

I servizi di catering aereo e i loro apparati decorativi



Dagli anni '30 fino alla fine degli anni '60, il *catering* delle grandi compagnie europee e statunitensi, in concorrenza reciproca sulle rotte più importanti, si caratterizza per i colori neutri delle stoviglie e per l'adozione di posate in acciaio. Gli approcci stilistici sono riconducibili a due filoni, uno tradizionalista ed uno modernista. Da un lato vi è chi, come Pan American Airways (Pan Am o, in sigla, PAA) ed Air France, predilige la classica porcellana, sofisticata e finemente ornata. Dall'altro, chi, come Trans World Airlines (TWA) e Delta Airlines, opta per la melamina monocromatica, priva di ornamenti pittorici, con l'unica nota del logo vistosamente impresso sui tovaglioli o su elementi monouso.

Un'ulteriore differenza tra i due filoni si ha nella presenza del vassoio, che, essendo in plastica, accompagna solo i servizi composti del medesimo materiale, mentre striderebbe accanto alla porcellana. Tra Pan Am e Air France vi è poi un altro importante aspetto in comune: l'offerta gastronomica. Entrambe le aziende riconoscono infatti la cucina francese come la più sofisticata e prestigiosa al mondo. A sua volta, questa scelta di campo non è pienamente condivisa da Delta e TWA, che ai loro passeggeri non disdegnano di servire il notissimo *american sandwich*. Soprattutto per i servizi di *catering* di prima classe, il menù svolge un ruolo determinante nell'orientare le aziende verso l'uno o l'altro dei due stili di servizio.



Pan American Airways (PAA), Set completo, anni '30, San Francisco, SFO Museum (www.sfomuseum.org).

Soprattutto all'inizio della sua vicenda imprenditoriale, Pan Am predilige materiali classici di alta qualità manifatturiera, con leggeri decori allusivi. Le fini stoviglie Pan Am in porcellana bianca smaltata, sono decorate con uno stile marinaro, oggi decisamente curioso. Esso prevede una tricromia in bianco, blu e rosso; la linea è sottile e, nella sua circolarità, ricorda tanto l'oblò delle navi; il tovagliolo è in lino e reca l'immagine della bandiera che garrisce al vento. Perché una linea aerea utilizza uno stile all'apparenza così inappropriato? Perché Pan Am opera nel luogo da cui è più frequente partire per un viaggio negli anni '30, ovvero nei porti da cui salpano le grandi navi turistiche. Grazie alla praticità dei giganteschi idrovolanti *Clipper*, in grado di decollare ed atterrare in sicurezza anche in mare aperto, Pan Am è in grado di collegare Rio de Janeiro a New York, San Francisco a Honolulu, di raggiungere i Caraibi e di coprire varie altre rotte di grande attrattiva. Al posto della pista di atterraggio, l'acqua di una baia o di una foce. Dunque l'azienda non può che trarre ispirazione dalla brezza marina, che accoglie i passeggeri in procinto di imbarcarsi.

Il tovagliolo di lino, rigorosamente alla sinistra del piatto, accanto alla

forchetta d'acciaio, è l'unico elemento riccamente decorato del servizio. Sulla sua purezza svetta orgogliosa la bandiera della linea aerea: un rettangolo diviso in tre sezioni longitudinali: blu, bianco, blu. Nella fascia centrale, nella stessa tinta blu, il marchio. Esso è riportato su ogni oggetto, ad eccezione di quelli in vetro e in acciaio. Le sottili linee blu che corrono sui piatti e sul tovagliolo, in quest'ultimo si duplicano e si congiungono per formare quattro figure di forma trapezoidale, ad un paio di centimetri dall'orlo. Negli angoli del tovagliolo compaiono delle stelline rosse che, oltre ad uniformare la cornice, rompono la pacata monotonia del blu e del bianco. Rosso è anche il nastro giunto all'asta della bandiera. Ogni oggetto è decorato da una sottile linea azzurra – tranne sul manico delle posate dove le linee sono ottenute tramite una leggera estrusione del materiale – dello stesso colore del marchio, il globo alato preceduto da dalla sigla PAA, riportato su ogni prodotto in ceramica.



Trans World Airlines (TWA), set completo, dalla fine degli anni '30 e per tutti gli anni '40, San Francisco, SFO Museum (www.sfomuseum.org).

