

Triumph - Ducati Meccanica: riproduzione dell'adesivo delle istruzioni di lubrificazione

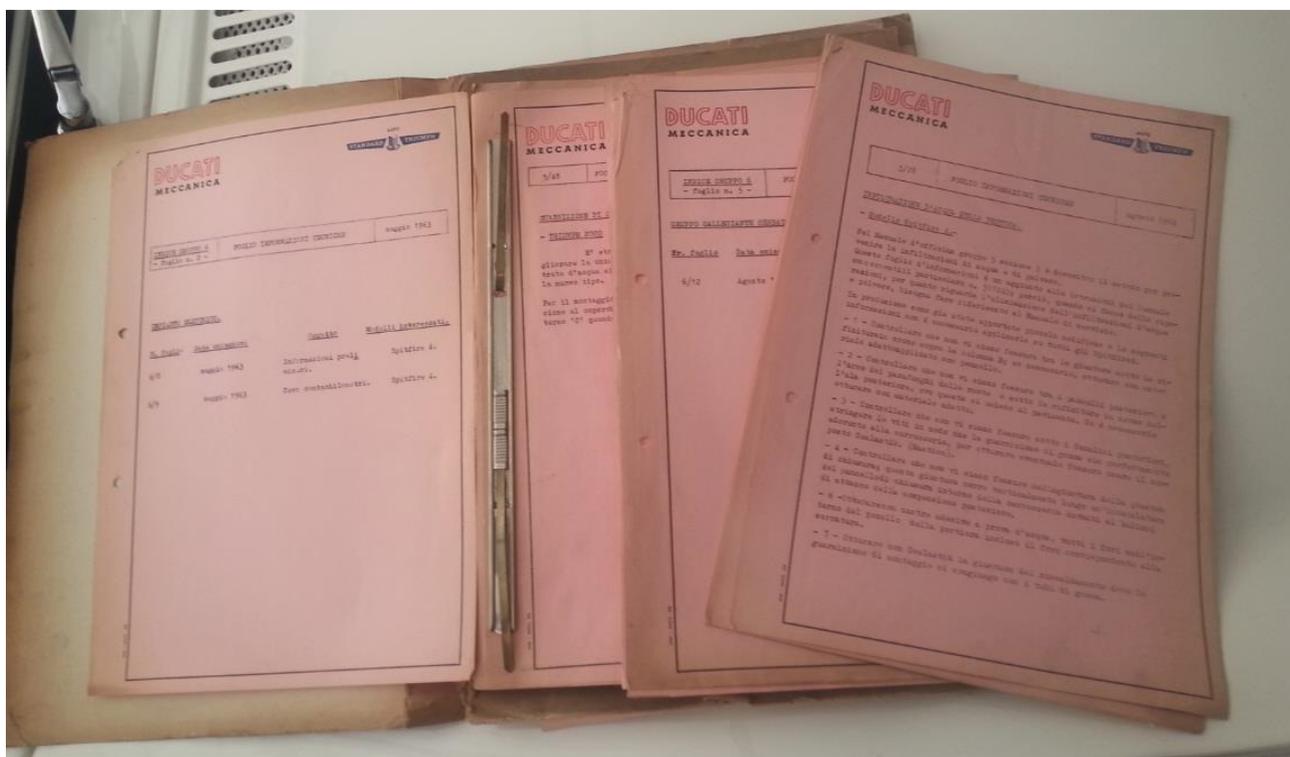
di Giancarlo Cavallini

Chi non ricorda gli adesivi con le istruzioni per la lubrificazione e l'ingrassaggio che erano posti sotto i cofani motore delle automobili? Con i moderni oli sintetici che durano non meno di trentamila chilometri e con cuscinetti e giunti che non necessitano più di troppe attenzioni anche queste etichette sono pian piano scomparse, si sono letteralmente estinte. Fanno oramai parte di un mondo che non c'è più, come gli adesivi con le prescrizioni per il rodaggio che facevano bella mostra di sé sui parabrezza in compagnia dei bolli di circolazione, questi ultimi sempre ben colorati.

Anni fa mi capitò di vedere, dentro a un cofano di una TR4 un po' malconcia, un adesivo della *Ducati Meccanica* con le istruzioni per la lubrificazione: mi colpì, forse perché non è che godesse di ottima salute, tanto da darmi l'impressione che, nel giro di poco, non avrebbe lasciato altre tracce di sé.

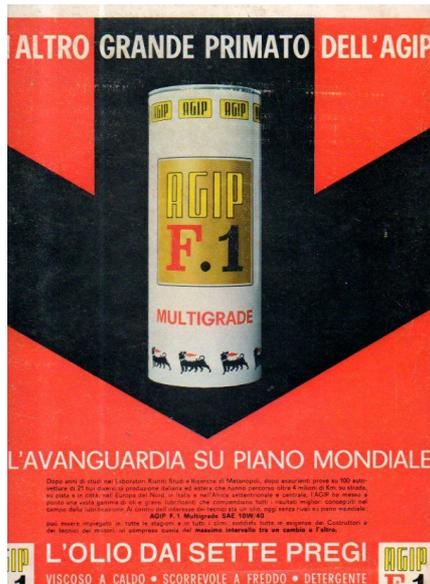


Questo adesivo è un'altra testimonianza del periodo in cui era la *Ducati Meccanica* a organizzare e gestire sia la rete di vendita che quella di assistenza per le Triumph importate in Italia. Quella foto è rimasta in “naftalina” per molto tempo e, oramai dimenticata, è saltata fuori proprio quando meno me l’aspettavo. Da lì all’idea di riprodurla è stato un attimo. Come in tutte queste cose è sempre importante avere i giusti “complici”, quegli amici che a capacità e specializzazioni tecniche abbinano anche una buona dose di pazienza e sopportazione nei miei confronti.

