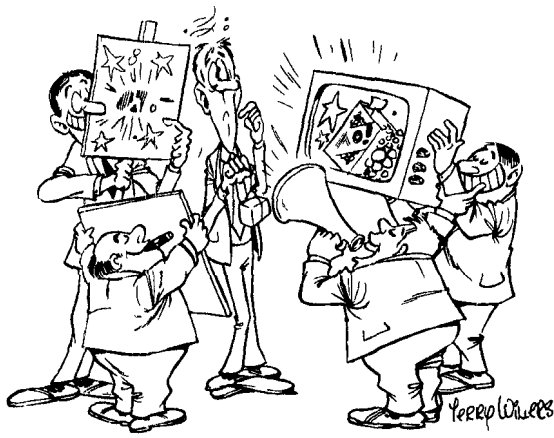


Tempi duri per i consumatori

La politica dei conservatori blocca le iniziative comunitarie



La politica della signora Thatcher ha fatto sentire i suoi effetti nefasti anche sui consumatori europei. Uno schieramento conservatore, capeggiato appunto dai deputati inglesi che si richiamano alle posizioni della Thatcher, da qualche tempo sta bloccando tutte le iniziative comunitarie in difesa dei consumatori. Di fatto avviene che i conservatori inglesi — coalizzati con quelli degli altri Paesi, tra i quali anche molti di italiani — impediscono che siano estese all'Europa norme che sono già leggi operanti in molti Paesi della CEE, inclusa l'Inghilterra. Si vuole con questo impedire che prodotti dannosi per i consumatori che non possono essere messi in vendita nei Paesi che maggiormente difendono i loro interessi, non abbiano libero accesso negli altri Paesi, come l'Italia, dove una politica in difesa dei consumatori stenta a trovare concrete applicazioni.

Nord Europa (il primo movimento nacque in Danimarca nel 1947, preceduto soltanto dagli Stati Uniti dove il primo movimento in difesa dei consumatori sorse nel 1928). Il trattato di Roma — che è alla base della politica comunitaria — non parla praticamente dei consumatori, che in Europa sono oltre 240 milioni, e questo naturalmente porta i consumatori europei a trovarsi in una posizione svantaggiata rispetto agli altri partners sociali, quali i produttori e i distributori. Il mercato comune europeo ha avuto nonostante questo dei grossi meriti nei confronti dei consumatori: in ogni Paese troviamo prodotti provenienti da tutti i Paesi e il consumatore ha così una maggiore possibilità di scelta e quindi dovrebbe avere le stesse garanzie nei confronti di un prodotto fatto in Italia come nei confronti di un prodotto fatto in un altro Paese della CEE. La legislazione della Comunità europea tende quindi ad armonizzare il mercato e naturalmente questa armonizzazione avviene spesso in sordina, questi cessano di entrare in dialettica con altri elementi, che finiscono con avere la totale prevalenza.

scutibili. Purtroppo da qualche tempo non si fa più niente. Aggiunge l'on. Domenico Ceravolo è giunto il momento in cui i consumatori europei, e in particolare quelli italiani, debbono far sentire la loro voce in sede comunitaria, proprio mentre è in atto un tentativo di intaccare i diritti acquisiti dei consumatori. Si fa sempre più strada la concezione che in tempo di crisi vengono prima i problemi dell'economia poi quelli dei consumatori. E una concezione da contrastare, perché non c'è sviluppo dell'economia senza la tutela dei diritti dei consumatori come dei lavoratori e dei cittadini. I diritti dei consumatori — così come quelli dell'ambiente — sono di diritto ed altri — costituiscono il nucleo della democrazia partecipativa. Il problema è di agire affinché dalla crisi economica che stiamo attraversando si esca rafforzando la democrazia partecipativa, non distruggendola. Se i problemi come quelli ambientali e quelli della difesa dei consumatori vengono messi in sordina, questi cessano di entrare in dialettica con altri elementi, che finiscono con avere la totale prevalenza.

