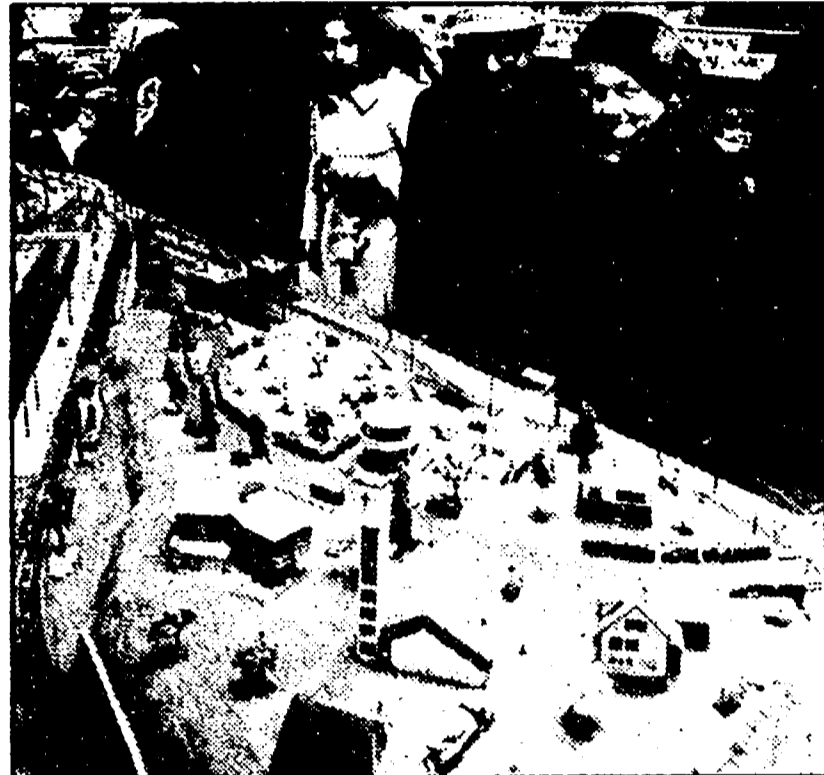


Donare ai bambini oggetti che non siano pericolosi

Scegliere il giocattolo un assillo per i genitori

Un'evoluzione straordinariamente rapida nel settore - I sensi di colpa per una solitudine imposta da un modo di vivere - Spetta al legislatore definire i criteri di sicurezza

«Questo gli piacerà?» si chiedono non senza un certo assillo i due genitori. Il negozio è pieno di giocattoli che occhieggiano da tutte le parti. Non si sa che cosa scegliere, quasi come quando si entra in libreria. Le considerazioni da fare sono molteplici: divertimento, prezzo, spazio (ad esempio, «dove monteremo il trenino?») e talvolta — ma non sempre — qualcuno dei due si chiede: «ma non si farà male?». Ecco una domanda che, a dire il vero, non trova una risposta sicura nel buon senso degli stessi genitori e, a volte, nell'onestà dei commercianti.



Le leggi, infatti, sulla fabbricazione dei giocattoli, che dovrebbero garantire una loro totale sicurezza, sono molto più arretrate rispetto alla delicatezza della materia — l'incoltitudine dei nostri figli — e all'estesissima e perfezionata produzione del settore.

L'evoluzione in questo campo è stata straordinariamente rapida. Quello che era prima un mercato marginale, stagionale e di carattere locale (il regalino a Natale e poi basta per tutto l'anno) negli ultimi 15 anni si è profondamente trasformato. Si è alzato il livello di qualità, è mutato il quadro familiare e scolastico del bambino sempre più solo tra le quattro mura domestiche ma, come per compensazione, sempre più coperto di doni.

I giocattoli prodotti nel mercato europeo nel '75 furono 5.000 modelli, nel '79 60.000. Bastano queste cifre a fornire una dimensione dell'affare-giocattolo. E la produzione è potenzialmente illimitata, tenuto conto che quasi non esiste cosa nel mondo dei grandi che non

possa essere riprodotto in miniatura per la probabile gioia dei più piccoli e di chi crede che essi non pensino ad altro che ad imitare i grandi. Sono questi i cosiddetti giocattoli funzionali: automobiline, piccole lavatrici, ferretti da sportista, eccetera eccetera che, se pongono problemi di sicurezza per gli adulti, a maggior ragione dovrebbero porli per i bambini. Invece no.