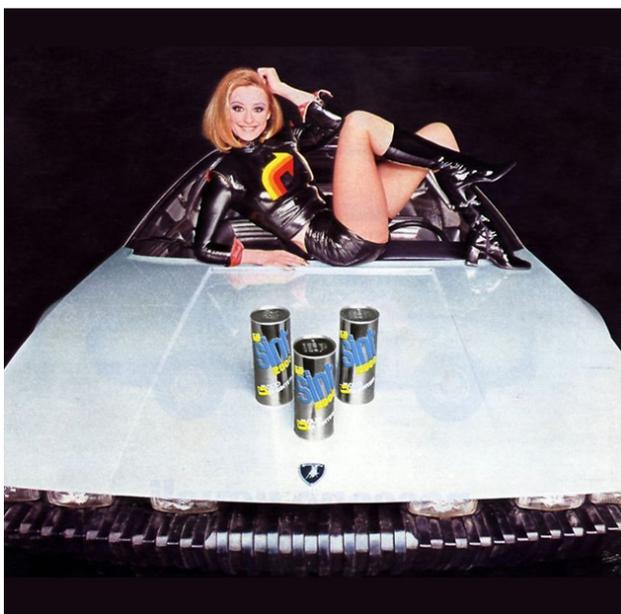


In questo caso la “vittima” di turno si chiama Mauro; fotografo ed editore di bellissimi libri, Mauro è un personaggio più unico che raro: vive per i suoi libri e le fotografie del suo archivio (oltre 100.000 immagini) portando avanti una tradizione di famiglia che dura da oltre centoventi anni.

La preparazione della replica è partita da una breve ricerca tra le pubblicità degli anni sessanta alla ricerca dei nomi dei prodotti citati dalle scritte mancanti. Devo confessare che ho sempre avuto



una particolare preferenza per i prodotti dell'Agip. Da un lato mi ricordo di quando, da bambino, spopolavano in televisione e sulle riviste le pubblicità con la Raffaella Carrà, allora la soubrette per eccellenza sognata da tutti i "grandi". Dall'altra mi è sempre affascinato il logo dell'Agip, quel cane a sei zampe che ha una storia leggendaria che nasce nei primi anni cinquanta,



quando l'Agip immise sul mercato una benzina raffinata, forse, dal petrolio estratto dal giacimento scoperto nel 1949 a Cortemaggiore. Enrico Mattei, che da poco aveva fatto riorganizzare l'ufficio di pubblicità, chiese una campagna pubblicitaria capace di valorizzare questa nuova opportunità. Voleva anche che ad ogni nuovo prodotto fosse associata un'immagine che lo rendesse immediatamente riconoscibile.



E' in quel periodo che nacque il nome "Supercortemaggiore", lo slogan "La potente benzina italiana" e i vari marchi specifici dei vari prodotti. Fino ad allora, né l'Agip né i suoi singoli prodotti avevano ancora avuto un proprio logo distintivo. Mattei decise allora di fare indire un concorso per la scelta di un'immagine pubblicitaria dei due prodotti di punta della compagnia

(Supercortemaggiore e Agipgas). Il concorso aveva come oggetto la creazione dei marchi, dei cartelloni stradali (che in quel periodo, ai lati delle strade, iniziavano a deturpare il paesaggio italiano) e la colorazione delle colonnine dei distributori delle stazioni di servizio.

Come premio per i vincitori furono stanziati dieci milioni di lire: a guidare la commissione esaminatrice Mattei chiamò Giò Ponti: a suo fianco figure di primo piano dell'arte e del design italiani, come Mario Sironi, Mino Maccari, Antonio Baldini e Silvio Negro.

Ponti fece pubblicare il bando in aprile sulla rivista Domus e la risposta al concorso fu oltre ogni aspettativa: furono infatti quattromila i bozzetti presentati. Ci vollero quattordici riunioni della Giuria per scegliere il vincitore e all'unanimità, in una seduta conclusiva tenutasi nel settembre 1952 a Merano, fu scelto il "cane a sei zampe". Sul suo autore cominciò fin da subito una lunghissima, quasi leggendaria, attribuzione. Il bozzetto risultava presentato da Giuseppe Guzzi che in realtà non era l'autore dell'opera, ma solo il suo rifinitore, e questo particolare non venne subito reso noto e divulgato. Iniziarono quindi le leggende: si favoleggiava il nome di un noto artista che però non voleva comparire. Vennero fatti molti nomi, fra questi quello di Leo Longanesi, animatore della vita artistica e culturale di quegli anni. Solo dopo molti anni, e solo dopo la sua morte, si seppe con certezza che l'autore del bozzetto vincitore era lo scultore Luigi Brogгинi, uno dei protagonisti nella scena delle arti figurative italiane nei decenni a cavallo della seconda guerra mondiale.

