

SOMMARIO

N. 1201 - Vol. XCIII - Milano - 7 ottobre 1973 © 1973 EPOCA - Arnoldo Mondadori Editore

	7	ITALIA DOMANDA
Ricciardetto	10	MEMORIA DELL'EPOCA
Angelo Conigliaro	15	LA NOSTRA ECONOMIA
	16	CHE COSA SUCCUDE
Alberto Dall'Ora	18	UN GIUSTO SEQUESTRO
Domenico Bartoli	21	L'ITALIA ALLO SPECCHIO
Raffaello Ubaldi	24	IL QUARTO REICH
Marzio Bellacci	34	LA STALLA VUOTA
Antonietta Garzia	40	ABBIAMO ANCHE L'ENTE SPIELBERG?
Aldo Donati	44	NAUFRAGIO NELLA GIUNGLA
Marzio Bellacci	54	FIUTANO LA DROGA IN NOME DELLA LEGGE
Ulrico di Aichelburg	62	LA NOSTRA SALUTE
Giuseppe Grazzini	64	COSI' PRESTO, ANNA
	72	L'ARCO DI COSTANTINO
Herbert Edlin	81	ATLANTE DEL MONDO VEGETALE (1)
Giorgio Torelli	86	LE CONFESSIONI DI SOPHIA
Piero Fortuna	94	MI FACCIA UN BEL MOBILE ANTICO
Roberto Cantini	104	NABOKOV TRA I CIGNI DI MONTREUX
Raffaello Ubaldi	114	COMPAGNI, CHE FINE HA FATTO MIO MARITO?
Luigi Baldacci	123	LA GRANDE VOCE DI PABLO NERUDA
Peter Goldmark	124	COME INVENTAI IL MICROSOLCO
Franco Bertarelli	132	SKYLAB: RITORNO CON LA BOCCA AMARA
Teodoro Celli	142	IL MESSAGGIO DI BRITTEN
Roberto Cantini	146	TANTE COSE DA SCOPRIRE SU FREUD
Raffaele Carrieri	148	MOZART NEI RITRATTI DI BERMAN
Giorgio Torelli	150	« DOPO DI ME IL DILUVIO »
	152	I PROGRAMMI RADIO E TV



In questo numero: un'inchiesta sulla nuova Germania, le « confessioni » di Sophia Loren e, in dono a tutti i lettori, la prima delle quattro dispense dell'Atlante del mondo vegetale. (Foto di copertina: Tazio Secchiaroli)