Come abbiamo detto, la legislatura fino ad oggi è carente. Nel giugno di questo anno è stata presentata al Parlamento europeo una proposta di «regolamento dei giocattoli» che, se approvata, dovrebbe disciplinare la produzione e la distribuzione di questi prodotti. Ma è rimasta una proposta, nel senso che non è ancora stata discussa né approvata. In compenso, essa ha già i suoi nemici nei grandi produttori di

giocattoli che hanno sottratto all'industria artigianale il monopolio della produzione. È chiaro che certe norme rimettono in discussione e i materiali e i modi di produrre un giocattolo. Ragione per cui i Paesi produttori ed esportatori (Germania, Italia, Gran Bretagna e Francia) oppongono alcune resistenze mentre i Paesi importatori sono più propensi ad una regolamentazione severa che non implichi una riconversione della loro industria. Ed è così che un prodotto destinato ai bambini, quindi a soggetti particolarmente indifesi, viene lasciato ancora alla logica del profitto. Che cosa invece si dovrebbe controllare in un giocattolo in relazione alle fonti di rischio?

Il documento preparato dalla commissione europea ha individuato sette: proprietà fisiche e meccaniche, infiammabilità, proprietà chimiche, rischi di esplosione, proprietà elettriche, igiene e radioattività. Sono timori eccessivi? Si direbbe di no, a giudicare dagli innumerevoli incidenti, talvolta anche mortali, che fanno correre genitori disperati al pronto soccorso degli ospedali. Ci sono bambini che inghiottono dall'opure la vite che tiene insieme due parti di un gioco, o giocano con l'aquilone vicino alla linea elettrica o che, molto più silenziosamente, maneggiano bellissimi giochi con smaglianti colori. Peccato che i coloranti siano tossici o la plastica con cui sono costruiti contenga PCB.

I problemi dunque sono molti. I giochi devono essere sani e sicuri e devono, quando è necessario, avere specificati il sistema di utilizzo e l'età. È chiaro infatti che dieci biglie o un piccolo arco con la freccia con cui può giocare un bambino di nove anni, rappresentano un pericolo per un bimbo di uno o due anni. Di esempi se ne possono fare tantissimi e ancora non esauriremmo la imprevedibilità che può esistere in questo campo. Sta di fatto che sono problemi che ci dobbiamo porre e, prima di noi, il legislatore perché i giocattoli sono importanti. Sono, possiamo dirlo tranquillamente, indispensabili per i bambini anche se dobbiamo distinguere quelli in cui il bimbo rimane passivo da quelli in cui può esprimere la sua creatività. È chiaro che questi ultimi sono i migliori, il piccolo ne ha bisogno così come un artigiano dei suoi strumenti di lavoro.

Giovanna Milella

Come il bimbo scopre il mondo

Manipolare, mettere in bocca, distruggere, smontare: una strategia di conoscenza

Il bambino, quando gioca, utilizza un particolare strumento che gli permette di conoscere parti concrete e reali del mondo in cui vive. Conoscere significa assimilare e integrare attivamente; vuol dire anche modificare e modificarsi. Insomma, per poter crescere psicologicamente e fisicamente, bisogna essere messi nelle condizioni di poter conoscere.

Uno dei mezzi che il bambino ha a disposizione per fare tutto questo è appunto il bimbo. Sappiamo che il bambino, per poter assimilare un determinato oggetto, deve poter agire con l'oggetto stesso. Manipolare, mettere in bocca, smontare, distruggere, costruire, rientra appunto in questa più generale strategia di conoscenza.

Ci sono però delle difficoltà. Facciamo un esempio: l'automobile è un «qualcosa» che anche il bambino di pochi anni ha già ben presente, almeno nella nostra cultura; è un oggetto che può e deve essere conosciuto. Sono anche evidenti i limiti oggettivi che impediscono al bambino di agire con l'automobile reale e di conseguenza sembrerebbe impossibile quel processo di «assimilazione» a cui abbiamo fatto cenno.

