

---

## Il vero vintage

**Autore:** Gabriele Amenta

**Fonte:** Città Nuova

**Tornano di moda le etichette retrò dei prodotti di largo consumo di un tempo, anche nelle campagne pubblicitarie. Surrogati di un' epoca felice?**

Una macchina corre veloce sulla pista. È una Ferrari degli anni Cinquanta. L'immagine è seppiata, anticata, come una vecchia fotografia ingiallita. È la sigla della trasmissione sportiva del canale televisivo La7 dedicata alla Formula uno. Una nota pubblicità di una marca italiana ci racconta tutta la storia dell'azienda, partendo dal lontano 1877, anno in cui la bottega di famiglia cominciò la produzione di pane e pasta. Interi programmi radio e tv sono confezionati sul gusto *vintage* (vuol dire "un buon prodotto d'annata"), su ciò che dal passato torna di moda: vecchi successi musicali, personaggi d'altri tempi che ci ricordano il tempo che fu e come eravamo.

Non solo le immagini ma anche gli oggetti, i prodotti, le confezioni si tingono d'antico. Bibite, merendine, dentifrici, gomme da masticare, saponi, lucidi da scarpe, caramelle riscoprono le loro origini e il modo in cui sono apparsi e si sono affermati sul mercato. E come allora hanno attirato l'attenzione dei nostri genitori e nonni, oggi, in tempi di crisi economica, c'è la speranza che, tornare all'antico faccia ritrovare l'ispirazione originaria del prodotto e soddisfi il bisogno dei consumatori che cercano sicurezza. E riscoprire l'autenticità, la genuinità, la freschezza di un tempo, quando le sofisticazioni alimentari, i trucchi della chimica, i conservanti, l'inquinamento delle materie prime, la mercificazione del corpo della donna nella pubblicità, non erano ancora inventati dall'uomo, protagonista del mercato.

Con il *vintage* è come entrare nella realtà virtuale di un piccolo mondo antico e vedere attraverso una sfera di cristallo le immagini nostalgiche del passato. Le confezioni diventano "segni", in cui riconosciamo la bontà di un tempo. E magari era davvero così. La ricetta della nonna che era capace di fare autentiche leccornie dolci o salate. L'abilità dell'artigiano: fabbro, calzolaio o falegname che sia, con «l'intelligenza nelle mani» produceva oggetti fatti alla perfezione. E ancora, il panettiere che, nel frattempo, per la propria abilità riconosciuta, è diventato imprenditore e si è messo in proprio. Ieri aveva il suo laboratorio nel retrobottega della casa di famiglia, oggi è proprietario di un'azienda affermata sul mercato che vende i suoi prodotti in mezzo mondo. Forse, il gusto *vintage* vuole dirci anche questo. Scatole emerse dal passato che rievocano vecchie storie, vecchi sapori e profumi. Non solo le cose autentiche e genuine, ma anche le persone che le producevano. Come se il progresso, la tecnologia, la sete di guadagni abbiano inquinato un po' tutto. E quell'antica bottiglia di una bibita, magari una gazzosa, ha il potere di riportarmi indietro nel tempo, alla letizia della mia giovinezza, e di evocare ricordi affievoliti, episodi cancellati, sentimenti perduti.

Quando ero bambino, sì che ero libero e felice! Ed è vero. Ma anche oggi solo la leggerezza dello

---

spirito può farci tornare bambini, liberarci dai pesi delle responsabilità e dei problemi, affrontare la vita con gioia, cogliere il positivo e il lato umoristico delle situazioni. Ci sarà sempre un contadino, come mi è accaduto da bambino, ad offrirci una gazzosa ghiacciata per avergli tenuto a bada, con scarsi risultati, le mucche mentre lui andava in città. Berla d'un fiato era sperimentare lo stupore della gratuità, di aver ricevuto un "di più" che non ti aspetti. Il vero *vintage*!