



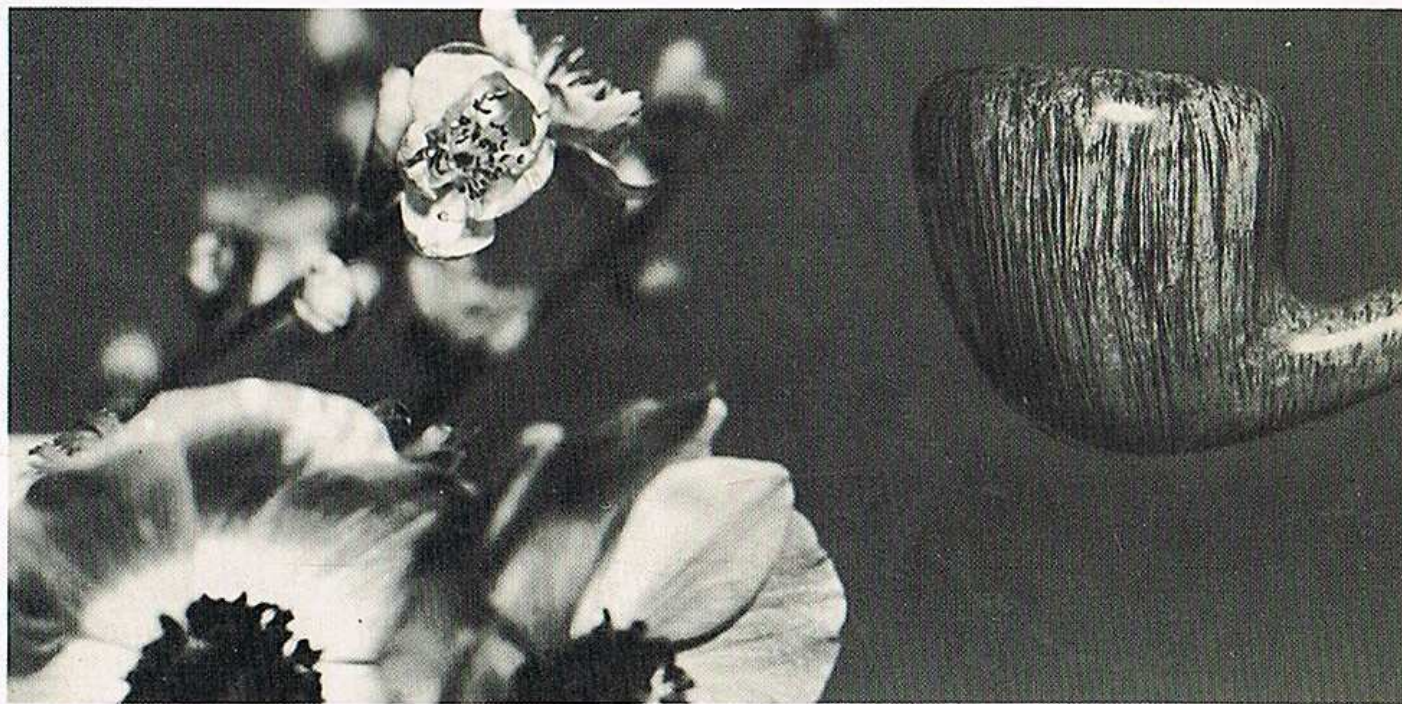
www.fumodipipa.it

*PDF realizzato amatorialmente e distribuito gratuitamente
SETTEMBRE 2009*

Extra~extra 2

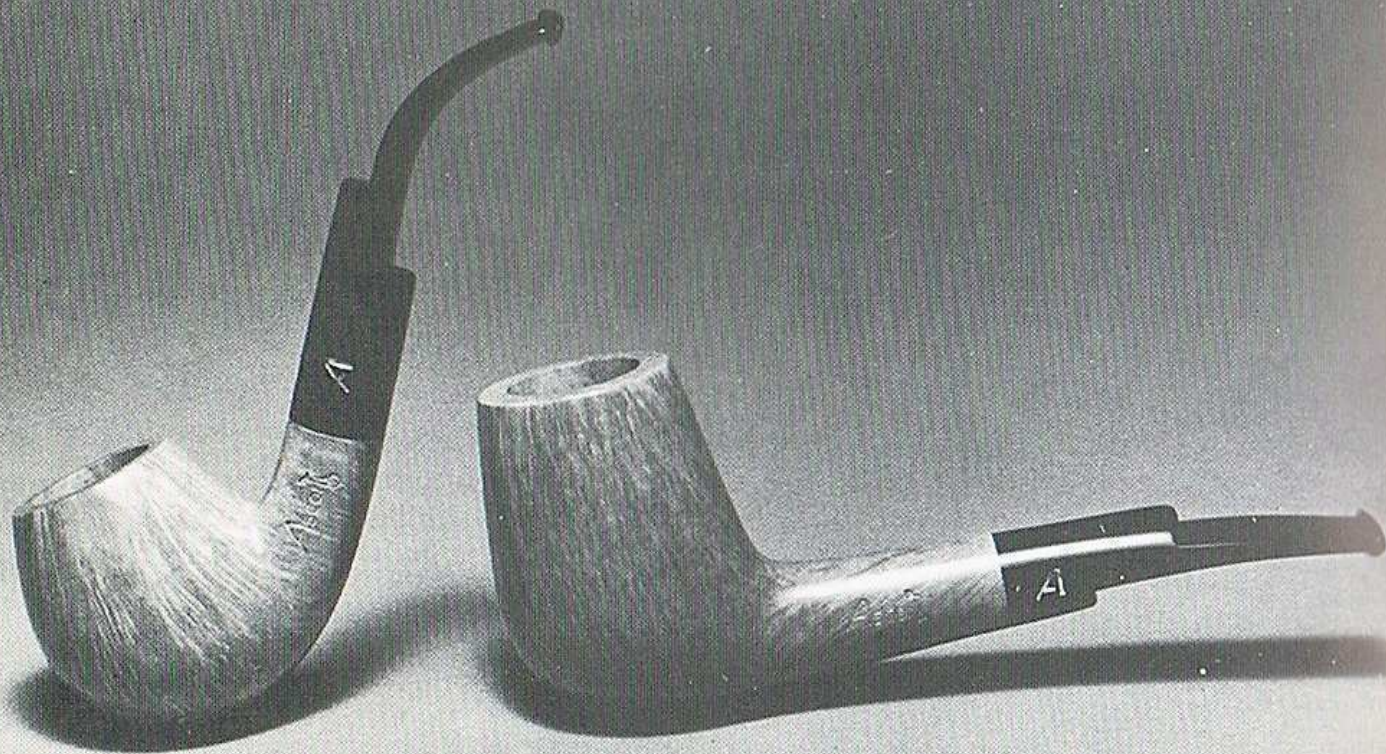
BIMESTRALE DI PIPE, TABACCHI & ALTRO

UNA PUBBLICAZIONE «EXTRA NEWS» DI COLOMBI E C.



Enzo Bearzot parla delle sue pipe • Il Ceppo, un grande prodotto dell'artigianato italiano • Nozze in casa Dunhill: sul nostro mercato Tobako è il nuovo partner • Un'occhiata ai gusti dei fumatori d'oltre-Oceano • Dall'Inghilterra i profumi Penhaligon: l'effimero in bottiglia • Balkan Sobranie, un tabacco di razza.

Pipe di alto artigianato per fumatori esigenti.