L'attività ludica permette di superare questo ostacolo. Nel gioco — infatti — il bambino crea situazioni in cui si può muovere secondo regole e leggi ben definite che non coincidono con quelle del vivere «serio». Nella situazione «di gioco» il bambino agisce con un oggetto sostitutivo dell'automobile reale, che

può così iniziare a conoscere. Detto questo, è ora possibile e necessario avanzare almeno due considerazioni sul giocattolo in quanto strumento importante dell'attività conoscitiva infantile.

Dovrebbe innanzitutto essere chiara una cosa: il giocattolo è tanto più utile al bambino quanto meno lo ingabbia e lo costringe ad agire secondo schemi predeterminati molto diversi da quelli infantili. Si pensi, ad esempio, ai giochi automatizzati o elettronici (robot telecomandati, giochi televisivi, mostri spara-pugni e chi più ne ha più ne metta). Criterio principale — quindi — nella scelta del «regalo» è quello che il giocattolo non si imponga al bambino ma al contrario favorisca e stimoli la sua creatività e la sua fantasia, entrambi momenti essenziali della vita dell'uomo.

La seconda considerazione riguarda la dimensione «affettiva» del giocattolo: in questo senso, un orsetto o una semplice macchina, se sono consistenti negli affetti, riempiranno il bambino di una gioia molto maggiore che non se dovesse ricevere regali a badilate.

Spesso i sofisticati e elaboratissimi «Goldrake» con cui sommergiamo i nostri figli, non sono altro che una maschera costosa che nasconde la nostra incapacità di avere con loro un rapporto affettivo ricco e costruttivo.

Silvio Morganti

Se non ascoltate i «messaggi» rischiate di avere rimorsi

Più di quanto non accada per altri tipi di prodotto, la pubblicità del giocattolo mira a far leva su istinti psicologici. Sia che si parli alla mamma, sia che si parli al bambino, si sceglie quasi sempre un tipo di comunicazione diretto ad esaltare il lato emotivo, gli stati d'animo che si suppone esistano almeno allo stadio latente; gli annunci sono pieni di pathos e, anche se in apparenza spigliati e avveniristici, puntano su comportamenti assai convenzionali, gli stessi che, a guardar bene, vengono continuamente proposti dai mass media.

Soprattutto quando si rivolge ad un pubblico infantile la pubblicità punta su carenze più o meno reali, su bisogni più o meno inodori, rispondendo con la proposta di atteggiamenti vecchi e collaudatissimi, miti molto stereotipati: il successo, il comando, l'adorazione incondizionata per la tecnologia sul versante maschile, la debolezza, il bisogno di protezione su quello femminile. Dissuadendo dunque la pubblicità, costruttrice? Accanirsi solamente contro di essa non sarebbe logico, quando gli stessi modelli di comportamento si trovano già impressi a chiare lettere nei prodotti: pensiamo alle bambole, a come sono vestite, ai loro stucchevoli nomi, alle loro non meno stucchevoli espressioni.

annuncio Meneghin dice ancora di aver paura di fare la figura del «pivello» contro il nuovo gioco. Essere svegli, aggressivi, vincitori, più ancora che riflessivi è un «valore» tipico della pubblicità rivolta al maschio adulto; non stupisce che lo si voglia comunicare anche ai piccoli.

Il prodotto di cui parla Meneghin è però anche uno dei tantissimi giochi elettronici di cui da qualche tempo c'è una fioritura: la loro caratteristica più negativa consiste nel ridurre al minimo l'iniziativa personale del bambino. Prevedendo una naturale reazione di ripulsa l'annuncio si affretta a rassicurare: «Alta tecnologia, alto divertimento». E insiste nel cercare di instaurare un rapporto di tipo agonistico tra giocatore e macchina.

che la bambola vamp, quella che dice «mi dai uno strapazzo?». Al di fuori di questi due modelli sembra proprio che l'industria del giocattolo non ritenga economico produrre «Amicitia, gioco, simpatia, tutto quello che una bambina cerca ogni giorno». A parte il ruolo passivo a cui l'annuncio relega i sentimenti femminili, viene da pensare che se la bambola trovasse veramente ciò che cerca, l'industria del giocattolo subirebbe una seria crisi.