Tutti i disegni vincitori dei quattro concorsi furono presentati sulla rivista Domus del novembre 1952 (numero 275). Tra i disegni proposti prevalsero nettamente le fiamme, di ogni tipo e dimensione.

I vincitori furono per il cartellone di Supercortemaggiore il "cane a sei zampe" presentato da Giuseppe Guzzi, per il cartellone di Agipgas il bozzetto di Enzo Rota, per il marchio Supercortemaggiore i bozzetti presentati dai due artisti Carlo Dradi e Fulvio Pardi, per il marchio Agipgas il bozzetto di Egidio Matta che aveva realizzato un gatto a tre zampe con la coda di fuoco. E' curioso ricordare che il cane di Brogгинi e Guzzi nacque con la fiamma rivolta in avanti e questo poteva dare l'impressione che avesse l'intenzione di bruciare qualcuno. Questa almeno dovette essere la prima impressione di Mattei che lo considerò "un po' troppo aggressivo" e dato che il "capo" non può essere contraddetto si rimediò girando la posizione della testa all'indietro, e di conseguenza anche la fiammata. Sia il cane che il gatto si presentano come esseri "mostruosi",



tipici di divinità o figure mitologiche ctonie (come Cerbero o la Chimera), come del resto potrebbe essere nella natura di una compagnia la cui missione era, ed è ancora oggi, lo sfruttamento delle risorse sottosuolo. Non fa eccezione il serpente-drago dalla lingua di fuoco

disegnato, nello stesso periodo, da Federico Seneca per il lubrificante Energol prodotto della BP inglese e commercializzato in Italia dall'Agip.

Un'altra teoria vede invece il cane a sei zampe ispirato al fantastico drago Tarantasio, personaggio d'una leggenda lodigiana: quando fu scoperto il metano in quelle zone, infatti, si immaginò che l'animale, un tempo guardiano delle paludi e poi scomparso sotto terra dopo la loro bonifica, fosse riapparso in forma di gas.

Questa digressione l'ho voluta inserire perché nell'adesivo compare sia il cane a sei zampe, nella sua prima originale versione, che il nome dell'Agip i cui caratteri sono propri degli anni sessanta. Agip e Ducati erano allora entrambe aziende di Stato.

Scartata l'idea di scannerizzare la foto, abbiamo proceduto alla mappatura su un foglio Excel delle diverse scritte cercando il corretto carattere. L'immagine del foglio è stata quindi trasformata in un file JPG ed importata in Photoshop.

Abbiamo riposizionato le varie scritte, definito le dimensioni e le proporzioni, creato sia il logo del cane che quello della Standard Triumph, e non da ultimo la scritta AGIP nel suo tipico rettangolo.

AUTO

STANDARD TRIUMPH

DISTRIBUTRICE PER L'ITALIA:

DUCATI MECCANICA S.p.A.

BOLOGNA

AGIP

LUBRIFICANTI DA IMPIEGARE

MOTORE e CARBURATORI } AGIP F.1 SUPERMOTOROIL MULTIGRADE 20W/40 (*) oppure { PER TEMP sopra i 25°C AGIP F.1 WOOM SAE 30
" " da -1°C a +25°C AGIP F.1 WOOM SAE 20W-20
" " sotto -1°C AGIP F.1 WOOM SAE 10W

SCATOLA del CAMBIO e del DIFFERENZIALE { sopra 0°C AGIP F.1 ROTHRA HYPOID 90
sotto 0°C AGIP F.1 ROTHRA HYPOID 80

INGRASSATURA dei PERNI GIUNTI E SNODI } AGIP F.1 GREASE 30

MOZZO ANT. e POST. SCATOLA STERZO POMPA ACQUA } AGIP F.1 GREASE 30

POMPE IDRAULICHE FRENI e FRIZIONI } AGIP F.1 BRAKE FLUID

(*) Per temperature persistenti inferiori a 0°C è consigliabile usare AGIP F.1 SUPERMOTOROIL 10W/40

Per tutte le operazioni di lubrificazione consultare le istruzioni contenute nel libretto di uso e manutenzione

L'abbiamo infine riprodotta in un limitato numero di esemplari dopo la ricerca di un supporto capace di resistere al calore e a tutto ciò che "naviga" sotto il cofano motore. Un piccolo contributo per rendere perfetto un restauro.

L'etichetta fu usata dalla Ducati durante l'intero periodo in cui fu distributrice per l'Italia delle Triumph, dal 1962 al 1969. A seconda del modello di auto (TR4, Triumph 2000, Spitfire, Gt6, Herald) l'etichetta veniva posizionata o sotto il cofano motore o in luoghi comunque accessibili per facilitare la sua lettura: le immagini seguenti mostrano due possibili posizionamenti.