Si hanno così dei veri e propri danni economici che minano lo sviluppo. Facciamo qualche esempio. A livello comunitario stiamo trattando per la prima volta i problemi del turismo. Il turismo si è sviluppato in un patrimonio ambientale e elementare determinante per il turismo e quindi anche per il consumatore del turismo. Finora si è seguita una politica turistica, soprattutto nel nostro Paese, che mirava all'espansione del turismo distruggendo l'ambiente. E i risultati sono davanti ai nostri occhi: i turisti che vengono dai Paesi del Nord Europa sono sempre più alla ricerca di località turistiche dove l'ambiente sia meno manomesso. Dall'Italia si è passato alla Grecia, poi ai Paesi africani.

Ecco come questi problemi — quelli dei consumatori, dell'ambiente e gli stessi problemi della ripresa economica — sono intimamente intrecciati e non si può uscire dalla crisi accantonandone qualcuno. Altrettanto si può dire per la campagna che stiamo lanciando per l'eliminazione del piombo nella benzina e che riguarda naturalmente i consumatori — tanto è vero che se ne è fatto promotore il BUEC, l'ufficio europeo dei diritti dei consumatori e delle trazioni anteriori a due volumi.

Dice Vera Squaracioli il consumatore europeo attraverso un momento difficile. Un momento che vede una inedia quasi totale della Comunità europea su una politica che pure era stata nel passato abbastanza vivace. Questa inedia è stata sottolineata dalle maggiori organizzazioni dei consumatori europee che hanno lanciato grida di allarme. I consumatori pagano più degli altri in Europa dopo aver visto nella legislazione comunitaria un momento di speranza, un momento di possibilità di affermarsi come partner sociali. La Comunità economica europea ha avviato fin dal 1972 una politica in difesa dei consumatori sulla scia dei movimenti che erano nati soprattutto nei Paesi del

Se la CEE ha rallentato la sua azione in difesa dei consumatori, l'Italia si è addirittura formata. Tra i Paesi membri della Comunità europea il nostro è all'ultimo posto in quanto è quello che meno di ogni altro ha applicato le direttive comunitarie in difesa dei consumatori. Alcuni anni or sono il governo italiano è stato condannato dalla Corte di giustizia della Comunità per mancato recepimento delle direttive comunitarie. Erano ben 76 direttive che in Italia non avevano trovato applicazione perché non erano state trasformate in leggi nazionali. Il governo ha subito anche la pressione dell'ufficio europeo dei consumatori di prodotti cosmetici. La comunità europea aveva anni addietro approvato una legge sui cosmetici. Successivamente ci si è accorti che questa direttiva era imperfetta e essa ha subito anche la pressione dell'ufficio europeo dei consumatori di prodotti cosmetici. La comunità europea aveva anni addietro approvato una legge sui cosmetici. Successivamente ci si è accorti che questa direttiva era imperfetta e essa ha subito anche la pressione dell'ufficio europeo dei consumatori di prodotti cosmetici.

neri alimentari inscatolati o comunque conservati. La direttiva comunitaria che più di ogni altra è stata del tutto disattesa e che nel nostro Paese non ha trovato nessuna applicazione è quella sui cosmetici. In questo campo siamo giunti ad una situazione che potremmo definire protettiva se non fosse in gioco la salute dei consumatori di prodotti cosmetici. La comunità europea aveva anni addietro approvato una legge sui cosmetici. Successivamente ci si è accorti che questa direttiva era imperfetta e essa ha subito anche la pressione dell'ufficio europeo dei consumatori di prodotti cosmetici.

Questa una direttiva estremamente importante che tende a mettere al bando ogni forma di pubblicità che inganni il consumatore oppure umili i larghi settori di commercio e di distribuzione. In quali casi si vedono trattare dalla pubblicità non in modo conforme alla legislazione nazionale per quanto riguarda la parità dei sessi e la dignità della persona.