Alle mamme di solito si vuole invece dare l'impressione di parlare in modo più razionale e consapevole, di condividere i loro problemi. Questo è però quasi sempre solo l'approccio; subito si cambia tono e discorso. «Se i bambini hanno troppi giocattoli è perché ne hanno pochi con cui vale la pena di giocare», così comincia un annuncio. Giustissimo. Siccome però il prodotto pubblicitario, una minimeccanica fotografica ed elettronica, è proprio di quelli che non lasciano troppo spazio alla iniziativa personale, si prosegue parlando diffusamente di come il bambino scatterà fotografie, con un linguaggio carico di ammucchiamenti al senso mistero delle lettrici, pieno di vezzezzativi, di intermetimenti alquanto interessanti.

Che fare allora? Visto che i giocattoli sono indispensabili ai bambini, converrà sceglierli diffidando dei messaggi che essi stessi silenziosamente trasmettono, come di quelli più rumorosi e ulteriores mistificanti della comunicazione commerciale.

Ezio Riva

La concorrenza si gioca anche sui ricambi

Un interessante confronto tra la Fiat 127 e le analoghe vetture importate - Come reagiranno le Case estere?

Mentre in tutti i Paesi europei il mercato automobilistico del 1980 registrerà una flessione rispetto al 1979 è quasi certo ormai che in Italia l'anno si concluderà con un incremento delle vendite. Nessuno è in grado di dire con sicurezza quali siano le ragioni di un fenomeno che contrasta con la crisi generale dell'auto, ma è chiaro che tutte le Case fanno del loro meglio per non lasciarsi sfuggire il momento favorevole e per consolidare le loro quote di mercato. Ciò ha determinato anche un diverso atteggiamento delle varie marche nei confronti delle marche concorrenti ed è diventato oggi regola ciò che sino a qualche tempo fa veniva considerata una scorrettezza commerciale.

Così, mentre qualche anno addietro — tanto per fare un esempio — la Fiat si premurava di coprire con dei teloni le auto dei concorrenti che erano state utilizzate per le prove di urto frontale con le auto di sua produzione e si limitava a farle girare in cerchio, «avevano resistito le Fiat», oggi, sicuramente, le metterebbe in bella vista. Non a caso proprio la Fiat ha diffuso in questi giorni tabelle di confronto sui costi di manutenzione e sui costi dei pezzi di ricambio di una delle sue vetture più vendute, la «127».

I dati, come vedremo, sono molto interessanti, ma val la pena di ricordare che sino a qualche anno fa iniziative di questo genere (e le Case straniere, sia pure non ufficialmente, le prendevano) avrebbero suscitato scandalo. Ricorda dunque la Fiat che la «127» è, nella sua classe, la vettura che consuma meno, che per quel che si riferisce al valore dell'usato non ha rivali, che è quella che costa di meno in riparazioni perché i suoi pezzi di ricambio costano mediamente il 30% in meno di quelli delle auto che la fanno concorrenza.

Naturalmente le tabelle della Fiat hanno un occhio di riguardo per la Renault R5, la «straniera» della «classe 127» che ha ottenuto i maggiori successi di vendite (nei primi 10 mesi del 1980, 63.633 unità, contro i 58.187 della «127»). Si ricorda, infatti, che la «127» L 900 3p costa (di listino, IVA esclusa) L. 4.110.000, la R5 850 3p L. 4.602.000, cioè il 12% in più. La 127 C 900 3p costa L. 4.490.000, la R5 850 3p L. 4.751.000, cioè il 6% in più.

I confronti sui prezzi di listino, naturalmente, potrebbero continuare, ma basti qui ricordare che la Fiat sottolinea che la Renault dell'inizio d'anno ha aumentato mediamente i prezzi di listino del 16,9% contro l'11,8% della Fiat.

Lo stesso discorso la Fiat fa a proposito della manutenzione programmata per le concorrenti. Manca il dato ufficiale della R5 (che non lo dichiara ufficialmente) ma si eridono che ogni 100.000 chilometri la 127 richiede 8,80 ore di manutenzione programmata contro le 17,40 della Citroën Visa, le 11,30 della Ford Fiesta e le 10,80 della Volkswagen Polo.