Ascorti

ASCORTI & C. - CUCCIAGO, COMO - TELEFONO 031 787176

Una rivista che promette bene

Qualche parola ci sembra doverosa sul debutto di «Extra-extra»: possiamo dire, senza troppe false modestie, di essere piaciuti. Infatti, abbiamo ricevuto numerosi complimenti, le critiche sono state decisamente benevole, mai negative. La tiratura del primo numero è quasi esaurita, da questo numero stamperemo più copie. Lettori, negozianti, inserzionisti hanno mostrato benevolenza nei nostri confronti: è per noi il massimo dei risultati auspicabili, che ci incoraggia a proseguire tranquilli. Parecchi lettori ci hanno domandato notizie sulla foto di copertina del numero scorso: ciò conferma l'attenzione con cui è stato letto il primo numero. Non vi era in nessuna pagina una didascalia per quella foto: non si trattava, credeteci, di una dimenticanza ma di una precisa scelta, che qui e adesso esponiamo: si è deciso di pubblicare fotografie di copertina che non facciano pubblicità a questo o quel fabbricante, per evitare di innescare gelosie e malevolenze. Tuttavia, per rimanere alla foto del numero scorso, diremo ai lettori che il fortunato fabbricante (non è

italiano e le sue pipe sono molto care: ma non saprete di più) a cui è andato l'onore della prima copertina di «Extra-extra» non vi ha riconosciuto una sua creatura e, incredulo, ha usato una lente per cercare il suo marchio... Signori lettori, non domandateci che pipa fosse: è un segreto che pochi (e muti) amici conoscono. Tra questi, il proprietario dell'oggetto misterioso, che ha acquistato la pipa mesi fa e l'ha gentilmente prestata per la ripresa (pensiamo che abbia sofferto per quel distacco, perché la pipa ha un prezzo da capogiro...).

E ora qualche parola su questo secondo numero: un grande del calcio, il mitico Bearzot, ci ha concesso un'intervista; abbiamo così potuto scoprire che nei panni dello sportivo si nasconde una persona di profonda cultura, che cita i classici greci con indifferenza. I fumatori di pipa, credeteci, sono sempre imprevedibili. Ancora: abbiamo preso parte alla conferenza-stampa in cui la Dunhill ha presentato il suo programma per l'Italia. Ne rendiamo ampia cronaca per voi. Infine, vi accorgete che è aumentato lo spazio delle rubriche: dal numero 2 ci occupiamo anche di orologi e di accendini, con l'aiuto di esperti.

Direttore: Luciano Colombi • Direttore responsabile: Glauco Felici • Hanno collaborato: Stefano Bisconini, Elio Cavallini, Antonello Ciarrocca, Grazia Colombi, Alessandra Figari, Ettore Figari Barberis, Saverio Guette, Franco Meani, Walter Meloni (servizi fotografici), Massimo Pellerano, Baldo Peroni, Giorgio Radice, Gianni Riela.

«Extra-extra» è un bimestrale della Editrice Extra News sas di Colombi e C. • Redazione, amministrazione e pubblicità: corso Vittorio Emanuele 37/b, 20122 Milano - Telefono 02 700018 • Registrazione del Tribunale di Milano n. 1 dell'8 gennaio 1983 • Una copia: lire 1.800 • Abbonamento annuale: lire 10.000 per l'Italia, lire 20.000 per l'estero • Conto corrente postale n. 25392200 intestato a Editrice Extra News • Fotocomposizione e stampa: Artegrafica spa, Verona - Fotolito: Studio Effe 71, Milano.

Avvertenza del Comitato difesa consumatori: «Attenti: più fumate più rischiate».

La nazionale (intesa come pipa) è la migliore: parola di Bearzot

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 2

Abituati com'eravamo a vedere il commissario tecnico della nazionale di calcio Enzo Bearzot, per così dire, nell'esercizio delle sue funzioni, ci siamo recati all'appuntamento nella sua abitazione milanese con un misto di curiosità e imbarazzo.

Curiosità ben legittima, in quanto il personaggio è davvero tale, da prima pagina e merita indiscutibilmente il posto che ha nella terna dei pipatori italiani più noti (insieme, è chiaro, a Pertini e Lama). Il poter conversare poi nel sa-



lotto di casa sua su un argomento – la pipa – a prima vista tanto lontano dagli interessi professionali dell'intervistato, ci imbarazzava vagamente, come se, per la prima volta, ci fossimo accinti a entrare nella vita privata, nei gusti personali, di un uomo pubblico, le cui idee e il modo di pensare erano rimasti sin qui nascosti o quasi.

Non abbiamo la presunzione di aver ricavato dal nostro incontro con Bearzot, in cui si è parlato principalmente di pipe e di tabacco, un'immagine particolarmente originale e inedita: il personaggio resta pur sempre compenetrato nel suo ruolo. Certo è che il nostro ci ha accolti prima in giacca e cravatta («d'ordinanza»), poi si è ben presto rivelato un conversatore amabile e interessante, capace di offrirsi alla nostra curiosità nelle inedite vesti di privato cittadino, con un dato particolare che lo accomuna a noi e a molti altri: fumare la pipa.

«Fumavo un'ottantina di sigarette al giorno – sono le parole di Bearzot – prima *Parisienne*, poi *Muratti*. Subito dopo l'Argentina, non ho potuto fare a meno di recepire il consiglio perentorio dei medici e sono diventato anch'io un fumatore di pipa».

Bearzot sorride: sembra quasi compiaciuto della sua auto ironia. È a suo agio e si premura affinché lo sia anche il suo interlocutore: la nostra conversazione evidentemente lo diverte, così diversa per argomenti e toni dai tempestosi incontri con la stampa a Vigo, quando sembrava che la sua nazionale fosse de-

stinata a interrompere troppo presto l'avventura spagnola. Ben presto apprendiamo che il nostro ospite ha un debole per la musica: addirittura, veniamo a sapere che spesso – cioè appena i suoi impegni lo consentono – si siede al piano e suona, soprattutto musica jazz (la simpatica e saggia signora Bearzot, sorridendo precisa che «Enzo strimpella sempre»).

Il tempo di far roteare la fiamma nel fornello della Brebbia ricurva che tiene serrata di lato tra i denti e prosegue a



Enzo Bearzot mostra all'inviato di «Extra-extra» alcune delle sue pipe.



ruota libera: «La mia prima pipa l'avevo in casa da tempo; mi era stata regalata da un amico, ma devo ammettere che l'avevo quasi dimenticata in un cassetto. Spesso, chi si accosta per la prima volta al fumo della pipa, si arrende alle prime difficoltà: bruciore alla lingua, condensa, eccessiva salivazione... Tutti problemi, però, che possono essere superati con pazienza e perseveranza».

A lui, friulano purosangue, son doti queste che non mancano certamente, unite a una concezione della vita, dei rapporti con gli altri che è fatta in egual misura di riservatezza e disponibilità. «Sono nato in una terra dalle lunghe ombre — prosegue Bearzot —, a Nord. Io credo che il carattere degli uomini si uniformi e rispecchi in qualche modo il luogo in cui essi vivono, il clima. Noi friulani, come tutti gli abitanti dei luoghi freddi, siamo buoni fumatori di pipa, per tradizione. Nel mio caso è diventata una compagna inseparabile, di cui non posso fare a meno, un passatempo e una valvola di sfogo nei momenti di tensione e nervosismo».

Dopo questa notazione, non sappiamo quanto inconsapevole, echeggiante il trattato *Delle arie, delle acque e dei luoghi* di Ippocrate, contemporaneo di Socrate, Bearzot acconsente a introdurrei

nel suo studio dove, tra fotografie e trofei d'ogni genere, è riposta la sua collezione di pipe. Colpisce innanzitutto il numero limitato dei pezzi: non più di una trentina di pipe, quasi esclusivamente italiane, tutte comunque di buona foggia e radica eccellente. Spic-



cano, tra le altre, la splendida *Auto-graph* di Savinelli, dono dei «suoi ragazzi» dopo il quarto posto in Argentina, e il regalo propiziatorio del presidente Pertini prima della finale *mundial* con la Germania: un'Armellini semi-curva di forma libera. Le altre sono Ascorti, Brebbia, Castello, Ceppo, per lo più curve e dai fornelli molto ampi. «Alle straniere — spiega Bearzot — preferisco le pipe di casa nostra; come stile nei modelli e qualità delle radiche i nostri artigiani non hanno nulla da invidiare a nessuna marca straniera. Dopo il *mundial* ho ricevuto alcune pipe in regalo, quelle che ho più apprezzato sono state senz'altro le italiane».

