ARNOLDO MONDADORI EDITORE Anno VI Numero 19 CON I.P. SPEDIZ. IN ABB. POST. GR. 2A/70 - 14 MAGGIO 1993 GERMANIA DM 5.30

DONNA MODERNA

Lire 2000

Settimanale femminile di moda, attualità, cronaca e spettacolo

VECCHIO E NUOVO

COSE ANTICHE, COLLEZIONISMO, MOSTRE E MERCATI

LUNCH BOX

Merendine a fumetti

Da cestini per la colazione, traboccanti di ricordi d'infanzia, insoliti oggetti da collezionare

Roy Rogers e Mickey Mouse, gli eroi dei fumetti più amati dai bambini, sulle lunch boxes a valigetta.

Lunch boxes col coperchio arrotondato, esemplare molto ricercato dai collezionisti.

Braccobaldo e i suoi amici in versione a bauletto.

Antenate dello zainetto, le lunch box rappresentarono sicuramente la più indovinata trovata pubblicitaria del dopoguerra.
Questi divertenti cestini per la merenda, realizzati in latta e decorati con i protagonisti dei più famosi fumetti televisivi, accompagnarono all'asilo i bambini degli anni Cinquanta, diventando presto il simbolo della loro affermazione sociale e il riflesso dell'identificazione di ogni bimbo con i personaggi TV riprodotti.
Negli anni del boom demografico, tra il 1950 e il 1980, furono venduti oltre 120 milioni di cestini, nonostante fossero contestati dalle autorità scolastiche, in quanto oggetti frivoli e poco adatti alla serietà del tempio della cultura.
La prima lunch box risale al 1949, quando la Aladdin Industries ne presentò sul mercato un esemplare decorato con il personaggio televisivo Hopalong Cassidy, ben visibile su sfondo rosso.
Quattro anni dopo, un'altra ditta, l'American Thermos, entrò in concorrenza con la Aladdin mettendo in commercio il primo cestino completamente litografato, con l'immagine di un personaggio del filone western: Roy Rogers. Per ottenere il primato delle vendite le due ditte rivali ricercarono la collaborazione di famosi designer quali Robert O. Burton, noto per il progetto di illuminazione della State Street a Chicago, e di Elmer Lehnhardt che collaborò alla creazione del Babbo Natale della Coca Cola.
L'apice del design fu comunque raggiunto nei modelli col coperchio arrotondato, che ben si adattavano ad assumere la forma di un treno o di un pullman. Nonostante il grande successo ottenuto, essi furono prodotti in quantità limitate a causa dell'elevato costo produttivo.
L'inizio degli anni Sessanta decretò la scomparsa di questi prodotti metallici: un gruppo di mamme, infatti, preoccupate per l'incolumità dei figli, ottenne dalle autorità dello Stato della Florida il bando dei cestini, considerati pericolosi nelle liti tra bambini. Altri Stati americani fecero proprio questo decreto e il metallo venne allora sostituito dal vinile, materiale tuttora usato nella creazione delle lunch box. Ebbe così fine la fantasiosa produzione degli anni Cinquanta e Sessanta che diventò però subito oggetto di nostalgico ricordo e di operosa ricerca, dando origine a un nuovo tipo di collezione.
È comunque difficile trovare una lunch box che sia sopravvissuta al tempo, e all'uso non sempre riguardoso, in perfette condizioni. Oggi i collezionisti, soprattutto americani, cercano affannosamente e dovunque questi allegri oggetti, che sul mercato sono quotati da 100.000 fino a 1.500.000 di lire per gli esemplari più rari. A Torino Paolo ed Elisabetta De Angelis, della "Old Jukeboxes" (via Duchessa Jolanda 13/A, tel. 011/39-11-7713048), propongono una ricca collezione per chi volesse creare un angolo divertente nella camera dei bambini.

Francesca Facchi