Le riparazioni più comuni al di fuori dei «tagliandi» comportano per la 127 (come per la Fiesta e la Polo) i più bassi costi di manodopera, ma per la vettura della Fiat i costi sono mediamente inferiori del 40%.

Il discorso si fa ancora più convincente se si esamina la «voce» pezzi di ricambio (pastiglie freni, disco frizione, ecc.) dei quali si fa maggior uso: contro 205.000 lire per undici «pezzi» della 127, si hanno 245.000 lire per la R5 T1, 326.000 per la Fiesta, 432.000 lire per la Visa, 561.000 per la Polo, 336.000 per la Peugeot 104.

Per i particolari di carrozzeria, sempre stadi ai dati diffusi dalla Fiat, la differenza è altrettanto sensibile. È stato simulato un caso tipico di tamponamento in città, calcolando la rottura (e quindi la necessità di sostituzione dei seguenti pezzi: per la macchina che tampona: paraurti posteriori, griglia, un fano, un fanale di posizione, un parafrangente, cofano motore, radiatore, parabrezza; per la macchina che viene tamponata: paraurti posteriori, fanale, un parafrangente, portellone posteriore).

Se il tamponamento «tipo» in esame avvenisse tra due 127, il costo complessivo di questi pezzi di ricambio sarebbe di L. 457.210. Se avvenisse tra due Peugeot 104 sarebbe di 710.270 lire; tra due Polo L. 979.110; tra due R5 L. 609.115; tra due Visa L. 731.550; tra due Fiesta L. 637.850. Le tabelle della Fiat si diffondono solo sulle quotazioni dell'usato, e sulle richieste dell'usato, dimostrando naturalmente come la 127 sia la vettura.

Sarà interessante vedere ora come reagiranno le altre Case, ma è chiaro che da questa «guerra» dovrebbe trarre vantaggio l'usato.



Due viste della Fiat 127. Di questa vettura la casa torinese ha già venduto 4,6 milioni di esemplari.

Ford Escort auto dell'anno

Considerata la migliore del 1980 - Ha vinto anche il «Volante d'oro»

Il «Trofeo della vettura dell'anno» per il 1981 verrà assegnato alla Ford Escort. Lo ha annunciato la rivista Quattroruote che lo organizza insieme alle riviste Daily Telegraph Magazine, Stern, L'Equipe, Viaggiare e Autoviste.

Come è noto concorrono al premio, assegnato da una giuria di 52 giornalisti europei di cui 7 italiani, le auto immesse sul mercato nel corso dell'anno precedente alla data del Premio. La Escort ha vinto con 326 punti, distaccando solo di poco la Fiat Panda che ha ottenuto ben 308 voti. Al terzo posto è finita, con 255 voti, la Mini Metro della British Leyland.

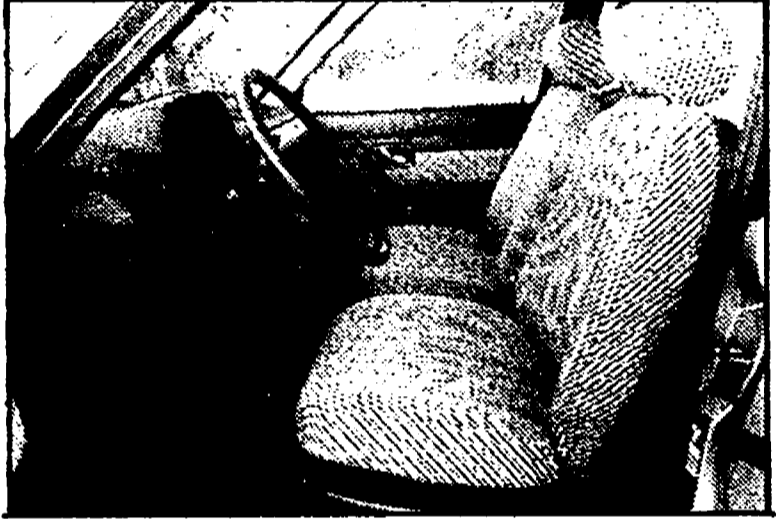
140 voti ha totalizzato la Mazda «323», 124 voti la Mercedes Benz «S», 74 voti la Renault Fuego. Seguono nella graduatoria la Audi Coupé con 28 voti, la Honda Quintet con 27, la Toyota Corolla con 7, la Daiun 3 Bluebird con 6, la Subaru Leone 3 e con la Mitsubishi Lancer con 2.