Mentre prosegue nel suo discorso, Bearzot, con una punta di comprensibile orgoglio, ci mostra una per una le sue compagne, evidenziando con semplicità e competenza pregi e difetti dei suoi gioielli. Sono tutte belle pipe, ben curate e pulite, ma in ognuna di esse c'è quel piccolo particolare — soltanto un pignolo direbbe difetto —, sul fornello o nei bocchini consumati, indice di un uso assiduo, continuo, da fumatore autentico: l'uomo del *mundial* e le sue pipe sono davvero un tutt'uno.

Al termine dell'incontro, scopriamo che anche in fatto di tabacchi Enzo Bearzot denota gusti personali e precisi: *Borkum Riff Whiskey* e, in alternativa, i *John Cotton* o *Balkan Sobranie* bianco. Pipa italiana e tabacchi inglesi, dunque; *Borkum Riff* a parte, un classico.

SAVERIO GUETTE

La «C» de «Il Ceppo» per marcare pipe numerate come oggetti rari

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 4

Molti fumatori sono convinti che la produzione italiana di pipe sia concentrata, dal punto di vista geografico, in pochi chilometri quadrati della Lombardia. È una verità del tutto parziale, che continua a diventare sempre meno vera: grandi industrie e importanti artigiani della pipa sono sì in Lombardia, ma tutto il territorio nazionale accoglie produttori più o meno noti.

Esiste ormai una «scuola romana», in Calabria e in Sardegna vi sono produttori originali per stile e scelta dei materiali, in Toscana oltre alla estrazione della radica vi sono impianti produttivi di considerevoli proporzioni. Ma un centro merita particolare attenzione, ed è la città di Pesaro.

I lettori ricorderanno che nel primo nu-

mero di «Extra-extra» abbiamo dedicato un servizio alla nuova marca di pipe, Ser Jacopo dalla Gemma: quell'artigiano opera a Pesaro. E sempre a Pesaro vi sono gli stabilimenti di un'altra grande firma del panorama pipario, vale a dire Mastro de Paja. Dulcis in fundo, bisogna dire che Pesaro, a pochi metri dal laboratorio di Ser Jacopo, ospita un altro artigiano emergente, Il Ceppo. Qui racconteremo com'è nata e i programmi che persegue questa giovane marca.

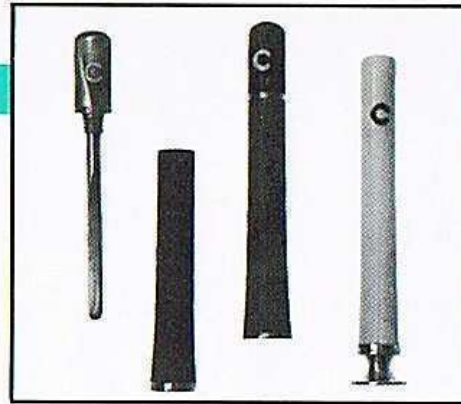
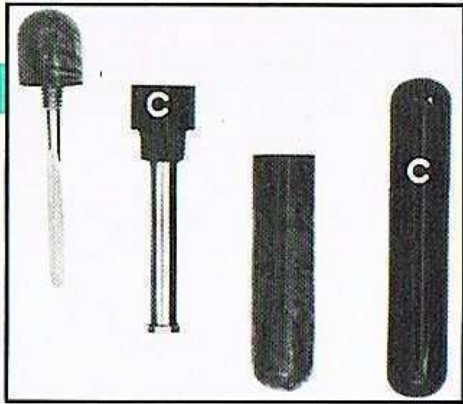
• **Un incontro casuale** - Era la fine del 1978 e da poco si era guastata una lunga e proficua collaborazione, quella che aveva legato Mastro de Paja e la ditta Lubinski, specializzata nella distribuzione di grandi marche italiane e stra-

niere. Lubinski aveva bisogno di poter ancora offrire ai negozianti una pipa artigiana di grande qualità, in sostituzione di quella appena perduta. Mario Lubinski accolse quindi con grande interesse la proposta di un giovanotto che, un bel giorno, capitò quasi per caso a suggerire un accordo per distribuire una pipa... che non esisteva.

Era quasi una sfida, da accettare o respingere: naturalmente, Lubinski e il suo interlocutore la accettarono e oggi i fumatori possono giudicare se la sfida è stata vinta (crediamo, per aver fumato varie pipe targate Il Ceppo, che la risposta debba essere affermativa: ma ognuno giudichi da sé).

All'inizio vi fu un lungo periodo di rodaggio, di elaborazione e di verifiche, per quanto riguardava formati, finisaggi, colorazioni. La strada non è semplice, per chi parte da zero: ma il caso di cui parliamo era diverso. Da una parte, la sensibilità e l'esperienza commerciale della ditta Lubinski rappresentavano un valido contributo e quasi una garanzia di successo perché la conoscenza dei gusti del fumatore italiano era assicurata in partenza. Dall'altra parte, in più, vi era l'esperienza specifica nel campo della produzione del giovane artigiano, che negli anni precedenti aveva messo in piedi un laboratorio in cui realizzava i bocchini che venivano montati sulla produzione Mastro de Paja; in seguito, la stessa marca affidò anche alcune altre lavorazioni. In questo modo, il giovane artigiano aveva potuto maturare un va-





sto patrimonio di esperienza concreta, che a suo tempo si sarebbe rivelato di grande utilità.

• **Come battezzare una nuova pipa** - Il decollo fu dunque faticoso perché l'obiettivo era di grande ambizione: produrre una pipa «giovane» ma di totale affidabilità, accattivante nella linea, convincente nelle colorazioni, sicura nella radica. Insomma, un prodotto di alto livello. A completare le doti della nuova pipa mancava un nome adeguato; dopo tentativi e verifiche, il nome fu trovato, quasi per caso, durante una chiacchierata in un negozio specializzato di Milano. Uno dei collaboratori del negozio, un esperto nel settore delle pipe, sintetizzò in una parola tutto ciò che si voleva dire su questa nuova marca: la passione artigianale con cui si creava ogni singolo pezzo, l'attenzione nella scelta della materia prima, il piacere di lavorare la radica di migliore qualità.

Il nome era trovato: Il Ceppo avrebbe da allora in poi aggiunto una tentazione in più al panorama delle marche tra cui i fumatori possono scegliere la pipa dei loro sogni.

• **Chi le fa, come le fa** - Il laboratorio di Pesaro in cui vengono prodotte le pipe Il Ceppo si rifornisce di radica proveniente dalla Grecia: la selezione è molto rigorosa e sono molti i pezzi scartati per piccole imperfezioni estetiche nella radica. Anche il metacrilato è di primissima qualità, viene acquistato in lastre presso una azienda milanese e poi la-

vorato insieme alla radica.

Oltre all'artigiano di cui s'è già detto, nel laboratorio vi sono sua moglie e una giovane operaia, che si occupano di passare la «carta fine» e della rifinitura; due operai realizzano i bocchini, un altro operaio esegue la seconda sgrossatura e passa la «carta grossa»; l'operazione più importante, cioè la prima sgrossatura e la foratura, viene eseguita personalmente dal titolare.

Ogni pipa Il Ceppo ha un numero progressivo: si tratta, insomma, di pipe numerate. Ogni anno ne vengono realizzate circa quattromila (nei primi anni la produzione è stata molto più bassa, sulle millecinquecento circa). I negozi più importanti di tutt'Italia propongono

Scegliete tra queste la vostra «Ceppo»

gruppo	serie normale	Free Line
0	rusticata scura	
0	rusticata chiara	
1	sabbiata scura	
2	sabbiata chiara	
3	semisabbiata	
4	liscia	
5	liscia	
6	liscia fiammata	
7	liscia fiammata	

La serie Free Line si distingue per le dimensioni - maggiori rispetto alla serie normale - o perché monta il bocchino di radica. Alcuni pezzi montano ghiera in rame sbalzato, in argento o in oro.

Curapipe Il Ceppo in due versioni e, nella pagina accanto, una eccezionale «Dublino» della serie Free Line, con un inconsueto bocchino in radica.

questa marca ai propri clienti, a Milano, a Torino, a Roma e così via.

