominata «Pockar», abbreviazione di «pocket car», questa «vettura tascabile» è ben 72 centimetri più corta della Fiesta di produzione di serie ma è anche 7,5 centimetri più alta ed ha come caratteristica originalissima degli speciali vani per il bagaglio, ricavati nella parte inferiore esterna delle due porte ed accessibili per mezzo di due sportelli muniti di serratura. La sagomatura interna delle porte, conseguente all'inserimento dei vani bagagli, forma anche i braccioli per il guidatore ed i passeggeri.

«Noi riteniamo che la Pockar fornisca una soluzione realistica al sempre attuale problema di sistemare il più comodamente possibile i passeggeri con adeguato spazio per i loro bagagli entro i ristretti limiti di spazio concessi da un funzionale progetto di vettura da città — ha dichiarato Filippo Sapino, designer della vettura e managing director della Ghia — limiti che per quanto minimi devono pur sempre tenere conto della irriducibilità delle misure umane dei passeggeri».

Naturalmente il concetto di vettura da città non è nuovo in assoluto, ma il costante aumento del costo della benzina e delle difficoltà di parcheggio congiunte al sempre più convulso traffico cittadino, porta questo tipo di soluzione ad essere sempre più una vera e propria necessità.

Le vetture da città fino ad ora costruite, raramente fornivano sufficiente spazio per più di due passeggeri e relativi bagagli.

Per essere una vera cinque posti come la Fiesta, la super compact Pockar — che è lunga solamente 285 centimetri — recupera in altezza parte di quanto si è ridotta in lunghezza. E' alta infatti 136 centimetri, 7,5 più della Fiesta, ma compensa con un parabrezza avvolgente e ben inclinato e con le sue calibrate proporzioni i problemi estetici che questo avrebbe potuto creare.

Lo spazio totale riservato ai bagagli è di 300 centimetri cubi, di cui 110 sono ingegnosamente ottenuti nei vani esterni, 90 sono ricavati in un ampio vano predisposto nella parte superiore del cruscotto e 100 nello spazio dietro il sedile posteriore. Usata come due posti, ribaltando cioè lo schienale del sedile posteriore, la capacità di carico della Pockar sale ad oltre 900 dmc.

Tutta la parte inferiore della scocca è a protezione integrale dagli urti di parcheggio e di traffico cittadino, grazie ai grossi paraurti avvolgenti in plastica che creano un motivo a «salvagente» con gli sportelli dei vani bagaglio delle porte. Per migliorare l'aerodinamica del veicolo, gli specchi retrovisori laterali sono armonicamente incorporati nei parafanghi anteriori. I gruppi fari rettangolari che comprendono gli indicatori di direzione sono di tipo avvolgente.

La ruota di scorta, il crick e gli attrezzi sono sistemati verticalmente dietro il pannello anteriore e sono estraibili da sotto i paraurti. La climatizzazione della vettura è garantita da prese frontali a lato dei fari e uscite sul montante centrale al di sopra delle entrate aria per il motore.

All'interno della Pockar, il tema del risparmio di spazio è ripreso dall'uso dell'intrusione dei vani bagagli esterni come poggiabraccia. Il portastrumenti del tipo sospeso a «satellite» concentra tutti i principali comandi vicino al volante, mentre la strumentazione di tipo elettronico fornisce un ben leggibile flusso di informazioni al guidatore. Incorporata nel «satellite» è anche la radio estraibile, anch'essa, naturalmente, formato tascabile.

L'interno è foderato in pelle scamosciata color tabacco con inserti verde pallido nei sedili e nei braccioli. I vetri sono atermici color bronzo e quelli delle porte, per aumentare la ventilazione, sono scorrevoli. La Pockar è esternamente color giallo chiaro con la fascia di protezione color marrone.

Ecco le dimensioni della Pockar (tra parentesi quelle della Fiesta). Lunghezza mm 2845 (3566); larghezza 1519 (1567); altezza 1390 (1313); passo 1880 (2286); carreggiata anteriore 1234 (1334); carreggiata posteriore 1290 (1321).