La Escort è venuta premiata anche per la nuova vettura il «Volante d'oro», un premio che viene assegnato da Bild am Sonntag, un giornale mensile che vende in Germania occidentale oltre 3 milioni di copie. Un'altra vettura della Ford, la «Fiesta», aveva vinto il «Volante d'oro» nel 1976.

A completare il successo della Ford Escort è venuto anche per la nuova vettura il «Volante d'oro», un premio che viene assegnato da Bild am Sonntag, un giornale mensile che vende in Germania occidentale oltre 3 milioni di copie. Un'altra vettura della Ford, la «Fiesta», aveva vinto il «Volante d'oro» nel 1976.

Più cavalli e accessori per la versione «S» 305

La Peugeot l'ha commercializzata in questi giorni - Le prestazioni e i consumi - Ritoccati la meccanica e gli allestimenti



La Peugeot ha completato la gamma delle sue «305» presentando in questi giorni la versione «S», una berlina che ha caratteristiche di «sportività» rispetto alla «GR». La carrozzeria è quella compatta ed elegante adottata per questa gamma un paio d'anni fa: uniche differenze l'assenza del tetto a pannello e una grossa S nella sigla posteriore. Esternamente si distingue inoltre per le ruote in lega con pneumatici da 165/70 SR 14.

All'interno sono stati migliorati i sedili (più avvolgenti e rivestiti in tweed) ed è stato aggiunto un bracciolo nel divano posteriore. Innovazione assai apprezzabile la chiusura centralizzata delle quattro porte.

Nei confronti della «SR», la nuova vettura ha 15 CV in più, ricavati con ritocchi al propulsore, che è sempre di 1472 cc, e in particolare con l'adozione del carburatore Solex doppio corpo invertito nel quale l'apertura del secondo corpo è affidata ad un comando meccanico.

Gli 89 CV attualmente disponibili di 6000 giri motore, hanno portato anche ad un aumento della velocità massima, salita dai 153 km l'ora della «SR» a 162. Nel contempo l'incremento dei consumi è stato minimo: da 8,3 a 8,6 litri per 100 chilometri (norme DIN).

Nel dettaglio i consumi per 100 km sono: a 90 l'ora litri 6,51, a 120 litri 8,61, nel ciclo urbano litri 9,41. Queste le prestazioni: 400 metri con partenza da fermo in 18 secondi; chilometro con partenza da fermo in 34"; da 0 a 100 km l'ora in 12,1 secondi. Si è nota una tenuta notevole, determinata anche dal leggero indurimento delle sospensioni e da una maggiore precisione dello sterzo, che è più diretto, oltre che dalla più larga sezione dei pneumatici. Ottimo le accelerazioni nelle marce basse, mentre la quarta, essendo molto lunga, dà il meglio alla velocità media. La quarta lunga, con la quale si può viaggiare a 40

l'ora (circa 1500 giri) è stata adottata di proposito per contenere i consumi e per consentire, a chi lo desidera, una marcia tranquilla con uso del cambio ridotto al minimo.

Si tratta insomma di una berlina con spazio sufficiente e soprattutto molto confortevole, sia perché dotata di completa strumentazione e pratici comandi (ci sono anche gli alzacristalli elettrici), sia per lo spazio interno a disposizione e per la visibilità. Il prezzo, IVA compresa, è di L. 8.700.000, 450 mila lire in più della berlina SR.