Ogni pipa viene presentata in un elegante sacchetto di vera pelle: nella zona di produzione delle pipe vi sono anche numerose fabbriche che lavorano nel settore dell'abbigliamento in pelle. Le pipe Il Ceppo hanno quindi un bel vestitino di pelle, in tanti colori di moda (anche il colore della busta ha la sua importanza: ho assistito, in un negozio, agli sforzi di un fumatore un po' pignolo che voleva a tutti i costi trovare un sacchetto dello stesso identico colore del fornello...).

• **Non si vive di sole pipe** - Tra le intenzioni - senz'altro lodevoli - che hanno animato la nascita delle pipe Il Ceppo vi è stata anche quella di fornire al fumatore una serie di oggetti coordinati, in sintonia tra loro. Ed ecco che la «C» tonda e grassoccia scelta come marchio è presente, oltre che nella produzione piparia, su vari oggetti. Inevitabilmente, su bei curapipe in radica e ottone, il cui pignolo è a scomparsa totale (per non sporcare di cenere le tasche dei fumatori distratti); anche, su bocchini di radica per fumare i gloriosi sigari Toscani. E in programma per i prossimi mesi vi è un portasigari da tasca, sempre per i mezzi Toscani, realizzato in radica.

Come si vede, a Pesaro non lesinano le idee, e l'entusiasmo creativo è una dote che abbonda.

G. FE.



Georg Jensen Pipes



distribuite da Ellepi, Roma - telefono 06 8277708

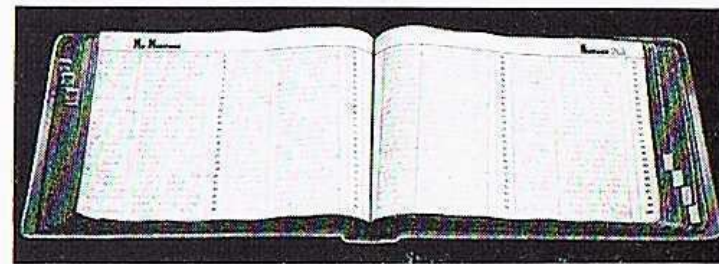
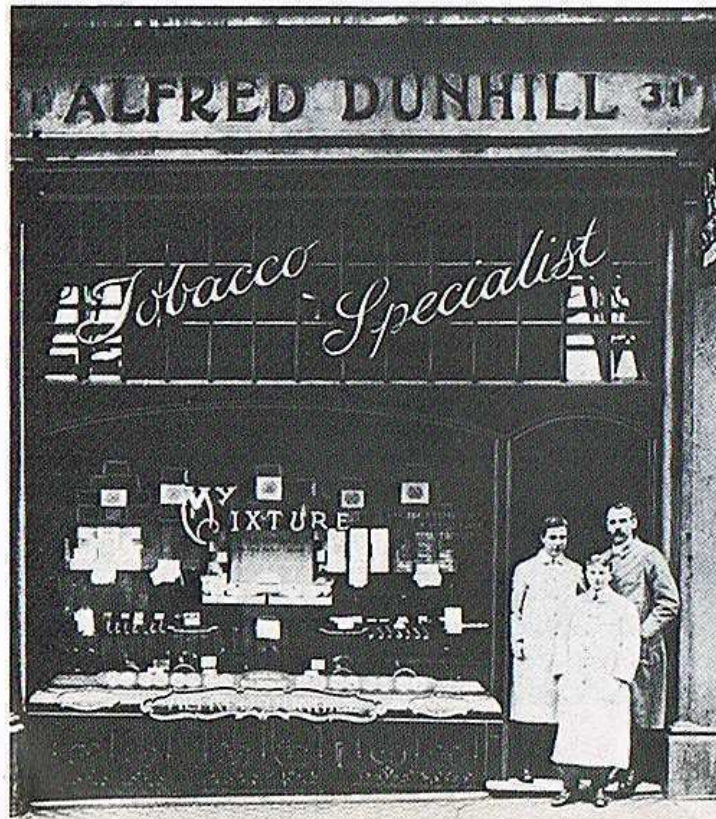
Dunhill sposa Tobako e viceversa per la gioia dei fumatori italiani

Mister Dunhill è arrivato in Italia. Bella novità, obietteranno i lettori esperti, che da anni fumano pipe e tabacchi di questa prestigiosa marca. E allora dobbiamo spiegarci meglio. Sono due le ragioni che ci hanno indotto a tale incauta affermazione: la prima è la presenza a Milano di Richard Dunhill — con il quale «Extra-extra» ha avuto una fruttuosa conversazione — e la seconda

è la notizia che mette un po' a rumore il panorama, peraltro sempre un po' stagnante, della commercializzazione dei prodotti da fumo. Insomma, dal 1° marzo di quest'anno i prodotti Dunhill (e non solo quelli da fumo: ma torneremo sull'argomento) hanno un nuovo distributore per l'Italia.

• **Il nipotino di Alfred** - Il cordiale signore dell'aria un po' mefistofelica (sarà

la barba a punta, o l'importanza del cognome, chissà) che occupa attualmente l'incarico di presidente dell'azienda è nipote del fondatore. Parlare con lui ci ha richiamato alla mente tutte le notizie, spesso confinanti con la leggenda e con l'agiografia, di cui si sono nutrite le nostre passioni per il puntino bianco. E pensavamo, mentre ci parlava del fatturato Dunhill per il 1982 con la distac-



Qui sopra:
il famoso registro
«My mixture»,
in cui Dunhill
tiene le ricette
delle miscele
private di alcuni
fumatori.
A sinistra:
il vecchio
negozio Dunhill.
A destra:
l'interno dello
stesso negozio,
in anni lontani.





► cata neutralità di chi è uso a interpretare bilanci e pianificare investimenti di miliardi, alle foto sbiadite che mostravano il fondatore in maniche di camicia impegnato a scegliere, tra i cavatori calabresi, i ciocchi da portare in Inghilterra per produrre le famose – già allora famose,

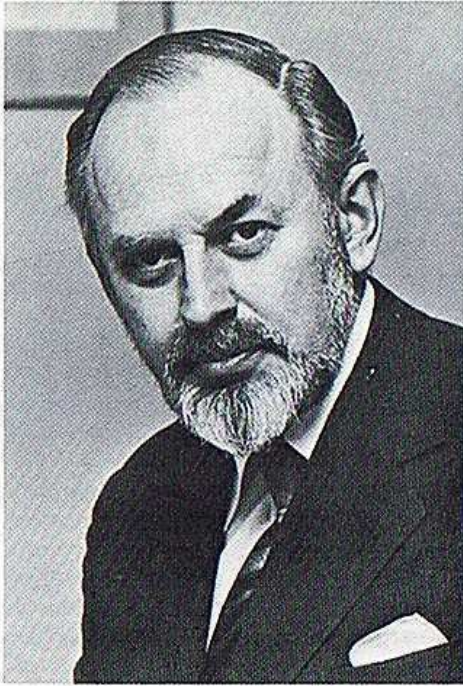


Alfred Dunhill controlla la perfezione delle pipe che recano il suo nome (in alto) e sceglie personalmente la radica (in basso). Nella pagina accanto, Richard Dunhill, presidente dell'azienda.

negli anni Venti – pipe col puntino bianco. Tanto del fascino di queste pipe viene ancora non dalla loro eccelsa qualità, ma piuttosto dalla nostalgia per un tempo passato che – ci illudiamo – era migliore e più attento al bello (la scelta delle illustrazioni che accompagnano queste righe è stata dettata da quella nostalgia...).

Certo, il tempo passa, gli affari impongono un diverso metodo di gestione alle aziende: ma il fascino di Casa Dunhill – a nostro modesto parere di affezionati fumatori di Root Briar e di Bruyere – consisteva e consiste, nonostante l'implacabile passar del tempo, nella dimensione artigianale di questa industria. I termini sono contraddittori, si capisce, ma le pipe Dunhill (ce lo conferma Aubrey Styles, *managing director* del settore pipe, che accompagnava mister Richard) sono eseguite tutt'ora con la stessa pignoleria e la stessa accuratezza di settant'anni fa, senza risparmiare sul tempo né sulle operazioni manuali.