Come vestirsi per viaggiare in moto

La tuta in pelle è l'abbigliamento più adatto ma si può rimediare anche in modo meno costoso - La protezione dall'acqua

VESTIRSI per fare una gita in moto è un problema piuttosto complesso. Infatti è condizionato da parecchi fattori quali la lunghezza del percorso da effettuare, le condizioni del tempo prevedibili per la giornata, il clima del luogo dove ci si vuole recare, il tipo di strada che si percorrerà (autostrada o extraurbana) ecc.

Se si utilizza molto la motocicletta e se si ha una certa disponibilità di denaro la scelta migliore in ogni stagione è la tuta di pelle, meglio se in due pezzi, per poter togliere il giubbino una volta scesi dalla moto. Questo indumento offre infatti molti vantaggi: protezione dalle abrasioni in caso di caduta, protezione dall'aria e da una breve pioggia, assenza di svolazzamenti, possibilità di pulirla dai moscerini, ecc.; naturalmente la tuta deve essere completata da un paio di stivali robusti e impermeabili e da un paio di guanti comodi, sempre in pelle. Il casco è sottointeso.

Se non si possono spendere le 200.000 lire circa per la tuta di pelle si può rimediare con dei comodi calzoni normali, non stretti, di velluto e di tela jeans e con un giubbino un po' largo, ma non troppo, che permetta di aggiungere sotto qualche maglione in caso di necessità, ma che ci possa chiudere ai polsi ed al collo per non fare entrare l'aria che lo gonfierebbe come un pallone. Importante è anche avere delle tasche con cerniera e bottoni per riporre documenti ed altre cose necessarie, purchè non appuntite, in quanto pericolosissime in caso di caduta.

FINORA abbiamo parlato di gite col bel tempo ma se dovessimo partire prevedendo un acquazzone dovremmo attrezzarci ben diversamente. Esistono in commercio da decenni i collaudatissimi completi impermeabili inglesi Barbour e Belstaf che garantiscono una tenuta all'acqua perfetta (chi scrive ha fatto una Milano-Napoli sotto l'acqua arrivando perfettamente asciutto) ma hanno lo svantaggio che essendo di cotone paraffinato sono sempre sporchi e non si possono pulire; il loro costo supera le 150.000 lire.

In alternativa, Case nazionali ed estere hanno commercializzato ultimamente tute intere ed in due pezzi che sono altrettanto impermeabili ma non sporcano essendo confezionate in tela gommata, P.V.C. o tessuto impermeabilizzato. L'unico punto debole di queste tute recenti sono le cerniere e le cuciture che devono essere ben protette le prime doppie o triple le seconde, altrimenti lasciano passare l'acqua.

Il costo varia molto: dalle 30.000 alle 200.000 lire e purtroppo varia spesso in proporzione anche la tenuta all'acqua.

Indispensabili sono anche sopraguanti e soprastivali perchè per viaggiare sicuri in moto bisogna avere mani e piedi asciutti e pronti ai comandi. Comunque nell'acquisto va tenuto presente che sono diverse le esigenze del motociclista che fa Milano-Amburgo in una tappa da chi fa una breve gita la domenica pomeriggio.

U. D.

Guidando in stile Mobil-Fiat Economy Run si risparmierebbero 200 miliardi in carburante

I risultati della tradizionale prova che quest'anno si è tenuta in Sardegna con le Panda 45, Fiat 127-1050 e Ritmo 60 - Perché rispetto agli europei della CEE gli italiani consumano il 35 per cento in meno di benzina

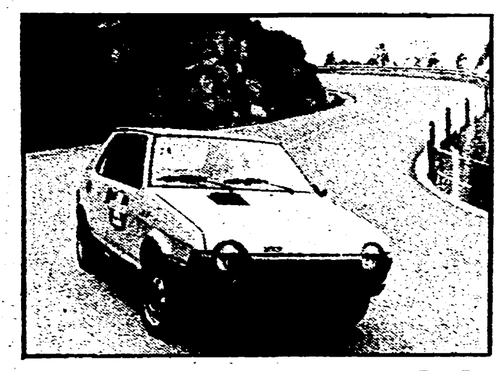
Dodicesima edizione, in Sardegna, del Mobil-Fiat Economy Run, la «corsa all'economia» che, cominciata nel 1969 a puri scopi promozionali, è diventata dopo la crisi del petrolio una sorta di contributo al risparmio energetico. Il concetto è infatti quello di dimostrare agli utenti che si può usare l'automobile senza consumare troppo carburante, purchè si adotti una accorta condotta di guida.