Questa una direttiva estremamente importante che tende a mettere al bando ogni forma di pubblicità che inganni il consumatore oppure umili i larghi settori di commercio e di distribuzione. In quali casi si vedono trattare dalla pubblicità non in modo conforme alla legislazione nazionale per quanto riguarda la parità dei sessi e la dignità della persona.

L'Italia è ultima

I principi che dovrebbero ispirare la politica CEE

1) Diritto alla protezione della salute e della sicurezza. Un prodotto, in normali condizioni di conservazione, non deve nuocere a chi lo usa.

2) Diritto alla protezione degli interessi economici. È questo un principio valido sempre, ma soprattutto in un momento di difficoltà economiche dei consumatori a causa della crisi.

3) Diritto al risarcimento dei danni. Se il consumatore ha un danno da un prodotto difettoso, deve avere il diritto ad ottenere un adeguato risarcimento. È proprio contro questo elemento diritto che si battono, mettendo in campo tutto il loro enorme potere di pressione, le grandi compagnie di assicurazione, che non vogliono avere delle clausole costrittive.

4) Diritto all'informazione e all'educazione. Informazione che può essere anche data dall'etichettatura dei prodotti che vengono messi in vendita e che dovrebbero consentire al consumatore di sapere il contenuto reale dei prodotti che compra. Un diritto all'educazione che dovrebbe essere fatto a tutti i livelli iniziando da quello

Ecco le direttive che non vengono approvate

Quali sono le direttive (cioè le leggi comunitarie) che attendono un'approvazione da parte del Consiglio della Comunità europea? Vediamo le principali.

RISARCIMENTO DEI DANNI PER PRODOTTI DIFETTOSI. Questa direttiva si riferisce ai danni che possono essere provocati da oggetti messi in commercio una caffettiera che esplose per un difetto della caffettiera e che provoca danni al compratore oppure nei casi ancora più gravi possono essere i danni provocati ai viaggiatori di un aereo per un difetto dell'aereo stesso.

come per fare un esempio concreto, nel caso dell'aereo turco precipitato per un difetto dei materiali del portellone. I danni per prodotti difettosi sono moltissimi e comprendono anche i medicinali e i cosmetici. Basti pensare ad esempio, ai danni del Talidomide che ha provocato la nascita di bambini deformati. Questa direttiva è ferma ormai da moltissimi anni su pressione delle grosse compagnie di assicurazione. I principali difetti quali sono inglesi, le quali non vogliono risarcire questi danni.

PUBBLICITÀ INGANNANTE E SLEALE. È anche



I principi in difesa dei consumatori che dovrebbero ispirare la politica comunitaria non hanno niente di evanescente o di antiluduale. Essi si richiamano addirittura a quelli enunciati nel 1963 dall'allora presidente degli Stati Uniti Kennedy. Vediamoli nel dettaglio.

1) Diritto alla protezione della salute e della sicurezza. Un prodotto, in normali condizioni di conservazione, non deve nuocere a chi lo usa.

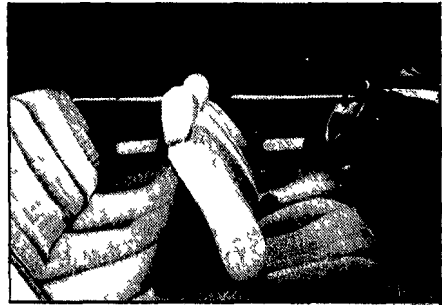
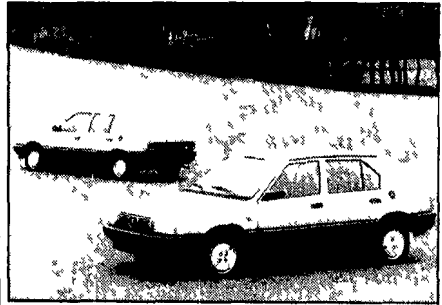
2) Diritto alla protezione degli interessi economici. È questo un principio valido sempre, ma soprattutto in un momento di difficoltà economiche dei consumatori a causa della crisi.