• **Oggi, le pipe Dunhill** - Se nel 1920 la radica veniva dall'Italia, soprattutto dalla Toscana, oggi la radica viene dalla Grecia, dalla Corsica e dal Marocco. La Dunhill acquista in esclusiva per almeno tre anni tutta la radica che si estrae in un determinato terreno. La stagionatura avviene quindi secondo standard rigorosissimi ed è diretta dalla stessa casa-madre. La selezione tra i ciocchi è a dir poco micidiale: solo l'uno per cento (proprio così, l'uno per cento) della



produzione meriterà di essere lavorato come pipa Dunhill. Tutto il resto di quel ben di Dio non va certo sprecato: servirà a rifornire i magazzini di marche meno prestigiose (Parker, Hardecastle, Masta e così via).

Gli ultrafamosi bocchini Dunhill sono eseguiti interamente in fabbrica, partendo da lastre di ebanite tedesca (a quanto pare, è la migliore esistente); il particolare, inconfondibile tipo di lucentezza del bocchino sarebbe ottenuto — ma la risposta ci sembra un po' reticente — solo usando spazzole lucidatrici impregnate di pomice in polvere.

I colori sono il risultato di un compromesso tra ciò che chiedono tutti i paesi consumatori nel mondo: gli USA preferiscono un naturale scuro, mentre i tedeschi (a ragione, secondo noi) lo vorrebbero chiarissimo. Il rosso è stato modificato negli ultimi anni proprio rispettando questo genere di preferenze. Per ottenere la tonalità desiderata, sono

necessari da 2 a 12 passaggi di colore; la messa a punto della nuova colorazione, che si chiama Chestnut ed è stata immessa di recente sul mercato italiano («Extra-extra» aveva già annunciato il lieto evento nel numero 1), ha richiesto otto anni di prove e di collaudi. Si tratta della versione liscia delle sabbiate Cumberland, di cui hanno lo stesso identico bocchino; la radica è molto più secura rispetto alle Root Briar (Chestnut, in inglese, significa «noce»).

La stabilità dei colori è il risultato migliore (in un certo senso è il distintivo di questa marca, a differenza delle nostrane produzioni artigianali, soggette a vistose modificazioni cromatiche) delle lavorazioni eseguite da Dunhill, su cui, tutto sommato, continuiamo a sapere ben poco.

• **Il mito si evolve** - Le pipe, insomma, sono ancora un cavallo di battaglia della Dunhill. Ma il loro posto non è più quasi esclusivo, come un tempo. Tra poco i consumatori evoluti italiani potranno scegliere in una gamma impressionante di prodotti, tutti contraddistinti dal marchio Dunhill. Cinture, cravatte, portafogli, abiti sportivi o eleganti, orologi, penne, borse di pelle o di tessuto, pantofole, portachiavi, carte da gioco, maglie, golf, berretti eccetera. Dulcis in fundo — a nostro parere ha dell'incredibile — un whisky, dalla bottiglia bassa e panciuta, e dall'inequivocabile scritta «Dunhill» sull'etichetta. Tutto ciò — o quasi tutto — sarà importato in Italia da una azienda, la Tobako

International, specializzata da anni nella distribuzione di prodotti di buon livello. Nelle previsioni, non saranno più di cinquanta — in tutt'Italia — i negozi che verranno forniti di pipe Dunhill. È una corretta politica commerciale — quando il prodotto è di altissimo livello — ridurre i punti-vendita ma potenziare la disponibilità di prodotto per ognuno di questi negozi.

L'Italia è al primo posto, in Europa, quanto a consumo di prodotti Dunhill (forse è anche per questo ruolo importante che mister Richard è giunto da poi portando una bella pipa di cui farà omaggio al primo pipatore d'Italia, il presidente Pertini: a titolo di curiosità, diremo che è una *apple* di notevoli dimensioni con ghiera d'oro). Tuttavia gli italiani si sono spesso lamentati, negli anni passati, perché non riuscivano ad aggiudicarsi pipe di taluni modelli, misteriosamente escluse dall'importazione (certe canadesi, ad esempio, sono rimaste nei sogni di schiere di dunhillisti). Abbiamo sottoposto il caso ai diretti interessati e ci è stato risposto di dimenticare il passato, perché il futuro sarà senz'altro migliore.

E forse (questo «forse» è bene sottolinearlo, tuttavia) sarà migliore anche per quanto riguarda l'unico aspetto poco esaltante di queste pipe, cioè il prezzo. Diciamo forse perché quando abbiamo chiesto quale fosse il segreto di queste benedette pipe, ci è stato risposto — se pure scherzosamente — che il segreto è quello di essere le più care.

Effimero come un profumo, prezioso come Penhaligon

Extra-extra • n. 2 mar-zo-aprile 1983 • 10

Lo scorso natale io ho ricevuto uno strano regalo. I motivi della stranezza li spiegherò dopo; adesso cerco di spiegare di cosa si trattava. Chi mi ha regalato la «cosa» di cui parlo sa che amo ciò che viene dall'Inghilterra (pipe e tabacchi in primo luogo) e ha il sapore dei tempi passati, di un certo buon gusto, di uno stile di vita demodé ma pieno di fascino. Torniamo al regalo: superato lo sbarramento dei nastri e delle carte, ho avuto tra le mani una scatola elegante di cartone verde, dalle dimensioni considerevoli, su cui era stampato in oro uno stemma (quello del duca di Edimburgo, con relativo patronage), un nome, un indirizzo e l'indicazione del contenuto: «English Fern Candle». Confesso di essere rimasto abbastanza stupito dal fatto che tanta scatola contenesse solo una candela (ecco la stra-

nezza); ma non mi sono perso d'animo, sapendo quanto gli inglesi siano imprevedibili, e ho aperto la scatola. E qui il racconto si complica.

Nella scatola c'era un bicchiere di cristallo, molto pesante e compatto, che conteneva la candela vera e propria; questo bicchiere doveva essere inserito in un contenitore di ceramica, di un delicato beige, sul cui coperchio era stampato, in caratteri d'altri tempi, tutto quanto era stato annunciato all'esterno, sulla confezione. Una inconsueta scatola di fiammiferi, lunghi quanto basta per poter entrare nel contenitore, completava la confezione; anche su questa scatola erano ripetute le coordinate del fabbricante.

Un incredibile aroma di bosco umido, di verde misterioso, emanava da questa splendida candela. Emanava: se pure ne

ho usato con una certa parsimonia (e per di più, va detto, si è consumata molto lentamente) la candela è finita; sto aspettando che arrivi in Italia il ricambio, prontamente richiesto, per godermene ancora.

• **Il fascino discreto della tradizione** - Colpito dalla perfezione formale di questo prodotto, ho cercato di saperne di più: rintracciato il negozio di Milano da cui era stata acquistata la candela, ho avuto una sorpresa notevolissima. La candela è solo una tessera del mosaico: Penhaligon's (questo il nome del fabbricante) produce profumi, saponi, talco, shampoo eccetera. A dirla così, sembra una cosa quasi banale. Ma invece è un po' della tradizione inglese che si compra insieme a questi eccellenti prodotti, un po' di storia che merita d'essere raccontata con gli opportuni particolari.

HAMMAM BOUQUET

Una fragranza ideata da Walter Penhaligon nel 1872. Miscela Rosa orientale con Gelsomino francese e Lavanda inglese. Era la prediletta del creatore: la riservò ai clienti più affezionati. È disponibile in nove diverse applicazioni, dall'estratto al sapone.

ENGLISH FERN

A base di felce, «sente» di sandalo e bosco di querce: è un tipico profumo «verde». Per anni se ne produsse solo l'essenza da bagno, mentre attualmente c'è anche il dopobarba, lo shampoo, il talco, l'eau de toilette e, infine, la candela.