Non crediamo che il Mobil-Fiat Economy Run abbia una tale forza di persuasione da condizionare il comportamento degli automobilisti italiani, ma sicuramente questo ricorrente sottolineare che un centinaio di giornalisti europei specializzati riescono a viaggiare in auto con consumi di benzina irrisori, un contributo all'economia di carburante lo dà. Non pensiamo tuttavia che sia questa la ragione per cui, mentre ogni automobilista della CEE consuma mediamente ogni anno 1350 litri di benzina, l'automobilista italiano ne consuma soltanto 870. Per quanto accorta sia la guida, infatti, non si può certo risparmiare il 35% di carburante.

In realtà, quindi, gli italiani consumano di meno perchè viaggiano di meno. Se poi, invece, adottassero lo stile di guida del Mobil-Fiat Economy Run risparmierebbero davvero un 10% di benzina che, ad occhio e croce corrisponderebbe (calcolo dei dirigenti della Mobil) a 200 miliardi l'anno.

Quale è questo stile di guida è presto detto: piede leggero sull'acceleratore; regime di rotazione del motore mantenuto possibilmente sempre al livello di coppia massima; previsione delle necessità di decelerazione e di arresto; guida distesa e senza nervosismi. Naturalmente hanno molta importanza le condizioni del traffico e del tracciato stradale, come questa dodicesima edizione ha dimostrato.

Le auto utilizzate per questa prova erano infatti una macchina nuova, la Panda 45, e due macchine già usate, rispettivamente nel 1977 e nel 1978, in precedenti manifestazioni: la Fiat 127 e la Fiat Ritmo. Ebbene sia la 127 sia la Ritmo hanno consumato di più che nelle precedenti manifestazioni, non perchè fosse diminuita la bravura dei piloti, ma perchè il tracciato della gara era più impegnativo che per il passato, tanto che i guidatori non hanno certamente potuto apprezzare, continuamente alle prese con curve e controcurve, la bellezza del panorama godibile dalle strade di Villasimius, in provincia di Cagliari.



Una Ritmo 60 fotografata durante il 12° Mobil-Fiat Economy Run in un passaggio tipico del tracciato.

I risultati, comunque, sono stati apprezzabili anche se non è possibile valutare appieno quanto alla loro realizzazione ha contribuito la collaborazione, nei punti a traffico più intenso, della polizia stradale.

La Fiat indica per la Panda 45 un consumo normalizzato di 7,5 litri per cento chilometri; la media dei consumi all'Economy Run è stata di litri 5,238 per cento chilometri per i concorrenti italiani che hanno percorso i 120 chilometri del tracciato alla media di 67,074 chilometri orari e di 5,777 litri per i concorrenti stranieri che hanno viaggiato ad una media di 68,592 chilometri orari.

Per la 127-1050 la Fiat indica un consumo di 8,4 litri; mediamente gli italiani ne hanno consumati 5,611 a 68,568 chilometri orari e gli stranieri 5,864 a 67,610 chilometri l'ora.

Per la Ritmo 60, infine, contro un consumo indicato dalla Fiat in 8,7 litri, si sono avuti i seguenti risultati: litri 6,114 alla velocità media di 67,330 chilometri l'ora per gli italiani; litri 6,335 alla velocità media di 66,240 chilometri orari per gli stranieri.

C'è da dire che i risultati ottenuti dagli stranieri sono più realistici in quanto la loro prova si è svolta in gran parte sotto la pioggia, che impediva certi virtuosismi.

A chi scrive è capitato di dover guidare una Ritmo 60 e di realizzare il maggior consumo (litri 6,535) registrato nella gara, il che significa una percorrenza di 15,302 chilometri con un litro di benzina ma, soprattutto, che lo stesso risultato lo può ottenere — grosso modo — un automobilista medio che si attenga allo stile di guida che abbiamo prima ricordato.

C'è ancora da dire che il regolamento della gara prevede espressamente il divieto di spegnere il motore, di viaggiare in folle e di ogni inadempienza alle norme di circolazione.