

VENDING MACHINE

«Drop coin here», avverte la targhetta. Avete un cent o un nickel sottomano? Tuffatelo nella slot: tirate il cassetto o la leva, girate la manopola, premete il bottone, e la macchinetta si animerà. Uscirà una pallina di gomma, una matita, una scatola di fiammiferi oppure nulla, perché la scorta è esaurita; ma non importa. Non è l'oggettino o la piccola quantità di prodotto il vero oggetto del desiderio: è piuttosto un'altra merce impalpabile, fatta di sensazioni e di emozioni, che la macchina dà in più; una gratificazione supplementare legata alla gioia degli occhi e a un certo meccanismo di identificazione, su cui si basa la fortuna degli antichi congegni automatici di

vendita. Una fascia abbastanza ampia di oggetti concepiti per vendere al pubblico i quali, dopo un periodo di onorato servizio e una parentesi di abbandono, si ritrovano oggi al posto d'onore nella casa elegante, nello studio o nell'ufficio di grido; a vendere non più una merce ma semplicemente se stessi.

Fra gli estimatori delle vending machine c'è Roberto D'Agostino, che tiene in bagno un dispensatore automatico a spruzzo con tre varietà di profumo. Nel mirabolante studio torinese di Ugo Nespolo le vending sono di casa, fra giocattoli di latta, computer e mobili Memphis. Al loro fascino non si sottraggono, naturalmente, Paolo ed Elisabetta De Angelis, titolari

Una distributrice di bottigliette di Coca-Cola, marca Vendorlator, prodotta in California nel 1953. In basso, i proprietari dello spazio Old, Paolo ed Elisabetta De Angelis.



Due secoli fa distribuivano prese di tabacco nelle taverne inglesi, ma fecero fortuna solo in America con il chewing-gum. E ora i vecchi distributori automatici diventano punti d'attrazione dell'arredamento

BENVENUTI IN SALOTTO

TESTO E FOTO DI ENRICO CASTRUCCIO



Un distributore automatico del 1926 e, sotto, una «venditrice» di scatolette di Aspirina degli anni Cinquanta. A destra, una macchina dispensatrice di chewing-gum prodotta a Los Angeles negli anni Quaranta.



di Old, uno spazio torinese che è anche un brandello di vecchia America e dove, accanto alle macchinette da vendita in senso stretto, si trovano, perfettamente restaurati, altri congegni che pure vendono qualcosa: juke-box, slot-machine, flipper, erogatori di benzina, bilance e altro ancora.

«Le vending», dice De Angelis, «non interessano solo ai privati. Negli Usa i vecchi gum-ball dispenser vengono rimessi in uso nei negozi e negli uffici per offrire un piccolo dono ai visitatori, e recentemente l'idea è stata ripresa anche in Italia». Insomma, il settore è in movimento: quello che scarseggia sono, purtroppo, le macchinette. A cercarle in cantine,

solai, magazzini, negozi fuori mano si è da tempo scatenato un piccolo esercito di raccoglitori che setacciano in lungo e in largo gli States. Perché la fonte principale, la mecca dei cercatori, è là, oltre Atlantico.

Negli anni Ottanta dell'Ottocento gli Usa vivevano una situazione ancora turbolenta e avventurosa, fatta di disparità sociali e spettacolari arricchimenti dai quali traeva origine una robusta ossatura economica e imprenditoriale. In parallelo crebbero in quegli anni industria e tecnica: se le prospettive di guadagno stimolavano i tentativi degli inventori, questi avevano sul suolo americano maggiori possibilità di riuscita grazie alla massiccia presenza di fi-

nanziatori, tecnologie e canali commerciali. Fu là e allora che divennero realtà industriale molti congegni che esistevano già da tempo allo stato di idea, o erano stati prodotti e utilizzati solo in modeste quantità.

È il caso delle vending machine, che avevano avuto il loro debutto già nell'Inghilterra del Settecento, quando la Rivoluzione Industriale muoveva i primi passi: nelle honour box, disposte sul bancone delle taverne, una molla faceva aprire uno sportello, previo inserimento di un halfpenny, rendendo accessibile il tabacco contenuto all'interno. Il cliente doveva prelevare una modica quantità del prodotto e poi prendersi la cura di richiudere: era appunto solo una questione di onore.