3) Diritto al risarcimento dei danni. Se il consumatore ha un danno da un prodotto difettoso, deve avere il diritto ad ottenere un adeguato risarcimento. È proprio contro questo elemento diritto che si battono, mettendo in campo tutto il loro enorme potere di pressione, le grandi compagnie di assicurazione, che non vogliono avere delle clausole costrittive.

4) Diritto all'informazione e all'educazione. Informazione che può essere anche data dall'etichettatura dei prodotti che vengono messi in vendita e che dovrebbero consentire al consumatore di sapere il contenuto reale dei prodotti che compra. Un diritto all'educazione che dovrebbe essere fatto a tutti i livelli iniziando da quello

questa una direttiva estremamente importante che tende a mettere al bando ogni forma di pubblicità che inganni il consumatore oppure umili i larghi settori di commercio e di distribuzione. In quali casi si vedono trattare dalla pubblicità non in modo conforme alla legislazione nazionale per quanto riguarda la parità dei sessi e la dignità della persona.

Questa una direttiva estremamente importante che tende a mettere al bando ogni forma di pubblicità che inganni il consumatore oppure umili i larghi settori di commercio e di distribuzione. In quali casi si vedono trattare dalla pubblicità non in modo conforme alla legislazione nazionale per quanto riguarda la parità dei sessi e la dignità della persona.

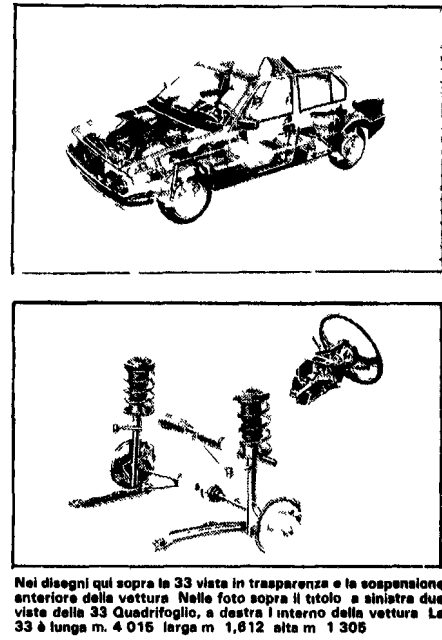


Sportiva, confortevole e spaziosa è anche bella la nuova Alfa 33

Più che soddisfacente la prova della vettura destinata a risolvere le sorti della Casa del Biscione - Eccellenti le prestazioni, la tenuta di strada e la frenata - I prezzi delle due versioni

Prova dell'Alfa 33 la vettura alla quale è stato affidato il compito di risolvere le sorti della Casa del Biscione. Il motore è ancora più convincente di quanto già non fosse vista nelle fotografie. I progettisti dell'Alfa con la loro idea di due volumi e mezza sono davvero riusciti a realizzare una berlina dall'aspetto gradevole senza rinunciare ai vantaggi in termini di abitabilità e di capacità di carico delle trazioni anteriori a due volumi.

Alfa prima impressione positiva seguono le altre quando si sale a bordo della 33. La versione usata per la prova è la 1.5 Quadrifoglio ma il giudizio può valere anche per la 1.3 che ha un motore di minore potenza e qualche gadget in meno. Intanto il posto di guida con il volante regolabile in altezza e con i sedili avvolgenti l'assetto è perfetto. La strumentazione consente di tener tutto sotto controllo senza distogliere gli occhi dalla strada. Anche il passeggero si sente subito a suo agio. Voci perché il comando centralizzato delle portiere gli consente di salire in auto contemporaneamente al pilota. Voci perché la presenza del calcolatore di bordo con orologio digitale e del quadro diagnostico gli dà subito in mano la pressione di potersi occupare di qualcosa e non far solo il trasportato. Sulla Quadrifoglio poi la presenza del retrovisore esterno anche dal lato passeggero accentua questa sensazione.