BLENHEIM BOUQUET

Una fragranza fresca, evoca l'odore dei pini insieme a quello dell'erba verde e degli agrumi. Fino a prima della guerra esisteva solo come after shave; ora c'è l'eau de toilette e l'olio da bagno. Era l'aroma prediletto dagli «eduardiani».

JUBILEE BOUQUET

Una delle pochissime fragranze femminili nella tavolozza di Casa Penhaligon. È una miscela di fiori e legni profumati; l'originale colore verde deriva da un estratto di foglie di noce. Ne esistono cinque applicazioni, dal talco, all'olio, dal sapone allo shampoo.

TOILET WATERS

Un «ritorno» nella grande tradizione Penhaligon: profumazioni a base di fiori che erano state sospese in tempo di guerra. Dalla primula alla gardenia, dai fiori d'arancio alla violetta: una festa del gusto per chi ama la natura.



L'interno del negozio Penhaligon, a Londra. Nella foto in basso, alcuni dei preziosi prodotti marchiati con questa firma prestigiosa.

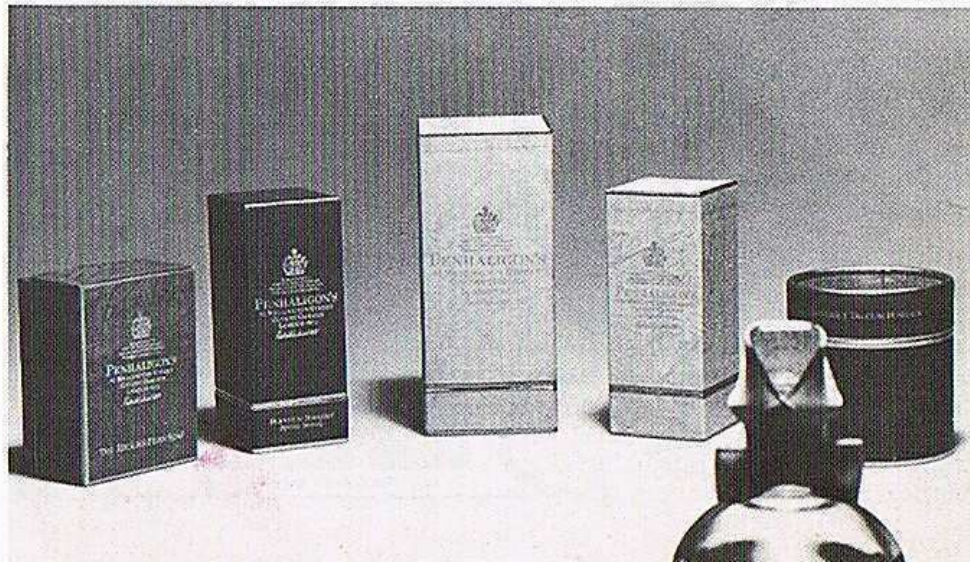
Tutto comincia nel 1841, quando William Henry Penhaligon nasce a Penzance, in Cornovaglia; giovane, si trasferisce a Londra, ben presto apre un negozio di barbiere in Jermyn Street e diventa barbiere di corte: siamo sul finire del regno della regina Vittoria. Accanto al negozio di Penhaligon vi sono i bagni turchi Hammam: daranno il nome a uno dei primi profumi che l'intraprendente barbiere realizza nel retro della sua bottega.

I personaggi più altisonanti della nobiltà londinese vanno ad acquistare profumi in Jermyn Street, lord Rothschild e più tardi Winston Churchill sono di casa nella bottega di Penhaligon, la cui fama oltrepassa i confini inglesi e si afferma nelle corti europee. Da tutto il mondo arrivano in quella raffinata — ma piccola, piccolissima — bottega le essenze più pregiate, che vengono lavorate e confezionate a mano, con una cura davvero eccezionale. Negli anni di guerra (la prima e la seconda guerra mondiale) la produzione conosce delle pause: non perché non vi sia richiesta, ma perché gli eventi bellici hanno interrotto il flusso di rifornimento della materia prima. Altri, più intraprendenti, avrebbero trovato soluzioni di ripiego; ma in casa Penhaligon si rinuncia a produrre anziché accettare di produrre un po' meno bene.

• **Un trasloco, cent'anni dopo** - Dopo oltre cent'anni (il fondatore non è più, la conduzione dell'azienda è passata in mani altrettanto solerti e attente) il negozio si trasferisce: nel 1975 s'inaugura l'attuale sede, al numero 41 di Wellington Street, tra la Royal Opera House e lo Strand. Il vecchio mercato dei fiori è a pochi passi: un segno del destino. Anche nel nuovo negozio, come nel vecchio, c'è una parete di vetro dietro cui si preparano tutti i prodotti Penhaligon, sotto gli occhi — indifferenti o curiosi — della clientela. La cura posta nell'elaborare profumi, balsami, colonie

e nel confezionarli sfiora la dedizione maniacale: basta dire che i tappi dei flaconi sono ancora di cristallo e vengono sigillati con un nastro di seta avvolto a mano. Del resto, il valore delle materie impiegate giustifica, almeno in parte, tanta dedizione: l'essenza «Otto rose», ad esempio, giunge al negozio dalla Bulgaria sotto scorta armata.

Certo non si tratta di prodotti rivolti al grande pubblico: il loro prezzo — almeno in Italia — è scoraggiante per i più e inevitabilmente ha dato luogo a tutta una serie di aneddoti e leggende. Jubilee Bouquet, ad esempio, fu creato perché la clientela (maschile) del negozio potesse farne omaggio alle signore, più o meno legittime; fu prodotto per quasi un secolo non per essere posto in vendita ma per consentire ai fedeli avventori di risolvere un problema di pubbli-



che relazioni — chiamiamole così — senza troppa fatica; fu lanciato poi nell'anniversario del giubileo dell'incoronazione della regina Elisabetta. Altre «linee» sono state prodotte espressamente per questo o quel nobile signore: Blenheim Bouquet nacque agli inizi del secolo per il duca di Marlborough e — appunto in suo onore — porta il nome del suo castello.

• **Tutti i fiori del mondo** - Il profumo è proprio del fiore, si sa. E Penhaligon setaccia il mondo alla ricerca delle migliori produzioni per creare i suoi fantastici profumi. Così è possibile trovare tutta una serie di Toilet Waters, dalla primula al mugugno, dalla gardenia alla violetta, dalla lavanda inglese ai fiori

d'arancio. Ma questo è ancora abbastanza normale (anche se è difficile, per gli animi sensibili, dimenticare l'incontro con qualche signora profumata da queste meravigliose arie di fiori); l'incredibile è scoprire che sono ancora in produzione Hair Dressing (per favore, non chiamateli «brillantini», il tango argentino non c'entra e tanto meno le nostre balere anni cinquanta) i cui nomi hanno il mistero del passato: Alcimma, Bayolea (creata per lord Lee sulla base del suo profumo preferito, appunto Bay Rhum), Florimelle, di cui nel 1890 il fondatore scrisse: «È una combinazione senza uguali degli estratti più selezionati e di oli raffinati: ha ottenuto prestigio tra gli intenditori per la sua fragranza e la sua purezza».

• **Il gioco delle bottiglie** - C'è un'ulteriore raffinatezza di cui è giusto informare i lettori. Penhaligon, su richiesta, si incarica di ricercare e fornire ai clienti più affezionati bottiglie di tanti anni fa: saranno di vetro con tappo d'argento, di porcellana smaltata, saranno una serie di due o tre o più. Scelte le bottiglie, Penhaligon le riempirà del profumo prediletto dal cliente (o, addirittura, potrà prestare questo servizio per bottiglie fornite dal cliente stesso).

Tra i clienti più famosi che hanno dato alla loro vita il profumo dei profumi di Penhaligon vi fu Maria Callas. Molti sanno che la grande cantante aveva una vista assai poco precisa. Una volta, quando era Luchino Visconti a dirigerla, escogitò un sistema per indirizzarsi a colpo sicuro verso l'angolo giusto: domandò al suo regista di piazzare un fazzoletto impregnato di Hammam Bouquet nel punto verso cui doveva andare. Ogni problema fu risolto.