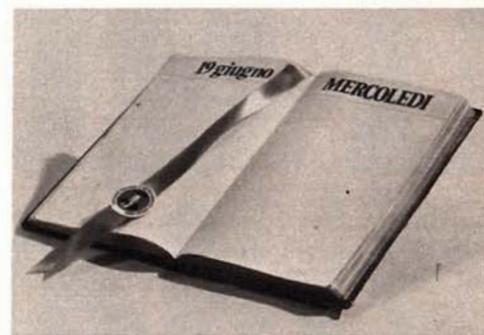
Redazione, Amministrazione, Pubblicità: via Bianca di Savoia 20, 20122 Milano - Tel. 8384 - Ufficio Abbonamenti: tel. 7389551/2/3/4 - Indirizzo telegrafico: EPOCA - Milano Telex 31119 Epoca, Redazione romana: v. Sicilia 136/138, 00187 Roma - Tel. 46.42.21/47.11.47 - Indirizzo telegrafico: Mondadori-Roma. Numeri arretrati: L. 250. Inviare l'importo a: Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. - Sezione Collezionisti - via Bianca di Savoia 20, 20122 Milano (Telefono 7389551/2/3/4) - servendosi preferibilmente del C.C.P. n. 3/26780. Abbonamenti: Italia biennale L. 26.000 con dono speciale - Estero biennale L. 37.200 con dono speciale - Italia annuale L. 13.000 con dono normale - Estero annuale L. 18.600 con dono normale - Italia semestrale L. 6.500 senza dono - Estero semestrale L. 9.300 senza dono. - Per cambio indirizzo inviare L. 100 in francobolli e la faccetta con il vecchio indirizzo. Gli abbonamenti possono avere inizio in qualsiasi periodo dell'anno. Inviare l'importo a Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. - Ufficio Abbonamenti - via Bianca di Savoia 20 - 20122 Milano (Tel. 7389551/2/3/4) - servendosi preferibilmente del C.C.P. n. 3/34552. Gli abbonamenti possono anche essere fatti presso gli Agenti Mondadori nelle principali città e inoltre presso i seguenti « Negozi Mondadori per Voi »: Bari, v. Abate Gimma 71, tel. 23.76.87; Bologna, v. D'Azeglio 14, tel. 23.83.69; Bologna, piazza Calderini 6, tel. 23.20.73; Cagliari, v. Logudoro 48, tel. 5.08.23; Capri (Napoli), v. Camerelle 16/a, tel. 77.72.81; Caserta, v. Roma - Pal. Unione Industriali, tel. 9.17.91; Catania, v. Etna 368/370, tel. 27.18.39; Como, v. Vitt. Emanuele 36, tel. 27.34.24; Cosenza, c.so Mazzini 156/c, tel. 2.45.41; Ferrara, v. Della Luna 30, tel. 3.43.15; Firenze, v. Lamberti 27/r, tel. 28.37.00; Genova, v. Carducci 5/r, tel. 5.39.18; Gorizia, c.so Verdi 102/b (Galleria), tel. 8.70.07; La Spezia, v. Biassa 55, tel. 2.81.50; Lecce, v. Monte San Michele 14, tel. 2.68.48; Lucca, v. Roma 18, tel. 4.21.09; Messina, v. Dei Mille, 60 - Pal. Toro, tel. 2.21.92; Mestre (Venezia), v. C. Battisti 2, tel. 95.03.14; Milano, c.so V. Emanuele 34, tel. 70.58.33; Milano, v. Vitruvio 2, tel. 27.00.61; Milano, v.le Beatrice d'Este 11/a, tel. 837.48.27; Milano, c.so di Porta Vittoria 51, tel. 79.51.35; Milano, c.so Vercelli 7, tel. 46.94.722; Milano, v. Cesare Correnti 14, tel. 80.76.95; Modena, v. Università 19, tel. 23.02.48; Napoli, v. Guantai Nuovi 9, tel. 32.01.16; Padova, v. Emanuele Filiberto 1, tel. 3.83.56; Palermo, v. della Libertà 14/c, tel. 20.42.12; Parma, v. Mazzini 50 - Galleria, tel. 2.90.21; Pescara, c.so Umberto 1 14, tel. 2.62.49; Pisa, v.le A. Gramsci 21/23, tel. 2.47.47; Pordenone, v.le Cossetti 14, tel. 2.73.00; Roma, Lungotevere Prati 1, tel. 65.58.43; Roma, v. Veneto 140, tel. 46.26.31; Roma, CIM (Pal. Vetro), v. XX Settembre 97/c, tel. 48.13.51; Roma, CIM piazzale della Radio 72, tel. 55.06.07; Roma, piazza Gondar 10, tel. 831.48.80; Torino, v. Roma 53, tel. 51.12.14; Trieste, v. G. Gallina 1, tel. 3.76.88; Udine, v. Vittorio Veneto 32/c, tel. 5.69.87; Venezia, San Giovanni Crisostomo 5796, Cannaregio, tel. 2.51.02; Verona, piazza Bra 24, tel. 2.26.70; Vicenza, c.so Palladio 117 (Gall. Porti), tel. 2.67.08. Pubblicità: inserzioni in bianco e nero L. 1.530.000 la pagina.