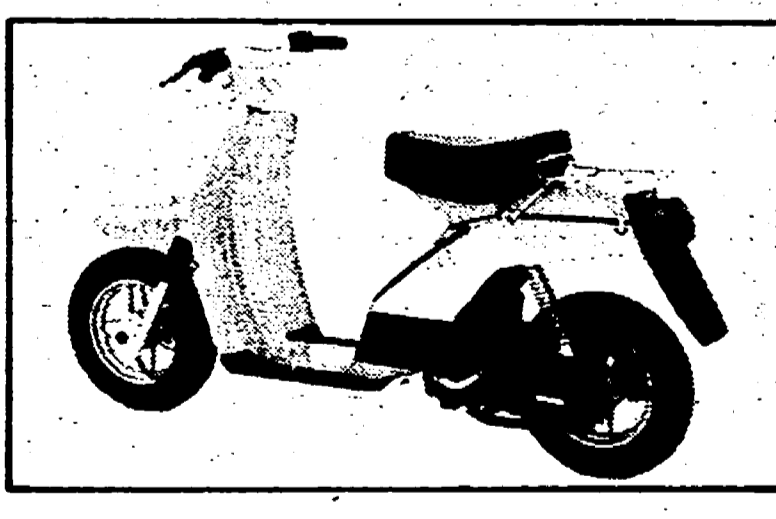
Della versione «S», la Peugeot prevede una vendita in Italia di circa diecimila esemplari. Con ciò la Casa francese ritiene che la percentuale di modelli della gamma 305, che costituisce attualmente il 40% del totale delle sue vendite, salirà al 50 per cento.

G. C.

NELLE FOTO: l'interno della «305 S» e una vista posteriore della vettura.

Uno scooter dalla Benelli

Sarà commercializzato a marzo in alternativa ai modelli Piaggio



Tra le poche novità del Motor Show di Bologna (che si è concluso ieri), un posto di spicco è toccato allo scooter della Benelli. Si tratta di una novità assoluta con la quale la casa pesarese entra in concorrenza con la Piaggio, che nel settore finora — da quando è scomparsa la Lambretta — ha detenuto il monopolio.

Questa nuova creazione della Benelli entrerà in vendita in Italia dal marzo prossimo, forse a un prezzo inferiore alle 600 mila lire per il modello con motore da 50 cc (8 in programma, specialmente destinato all'estero, anche una versione da 80 cc), salvo — ha detto Alejandro De Tomaso nella conferenza stampa di presentazione — che gli aumenti prevedibili a gennaio non ci obbligino a ritoccare questo prezzo.

Per certi versi lo scooter Benelli (nella foto) richiama alla mente il «cinquantino» della Lambretta, anche se da quello si differenzia notevolmente. Ha un motore monocilindrico di 49 cc alimentato con una miscela all'1% e predisposto (su richiesta) all'alimentazione a benzina con lubrificazione separata. La sospensione anteriore è con forcella telescopica a scarrucatura; la posteriore è a monoammortizzatore a scarrucatura a effetto combinate doppio: un primo elemento ammortizzante assorbe le piccole asperità del terreno, mentre per le più forti necessità di assorbimento in un secondo tempo si inserisce un ammortizzatore idraulico a doppio effetto.

Le targhe rifrangenti

Saranno applicate su tutte le automobili di nuova fabbricazione

Sta per avere, finalmente, applicazione il decreto ministeriale che prevede l'adozione delle targhe rifrangenti. Si tratta di un provvedimento che risale addirittura a più di tre anni fa — fu pubblicata infatti sulla Gazzetta Ufficiale il 23 agosto 1977 — e che poi, per motivi tecnici e burocratici, ha subito lunghi ritardi.

Le ragioni di questo provvedimento sono più d'una. La prima è quella di «creare le facie ed immediate» — come osserva il decreto legge — la lettura del contrassegno di immatricolazione.

Sulla migliore leggibilità delle targhe i pareri non sono univoci (tant'è vero che i vari Paesi adottano grandezze di targhe e di caratteri, sistemi numerici e colori diversi), comunque è chiaro che la rifrangenza permette, di notte, una lettura decisamente migliore.

Il secondo motivo è quello di «ostacolare al massimo le contraffazioni e le falsificazioni». Le nuove targhe, infatti, vengono prodotte con macchine speciali di cui dispone solo il poligrafico dello Stato e sono dotate all'interno di una specie di filigrana. Può essere un valido contributo ad un problema non lieve, visto che ogni anno vengono rubate in Italia più di 250 mila automobili.

Le nuove targhe — già usate fra l'altro in Francia, Germania, Spagna, Stati Uniti — non comportano alcuna spesa per gli automobilisti; verranno infatti installate sui veicoli di nuova produzione direttamente dai fabbricanti.

E. R.