La più diretta rivale di Pan Am, TWA, ha gusti e concezioni completamente diversi. Dagli anni '30 fino agli anni '50, per la sua prima classe,

preferisce la melamina alla porcellana, e riduce gli ornamenti all'essenziale: una tinta unita neutra (avorio o *beige*) e il logo rosso. Nessuna delle stoviglie in plastica porta impressa la sigla TWA. Omogeneità e sobrietà sono i requisiti di fondo del *catering* TWA. Dalla fine degli anni '30 e per tutto il decennio successivo, il suo servizio color avorio ha un morbido profilo, e un che di elegante femminilità, manifestata soprattutto dalle linee svasate, molto floreali, dei tre bicchieri di cui il set è composto. Ad impreziosire la forma di questi ultimi vi è il manico in acciaio, rimovibile. A dare carattere all'intero servizio è, però, il design della saliera e della pepiera. Il rosso della compagnia aerea che li riveste e il marchio TWA, delineato in bianco al centro, spezzano l'uniformità cromatica e stilistica, dando grinta e personalità all'insieme.



Trans World Airlines (TWA), set completo, anni '50, San Francisco, SFO Museum (www.sfomuseum.org).

L'equipaggiamento in uso a partire dai primi anni '50 non è che l'evoluzione, resa necessaria dal costante progresso tecnologico e dalla modernizzazione della cambusa, di quello precedente. Il set conserva intatta la forma dei bicchieri e della ciotola, cioè gli elementi più caratterizzati in senso naturalistico, ma perde parte della sua dinamicità: il porta sale e pepe in

plastica rossa viene infatti sostituito con piccole bustine usa e getta, di colore beige. Non solo, i decori sul tovagliolo vengono ridotti al minimo. Il risultato è un servizio più austero, più omogeneo e molto meno vivace. Si direbbe quasi che TWA abbia il solo obiettivo di ridurre il suo servizio *catering* alla più stringata praticità, senza alcuna ambizione stilistica. Ma non è così perché, intorno alla metà degli anni '50, come vedremo, un'altra compagnia americana adotterà questa stessa posizione. Con l'ampliamento della scelta gastronomica e l'introduzione dei piatti caldi, il cucchiaio non è più la sola posata a disposizione del passeggero. Invece di cercare o creare *ad hoc* posate che meglio si sposino all'originale, TWA decide di allestire un corredo in linea con la forma delle nuove stoviglie e del vassoio, finalmente presente. La paffuta *silhouette* del cucchiaio, cede perciò il posto al rigore degli angoli acuti. Tutti gli oggetti aggiunti sono lineari, con gli angoli arrotondati, in netto contrasto con la sinuosità degli anni '30 e '40. Seppur dello stesso materiale delle altre, le nuove stoviglie hanno una forma meno aggraziata, soprattutto la tazza, con quella sua rigida svasatura a strati. L'eterogeneità degli elementi del *set* è ben camuffata dalla quasi omogeneità cromatica. Ciò che rende gradevole l'aspetto di un servizio che altrimenti risulta improvvisato ed anonimo, è la grafica, in particolare il rosso scarlatta, riportato strategicamente sul tovagliolo e sui piccoli complementi monouso.



Delta Airlines, set per la cena, 1954, Atlanta, Delta Flight Museum (www.deltamuseum.org).

Delta Air Lines lancia il suo nuovo e più prestigioso servizio di *catering*, il Royal Jet Service, il 18 settembre 1959, quando entra in servizio il Douglas DC-8, primo velivolo a quattro reattori della compagnia. Il vassoio termoformato in plastica color avorio è il supporto di un piatto, rotondo,

utilizzato per la portata principale, di un bicchiere e di una fruit cup, in melamina color pesca. Il set è fabbricato da Plastic Inc., di St. Paul, Minnesota, mentre la produzione delle posate si deve a International Silver Co. Forchetta, cucchiaio e coltello, di metallo placcato in argento, hanno il manico decorato da due scanalature svasate, parallele tra loro. All'interno di esse, dove la svasatura è più ampia, verso l'estremo inferiore del manico, si trovano due linee curve. Nessuna delle posate è ideata appositamente per il lancio del nuovo veicolo alato; esse sono infatti già state adottate dalla compagnia nel 1946, e vengono mantenute fino agli anni '60, quando sono rimpiazzate da altre, morfologicamente quasi identiche ma in acciaio inossidabile. Le parti in plastica, invece, risalgono al 1954, quando, con l'arrivo del Douglas DC-7, l'azienda introduce il Golden Crown Service, tra i cui servizi *extra* spiccano la disponibilità di una macchina da scrivere e di un rasoio elettrico per gli uomini.



Delta Airlines, piatto n°380, anni '60, Atlanta, Delta Flight Museum (www.deltamuseum.org).

A conti fatti il *Royal Jet Service* ha, di nuovo, solo la parola *Jet*, perché in realtà è il *Royal Service* lanciato appena un anno prima, nel 1958, sul DC-7. Nel 1959, però, sono accolte a bordo le nuove tazze da caffè, sempre in melamina, ma color corallo all'esterno e bianco all'interno. Ancora una volta, esse sono prodotte dal fornitore di fiducia, la Plastic Inc., che

realizzerà anche la nuova generazione di piatti, come ad esempio i numeri 380 e 522, disegnati negli anni sessanta, ancora in melamina, ma bianca. La forma del primo piatto, spezzata da un divisorio centrale, utile ad esempio a separare la portata principale dal contorno, allude all'impennaggio di coda dei moderni *jet*.