Questo periodico è iscritto alla FIEG
Federazione Italiana Editori Giornali

ARNOLDO MONDADORI EDITORE

un whisky un mercoledì



Uno dei "casi" che negli ultimi anni hanno riscosso l'attenzione degli studiosi dei fenomeni socio-comportamentali e la curiosità di milioni d'americani, è stata l'abitudine assunta dagli statunitensi, in seguito ad un lancio pubblicitario, di consumare un certo whisky in un certo giorno della settimana.

Precisamente il mercoledì.

Chissà perché gli amatori di questo "grappa inglese" abbandonarono la marca preferita, per bere, il mercoledì, proprio quel whisky. Certamente si è di fronte ad un successo della tecnica di comunicazione che ha forse saputo interpretare, in una società paradossalmente libertaria e conservatrice come quella americana, uno stato d'animo propenso ad accettare l'invito al "nuovo", a rompere le proprie abitudini e con questo a stupire un poco quelli che ci circondano. Successo comunque di un prodotto, questo è fuori di dubbio: visto che passata l'ondata dell'adesione d'impulso ad un simpatico invito, "il whisky del mercoledì" è poi entrato stabilmente nella preferenza dei consumatori. Quel whisky è il Teacher's.

ANCHE IN ITALIA

Teacher's è presente da anni anche in Italia, dove è stato pubblicitariamente introdotto con lo slogan "l'amore a tre". Un elemento di armonia, questo whisky scozzese, non solo per la coppia affiatata ma anche nelle occasioni normali del consumo familiare. Perché questo scotch unisce alla forza una morbidezza che lo rende gradito sia ai palati esperti che a quelli dei giovani e femminili.

A Londra, per esempio, secondo i dati di una indagine effettuata in relazione appunto al consumo del whisky nell'ambito familiare, Teacher's è risultato il preferito.

Prodotto con malto purissimo tratto dall'eccezionale orzo degli altipiani scozzesi nella distilleria di Ardmore, Teacher's vanta il titolo ambizioso di HIGHLAND CREAM, e mantiene inalterata la sua qualità di whisky superiore nonostante l'incremento continuo delle vendite.

E' dal 1830 che la Teacher's - una delle pochissime Società distillatrici scozzesi che siano ancora nelle mani dei discendenti del fondatore - cura e mantiene gelosamente le caratteristiche di questo scotch, che oggi ancora, dopo 143 anni, si conserva fedele alla composizione d'origine.

Questo può spiegare il successo di un prodotto che anche in Italia, come in tutto il mondo, gode di un favore sempre maggiore comprovato dagli indici d'incremento vendite costantemente soddisfacenti.

Nella confusione creata in Italia nell'ultimo quinquennio con "l'assalto" al nostro mercato di questa bevanda tipicamente anglosassone, il Teacher's ha saputo trovare una sua personalità ben precisa in mezzo alle decine di etichette della concorrenza.

Oggi il classico tocco del Maestro - come appunto in inglese significa Teacher's - è simbolo di scotch di classe, di whisky distillato invecchiato e imbottigliato nelle "terre alte" di Scozia dove malto, acque, alambicchi, dosaggi e procedure sono rimaste inalterate nel tempo secondo una tradizione gelosamente custodita.

Teacher's, il whisky "dell'amore a tre", a giudicare dal successo è bevuto in Italia non soltanto il mercoledì... ma ogni qualvolta la circostanza richiede il tonificante relax di sapore scozzese.