Meccanismi come questi richiedevano o una buona sorveglianza o una grande fiducia nel prossimo, e chiaramente andavano perfezionati, ma la loro presenza denotava due cose: si iniziava a sentire l'esigenza di vendere automaticamente, e la tecnologia dei meccanismi a moneta era già entrata nel mirino degli inventori che, nei primi decenni dell'Ottocento, ottennero congegni ancora rudimentali ma finalmente non più legati all'onorabilità dei clienti. È il caso della Penny Paper, una dispensatrice di tabacco in confezioni, fabbricata nel 1839 in America su precedente brevetto inglese. I primi inventori, comunque, erano quasi tutti europei: inglesi soprattutto, ma anche tedeschi e francesi. Nel vecchio continente, però, i loro congegni avevano un successo limitato. Lo capì il londinese Percival Everett che dopo aver brevettato nel 1883 una venditrice di cartoline illustrate e l'anno seguente una bilancia a moneta, nel 1885 caricò tutto su una nave e tentò l'avventura americana.



VENDING MACHINE

Proviene dal Missouri e risale agli anni Cinquanta il distributore spray di profumo qui sotto. A destra, un distributore di chewing-gum Pulver degli anni Venti, con un personaggio che si muove quando si usa l'apparecchio. In basso una gru pesca-oggetti prodotta a Chicago nel 1930.



leziona. Inizialmente il pubblico veniva attirato con una tecnica da imbonitori di fiera. Molte vending realizzate fra l'Ottocento e il Novecento contengono per esempio un personaggio che si mette in movimento quando si utilizza la macchina, mentre in altri modelli, ad attrarre l'attenzione è un'idea che sta alla base della forma e del funzionamento: la gallina che fa le uova, la testa che emette merce dalla bocca. Una particolare categoria, un po' gioco e un po' vendita, è quella dei claw e dei digger: cioè le benne che il cliente stesso può manovrare per impadronirsi di quanto sta all'interno. I trade stimulator offrono invece al compratore la possibilità di cimentarsi in un gioco: se si vince si ha diritto a una quantità di prodotto maggiore.

Congegni del genere sono alle origini del pin ball e delle slot machine, le cosiddette macchinette mangiasoldi che spesso aggiunsero la vendita all'azzardo solo per aggirare le norme antiscommesse. Altre vending offrivano un servizio a tempo: c'erano ventilatori, radio, lampade, macchine lustrascarpe, bilance.

Chi ancora non possiede uno di questi deliziosi giocattoli può provare a cercarlo a Torino, da Old (Via Duchessa Jolanda 13/A), il negozio da cui provengono gli oggetti fotografati in queste pagine. I prezzi vanno dal mezzo milione in su, a seconda dell'età, della bellezza e delle caratteristiche merceologiche della macchina: per esempio un venditore di profumo o di noccioline è in genere più raro di uno di gomma da masticare. In Italia, comunque, le vending si possono trovare anche a Milano, alla Galleria Modernariato (Corso Vittorio Emanuele angolo Via S. Paolo 1) e a Roma da Dakota (Via del Corso 194).

Everett diede un impulso importante a tutto il settore: mentre i suoi congegni conquistavano il mercato americano, altri inventori-imprenditori gareggiavano a imitarli e a migliorarli. Di lì a poco l'industria delle vending machine divenne una realtà: soprattutto negli Usa, ma anche, almeno in parte, in Europa. Nascevano in quegli anni tutte le macchinette a moneta: i congegni per il gioco d'azzardo (New York, 1877), gli antenati del flipper (Londra, 1889) e quelli del juke-box (San Francisco, 1899); e anche i divertimenti automatici più vari, dai kineoscopi ai visori stereoscopici, dai tester di forza ai fantasiosi fortune-teller.

Una volta trovata la formula, gestire le macchinette era conveniente: in America, infatti, la manodopera costava cara, e per i produttori era una meraviglia avere il campo d'azione esteso a un inte-

ro continente, mantenendo sempre lo stesso tipo di spiccioli. Il pubblico, cent dopo cent, nickel dopo nickel, spendeva migliaia di dollari quasi senza accorgersene.

Per le vending il vero boom venne dopo il 1888, quando Thomas Adams accumulò una fortuna installando il suo distributore di chewing-gum Tutti Frutti nelle stazioni della ferrovia soprallevata di New York, provocando un'ondata di imitazioni e innescando un meccanismo commerciale che non si è più fermato. Da allora le vending continuano a essere una presenza costante nel paesaggio americano, e ancora oggi fanno onestamente il loro lavoro anche se hanno perso molto del fascino e della creatività originari.

Fino agli anni Cinquanta, lo spettacolo era un elemento importante di questi congegni, e tale rimane ancor oggi per chi li cerca e li col-