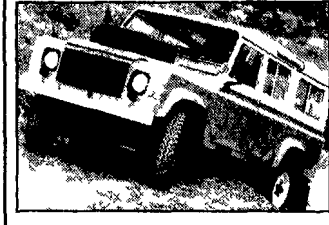
Il deflettore è ormai inutile? Il deflettore — nato agli inizi di questo secolo — è diffuso negli anni Cinquanta e praticamente scomparso da una decina d'anni — sembra ormai appartenere alla storia dell'auto. Eppure sono in molti a rimpiangerlo e deprecare i cristalli a superficie continua con i quali certo è impossibile ottenere lo stesso effetto di aerazione che si aveva con l'uso del deflettore. Sono giustificate queste nostalgie?

Su «Alfa Romeo Notizie» periodico della Casa di Arese la domanda è stata posta all'architetto Ermanno Cressoni responsabile del Centro stile Alfa Romeo. Considerazioni estetiche a parte (la vettura continua a rendere un'auto più luminosa e «filante») Cressoni osserva che con l'eliminazione del «voiletto» — come si chiama con linguaggio tecnico — le procedure di assemblaggio delle porte anteriori risultano semplificate. Inoltre se ne avvantaggiano la visibilità laterale del guidato

re e quella posteriore attraverso lo specchio retrovisore esterno. Anche il «comfort» — secondo Cressoni — risulta migliorato poiché il deflettore era spesso causa anche se chiuso di fastidiosi rumori di usura delle guarnizioni. Maggiore facilità di pulizia e disassorbimento del vento ed esigenze aerodinamiche (che vogliono superfici esterne senza soluzione di continuità) sono altri motivi che hanno giocato contro il deflettore. D'altro canto — conclude il responsabile del Centro stile Alfa Romeo — la funzionalità dei moderni sistemi di aerazione rende il deflettore superfluo anche sotto questo punto di vista. In effetti non mancano gli inconvenienti legati al «voiletto»: fra questi il gocciolio d'acqua nell'abitacolo quando pioveva (convogliato proprio dallo spigolo del deflettore) e la maggiore facilità per i ladri di svolgere il loro «lavoro». Eppure tutte queste motivazioni non bastano a convincere molti automobilisti che l'epoca del deflettore è finita e che i rimpianti sono ingiustificati. Avranno ragione loro o sarà solo un nostalgico attaccamento al passato?

Non c'è strada impervia che fermi la Land Rover 110

Il nuovo modello della British Leyland monta un diesel di 2286 cc e 60 CV - Può viaggiare a 102 chilometri orari



La Land Rover è il fuoristrada per eccellenza. La sua nascita risale al 1948 (venne presentata al Salone di Amsterdam) e in 35 anni ne sono stati prodotti un milione e 300 mila esemplari. Venuti in più di 150 Paesi. Dopo l'Inghilterra dove viene costruita l'Italia è il Paese che riserva le maggiori attenzioni a questo veicolo. L'anno scorso infatti la Leyland Italia ne ha vendute 1.402 unità alle quali sono da aggiungere 1.157 Range Rover. Da tener conto che il nostro mercato registra poco più di 10 mila immatricolazioni l'anno di veicoli fuoristrada. Al primo posto c'è la FIAT Campagnola con quasi 4.000 unità seguono Land Rover e Range Rover con poco più di 2.600 pezzi quindi la Jeep con un migliaio e la Mercedes 4x4 con circa 700 unità.

Nella gamma Land Rover debutta ora un nuovo modello che si affianca ai tipi «88» e «109». Si tratta della Land Rover «110» (nella foto sullo sterrato) con il propulsore sezionato disponibile per il nostro mercato nelle versioni «High Capacity Pick Up», «Hard Top» e «Station Wagon». Sono stati fissati anche i prezzi: 21 milioni 826 mila per la prima, 22 milioni 480 mila per la seconda, 25 milioni 523 mila per la terza. Tra le dotazioni a richiesta il comfort pack (con prendente interni e sedili in tessuto uniti di livelloamento e cinture inerziali anteriori e posteriori) che costa 1.628 mila lire il sovrasterzo (850 mila lire) e l'impianto di aria condizionata.