Air France, servizio per la ristorazione nella classe "La Première", anni '60, San Francisco, SFO Museum, (www.sfomuseum.org).

La futura alleata commerciale europea di Delta, Air France, conserva invece un'immagine di alto livello, simboleggiata dalle sue hostess vestite Dior. Negli anni '60, la dotazione della prestigiosa *Première Classe* di Air France vanta sottili porcellane smaltate e bicchieri in vetro trasparente. Tutte le stoviglie, eccetto i bicchieri, hanno il bordo smerlato e decorato da gocce blu marino con un nucleo color verde *lime*, mentre nel centro dei piatti è riportato il disegno del cavalluccio marino, circondato da sette stelle in ordine apparentemente casuale, simbolo della linea aerea, ma anche motivo che contraddistingue ancora oggi la *Première*. La stessa figura, però color grigio chiaro anziché blu e verde, è impressa anche sui bicchieri. Le decorazioni sono curate dal pittore, illustratore e tappezziere Jean Picart le Doux

(1902-1982).

Come detto sopra, la preferenza di TWA per le stoviglie in plastica non ha ragioni strettamente economiche, ma sembra piuttosto volersi opporre al convincimento di Pan Am secondo cui la plastica, essendo molto più economica della porcellana, non possa che essere un'esclusiva delle classi meno agiate. La rivalità tra le due compagnie aeree è assodata, e ancor oggi non accenna a diminuire. A smentire Pan Am provvede, dopo la seconda guerra mondiale, la prestigiosa clientela hollywoodiana, che, per spostarsi da Los Angeles a New York e a Londra, preferisce servirsi di TWA. Le celebrità amano il lusso, ma ancora di più le novità, e non è un caso se preferiscono questa nuova concezione di lusso, espressa dall'uso della plastica.

Tuttavia, anche la politica di Pan Am è destinata a ritrovare, più tardi, una sua ragion d'essere. Alcune tra le principali linee aeree mondiali, già a partire dagli anni '30, hanno infatti sperimentato quella che negli anni '60 diviene nota come *Economy Class*. Imperial Airways, Pan Am, Scandinavian Airline System (SAS), seguite gradualmente da tutte le altre compagnie aeree, e non solo europee ed americane, dedicano interi aerei, o parte di essi, alla neonata classe turistica. Che requisiti debba avere la nuova classe di viaggio, e quali servizi possa offrire, lo stabilisce la IATA (*International Air Transport Association*) nel 1957. Tra i parametri che essa impone ad ogni linea aerea nel mondo, ce ne sono alcuni che vincolano le stoviglie in plastica alla classe di viaggio meno ambiziosa, lasciando ampia discrezionalità per quelle in porcellana. Dunque, ogni compagnia aerea è libera di scegliere il materiale che preferisce per la propria *First Class*. Dopo una fase interlocutoria, in cui plastica e porcellana si dividono il favore nelle *First Class* delle diverse compagnie, la concorrenza per accaparrarsi sostanziose nicchie di mercato abituate al lusso diventa sempre più aggressiva, ed è così che il materiale più tradizionale e costoso, la porcellana, ha la sua rivincita. Sulla base di questa evoluzione, possiamo oggi dire che le convinzioni di Pan Am erano tutt'altro che provocatorie o conservatrici ma, anzi, lungimiranti.

In alto: interno del Sikorsky S-40 "Clipper", in una foto di anonimo risalente al 1934 circa (State Library and Archives of Florida/Wikimedia Commons). Sotto: locandina pubblicitaria della Sikorsky Aircraft Corporation per il proprio S-40 "Clipper", 1937 (Wikimedia.org).

Once more a job of pioneering to do Once more a Sikorsky is chosen to do it

HONOLULU . . . NEW ZEALAND
and now . . . CHINA



True to its pioneering tradition, the Sikorsky Clipper was selected to establish Pan American's new service into China.

It was a Sikorsky Clipper that, in 1935, electrified the world in pioneering the trans-Pacific route to Honolulu. Again, it was a Sikorsky Clipper that, this March, opened the South-Pacific route to New Zealand. Now, fresh from these brilliant achievements, the Sikorsky Hong Kong Clipper extends its conquest to the mainland of China.

Whenever there's a long-range over-water job to be done, the record of Sikorsky makes it the logical choice.

Sikorsky Clippers

Sikorsky Aircraft, Bridgeport, Connecticut. Division of United Aircraft Corporation