Un'avvertenza ci sembra doverosa in fase di conclusione: signori lettori, se scoprirete quale negozio nella vostra città vende i prodotti Penhaligon's (in Italia sono una decina in tutto) scegliete pure questa o quella bottiglia. Ma, per carità, considerate questo rapporto olfattivo il massimo dell'effimero perché, oltre a scomparire nell'aria, il profumo Penhaligon è prodotto in piccolissime quantità e non è sicuro che se ne trovi sempre. A conferma che il bello (o il buono: è lo stesso) non ha prezzo.

MASSIMO PELLERANO



Anche un tocco di mano femminile per guidare l'azienda Savinelli

Savinelli per molti – anche non fumatori – è sinonimo di pipa; questa fama è di vecchia data e si è diffusa fuori dei patrii confini. I motivi di un così grande successo sono molti e varrebbe la pena di esaminarli attentamente perché sarebbe come ricostruire la storia del fumo e in particolare della pipa in Italia. Ma non è questa la sede opportuna per avventurarsi in tanta impresa; lo scopo per cui siamo andati a visitare gli uffici milanesi dell'azienda Savinelli è diverso. Cioè, verificare se all'interno di questa industria la professionalità al femminile ha un suo posto.

In uno degli incarichi più delicati – quello di esaudire le richieste di tutti i negozianti d'Italia in campo di pipe e degli altri prodotti targati Savinelli – l'azienda può contare su un apporto di indiscutibile affidabilità: il lavoro di Sandra Savinelli.

Da ben ventisette anni questa signora dall'aria serena segue l'evolversi dei gusti in fatto di pipe: forse è una dote femminile quella di «leggere» con intuito e, perfino, capacità di preveggenza cosa cambia nella sensibilità dei fumatori. Non a caso, insomma, si parla di moda.

Qualche anno fa «si portava» solo, o quasi solo, la pipa curva: naturalmente, un gusto così preciso ed esclusivo creava seri problemi all'industria (come i fumatori sanno, le curve nascono da un particolare tipo di abbozzo, che è solo uno dei tanti in cui è possibile dividere il ciocco di radica: il resto della produ-

zione trovava sbocchi commerciali con una certa fatica...). Con il passare degli anni, e fino a oggi, queste predilezioni sono mutate e la preferenza dei fumatori va a pipe di linee diverse ma tutte su taglie «normali», fumabili comodamente, di buon disegno, abbastanza classiche.

Sorridendo – il sorriso di Sandra Savinelli la dice lunga sulla pazienza con cui sa ascoltare le esigenze dei suoi interlocutori, sparsi per tutta l'Italia – precisa che questi gusti così uniformi non sono però generalizzati, perché vi sono «oasi» dove i fumatori si esprimono in



Sandra Savinelli.

modo del tutto originale. A Torino, per esempio, la richiesta è rivolta quasi esclusivamente a pipe di grosso formato, che sfiorano l'imponenza (varrebbe la pena di scoprire le ragioni di queste preferenze così localizzate).

Insomma, Sandra Savinelli conosce i gusti di tutti i fumatori d'Italia e i negozianti, che da anni hanno verificato la sua preveggenza, «si lasciano consigliare» (lo dice lei stessa, con sorridente modestia: e non si può non crederle). Domandiamo allora se – oltre a conoscere tutti i segreti tecnici legati alla nascita del prodotto-pipa – la nostra interlocutrice pratica in prima persona la nobile arte di fumare la pipa: evidentemente, un'esperienza tanto essenziale non poteva mancare al corredo professionale di Sandra Savinelli. Ha fumato anche in gara, per qualche competizione di «lento fumo» (di questi incontri ne ricorda uno in particolare, di qualche anno fa, a Varese), e definisce «gradevole» il fumo della pipa anche per le signore: consiglia pipe diritte, di dimensioni contenute, e per le fumatrici più «avanzate» suggerisce anche qualche semi-curva.

In fatto di tabacchi, la sua predilezione andava all'*Amphora regular*. Andava: da qualche mese è in distribuzione – ma non in Italia, purtroppo – un tabacco Savinelli, prodotto in Germania, di cui la nostra gentile interlocutrice dice un gran bene, ricordando che è stato studiato per soddisfare anche il fumatore che inizia appena a conoscere le gioie

▶ della pipa. È questo tabacco, quindi, che riscuote le sue predilezioni. Con grande discrezione, quasi a proteggere un segreto rapporto di fiducia e di amicizia, Sandra Savinelli accenna – su nostra invadente richiesta – ad alcuni appassionati fumatori di pipe Savinelli che hanno stabilito una corrispondenza fitta e cordiale con lei: senza far nomi, ricorda quasi con tenerezza un fumatore siciliano che inviava in omaggio – per ricambiare le attenzioni in campo pipa-

rio – bottiglie di un famoso amaro siciliano, allora non conosciuto fuori dall'isola d'origine.

L'unica nota di orgoglio, in questa chiacchierata cordiale e serena (molti sostengono che la pipa è un ottimo strumento per rilassare chi la usa e chi si trova negli immediati dintorni: che sia proprio vero?), viene fuori quando si parla di un incontro con il presidente Pertini, quattro anni fa, al Quirinale: immaginiamo che, oltre a parlare di pipe

e accendini (il presidente usa, con rigore, solo fiammiferi di legno, mentre Savinelli produce anche un noto accendino per pipa, con pigino incorporato) e tabacchi, in quell'incontro un grande della politica abbia pronunciato motivati elogi per il lavoro di un'azienda italiana tra le più importanti nel suo campo. Lo immaginiamo, perché nella sua modestia saggia e cordiale Sandra Savinelli non ce l'ha detto.

PIERA ANTONELLI



CHARLES FAIRMORN

Pipe dal cuore della tradizione inglese



Le stuccature sono difetti gravi? Ne discutono due appassionati

«Molto meglio sabbiate
anziché... false lisce»

«Non si preoccupi, non dia importanza alle stuccature». Ecco la frase ricorrente che un fumatore di pipa si sente ripetere da molti negozianti.

Fumo la pipa ormai da moltissimi anni e, dopo questa lunga esperienza, mi sono convinto che una pipa non dovrebbe essere stuccata. Ritengo che una pipa debba soddisfare tre fondamentali requisiti: essere «buona», essere leggera e infine essere gradevole alla vista. Certo, la stuccatura non dovrebbe rovinare il gusto; se una pipa è buona lo sarà con o senza le stuccature (comunque, non sempre è vero), ma trovo bruttissime le pipe piene di stuccature, che vengono così meno a un requisito per me fondamentale.

Anch'io sono passato attraverso l'esperienza della pipa stuccata, esperienza che ha caratterizzato i primi tempi della mia passione per la pipa. Spesso (se non sempre) l'acquisto di una pipa con queste caratteristiche avviene per motivi economici, essendo una costante il binomio: basso prezzo-pipa stuccata. Così, purtroppo, ho finito con l'acquistare svariate pipe che ora non oso più fumare, perché brutte e di qualità scadente.

Comprendo le esigenze dei fabbricanti, in particolare di quelli che producono un elevato numero di pipe. Questi non possono certo buttare via tutti quei pezzi che presentano delle imperfezioni. Se così facessero, esisterebbero solo pipe con una radice perfetta sia per venature sia per colore, ma con il difetto di avere prezzi proibitivi... E allora, poveri noi.

La cosa più giusta è che fabbricanti e fumatori si convincano che meglio di una pipa stuccata è la pipa sabbata. Evitare le stuccature mediante la sabbatura è la cosa migliore, poiché si ottengono così indubbi vantaggi.

La sabbatura consente, innanzi tutto, di salvare gran parte della produzione, consentendo anche di mantenere i prezzi a un livello accettabile. Dal punto di vista estetico, è certo preferibile una pipa sabbata a una pipa stuccata. Infine, è importante ricordare che la pipa sabbata offre, fumandola, altri vantaggi, quali, ad esempio, una maggiore freschezza.