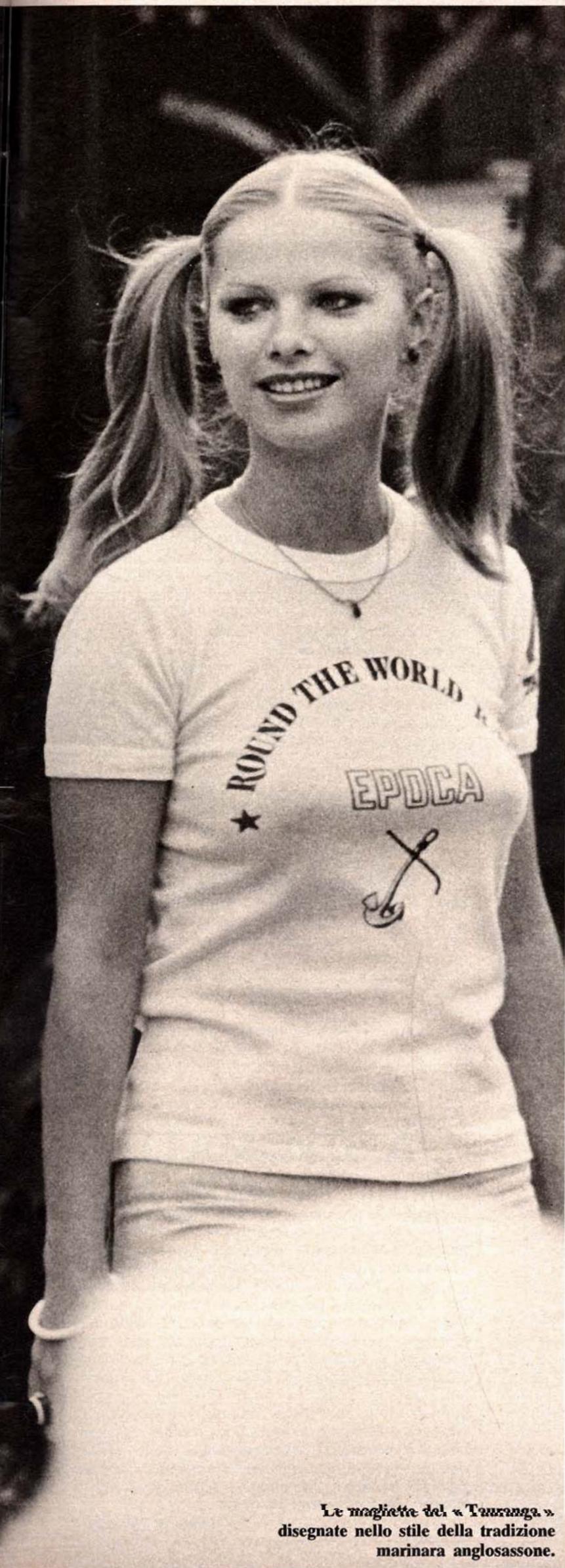


LE MAGLIETTE DEL TAURANGA

Due marinarette in piazza del Duomo hanno suscitato la curiosità dei milanesi. È accaduto la settimana scorsa, quando due belle ragazze in *blue-jeans* e zatteroni hanno salutato la fine dell'estate con un omaggio al mare. Indossavano la maglietta del *Tauranga*, il « diciassette metri » guidato da Erik Pascoli che in questo momento è impegnato nella più lunga regata intorno al mondo che si ricordi a memoria d'uomo.

La maglietta è stata disegnata in occasione di questa straordinaria avventura. Sul davanti, in blu, c'è la scritta della gara; in rosso, il nome del nostro giornale, che patrocina l'impresa di Pascoli; e sempre in blu l'ancora che caratterizza i servizi giornalistici del nostro inviato Livio Caputo da bordo del *Tauranga*; sulla spalla sinistra, il tricolore a forma di arcobaleno e il nome dell'imbarcazione. Le ragazze hanno visto la maglietta dell'equipaggio di Pascoli guardando su *Epoca* le fotografie di Mario De Biasi e di Sergio Del Grande, l'hanno trovata divertente, l'hanno cercata dappertutto finché non sono venute a chiedercela. E noi gliel'abbiamo data come *souvenir* dell'appassionante gara.





Le magliette del «Tauranga»
disegnate nello stile della tradizione
marinara anglosassone.