**ETTORE FIGARI
BARBERIS**

«Quello che conta di più
non è un ritocco esterno»

La pipa nasce per essere ammirata, gustata, conciliata ai propri gusti personali; ogni fumatore, poi, pensa di avere il vantaggio di conoscere meglio di altri segreti, sistemi, caratteristiche, funzioni.

Una cosa è certa: ogni fumatore acquista una pipa seguendo imprevedibili variazioni di umore, quindi parlare di pipa diventa un fatto personale. Acquisto e fumo la pipa da circa vent'anni, e confesso che, malgrado ogni proponimento, la prima emozione nell'acquisto è sempre la forma.

Dopo avere acquistato a lungo forme classiche, da tempo sono orientato su pipe di forma libera perché riflettono ai miei occhi lo stato d'animo del creatore; non mi pongo altri problemi.

Questo atteggiamento mi ha fatto ritrovare con diverse pipe stuccate nella mia rastrelliera; ognuna di queste suscita, ogni volta che la guardo o la fumo, un dialogo.

Dire cosa intendo per «stuccata» può diventare difficile; dico solo che accetto le «mini-stuccature» di noti fabbricanti, artigiani e no. Oltre la mini-stuccatura, penso non sia il caso di valutare una pipa e parlarne!

Sono convinto che le pipe stuc-

cate possano offrire le stesse doti di funzionalità, resistenza, adattabilità, sicurezza delle loro sorelle «pure», lisce, fiammate.

Le stuccature non influiscono sul funzionamento, sulla formazione di acquerugiola, sul pizzicore in bocca; le pipe stuccate si possono mostrare con orgoglio, ci lasciano ogni libertà di azione, non hanno bisogno di foderi protettivi, sono — o vengono considerate — meno delicate.

Insomma, avrete capito che sono un sostenitore di queste pipe, anche se con il passare degli anni e delle mode hanno subito un notevole miglioramento qualitativo e si presentano a volte con prezzi poco allettanti.

Ognuno di noi vuole sempre provare il meglio: anch'io possiedo diverse pipe «pure» e «blasonate»; ma non dimentichiamo le nostre pipe stuccate, amiamole e portiamo loro riconoscenza, perché quasi sempre a quelle pipe sono legati i primi ricordi di chi si avvicina al sensazionale mondo della pipa.

GIORGIO RADICE

L'«american way» della pipa: informazioni a stelle e strisce

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 16

Ognuno ha i suoi gusti, è una legge sacrosanta. Anzi, il bello della vita è poter scegliere, provare e riprovare fin quando non si trova ciò che fa per sé. Non esistono due teste che pensano alla stessa maniera; eppure, si parla spesso di un «gusto italiano», di un «gusto inglese», di un gusto «preciso e inconfondibile» e via di questo passo. Per restare in campo pipario, gli italiani sono noti nel mondo per amare in sommo grado i prodotti

più preziosi e raffinati, per sdegnare le pipe e i tabacchi di onestissima fattura ma non posti alla vetta delle classifiche dei prezzi. Insomma, si generalizza questo o quel tratto caratteristico e lo si esalta.

In questo senso, i fumatori di pipa degli Stati Uniti d'America, almeno ai nostri occhi, si sono sempre proposti con alcune caratteristiche inconfondibili: passione per le pipe vistose, preferenza ai tabacchi più inverosimili

(profumati cioè con aromi che meriterebbero senza dubbio un posto nelle gelaterie e nelle erboristerie, ma certo non in un fornello di pipa: pistacchio, fragola, liquerizia, miele, ananas ecc.), consumo non cosciente né tanto meno raffinato.

Poiché la banalità è uno dei nemici di cui si deve maggiormente diffidare, abbiamo tentato di verificare nel concreto queste opinioni preconcepite sui fumatori che vivono nel maggior mercato del mondo per pipe, tabacchi, sigari e — ahinoi — sigarette. Il metodo scelto è stato quello di interrogare un esperto di indiscutibile attendibilità. Crediamo di avere ottenuto da lui indicazioni d'un certo interesse. Sentiamo un po' di cosa si tratta.

• **L'amico americano** - Innanzitutto, presentiamo ai lettori di «Extra-extra» il nostro informatore: si tratta di William F. Sweeney, un simpatico cinquantenne, alto e con gli occhi azzurri, che conosce alla perfezione tutti i segreti del mercato statunitense delle pipe e, quindi, vizi e passioni dei fumatori. Da due anni Sweeney è presidente dell'AIC, Associated Import Corporation, una efficiente organizzazione che commercializza negli USA la gloriosa marca irlandese Peterson's.

Tra i clienti dell'AIC vi sono circa 1.700 punti-vendita: di questi, solo 400 sono ad alta specializzazione, mentre negli altri la pipa viene trattata insieme a

numerosi generi di consumo, come può avvenire in un normale supermercato. Questo dato, interpretato nella giusta luce, ci dice che il consumatore americano, nella grande maggioranza, guarda alla pipa come a un oggetto da cui trarre il massimo conforto, da usare senza problemi, da sfruttare senza doverne prendere troppa cura. Una concezione ben diversa, quindi, da quella, raffinata e gaudente, sostenuta e diffusa dagli specialisti nostrani.

Questa filosofia, di segno decisamente consumistico, è la necessaria premessa per comprendere il tipo di pipa che più incontra i favori del pubblico statunitense. Innanzitutto il prezzo: richiestissime le pipe sui 20 dollari, affatto richieste quelle da 50 dollari (con un'eccezione, su cui torneremo), richieste dall'élite dei «raffinati» le pipe da oltre 100 dollari, destinate a entrare nelle collezioni. Le pipe rusticate fanno la parte del leone, mentre le sabbiate hanno scarso mercato; le lisce fiammate sono riservate soprattutto ai collezionisti. In declino le pipe scolpite, raffiguranti personaggi o animali, e così pure quelle di schiuma.

• **Le italiane tra i grattacieli** - La produzione locale di pipe è piuttosto esigua o — a causa dell'alto costo della manodopera — addirittura inesistente: gli importatori si danno da fare per immettere al consumo il meglio

Stefano Bisconcini Accendini 1900-1983 Lighters

La Casa Editrice San Gottardo presenta il suo primo titolo che verrà pubblicato nel maggio 1983: *Accendini 1900-1983*.

In circa 250 pagine saranno raccolti oltre 600 soggetti in 180 tavole a colori e 360 in bianco e nero, con testi in italiano e inglese.

Il volume, formato cm. 28x23, è stampato in carta patinata opaca da 180 gr. La legatura è in tela con sopracoperta patinata lucida. La tiratura è di 100 copie ad personam e di 1400 copie numerate. Un'appendice riporta, ad uso dei collezionisti, le valutazioni in dollari USA.

Le Edizioni San Gottardo ringraziano la Tobako International S.p.A. per l'attiva collaborazione.

Per favorire i collezionisti la casa editrice offre il volume al prezzo speciale di prenotazione di lire 80.000, pari a uno sconto del 20% sul prezzo di listino, più spese postali a chi lo prenoterà entro il 30 aprile 1983.

Edizioni San Gottardo srl
Via Fogazzaro 1 - 20135 Milano

La pipa di Mark Twain: una riedizione della Peterson's per il mercato statunitense.



di quanto si produce nel mondo. Tra le più vendute vi sono – oltre la Peterson's – marche note come la Charatan, la GBD e la Comoy's; il nome di massimo prestigio è il famigerato marchio del puntino bianco, cioè Dunhill (anche se le vendite non sono di massa, anzi). E un posto indiscutibile hanno conquistato le italiane.

Savinelli occupa la posizione leader per il prodotto industriale; Castello e Ascorti per quello artigianale. L'eccezione di cui si parlava poco fa a proposito delle pipe da 50 dollari è costituita dalla serie «Mister G», appunto della Savinelli, che ottiene un lusinghiero successo di vendite, tanto da affiancare quello delle serie più economiche. Ascorti ha saputo scegliere il giusto supporto distributivo, la famosa organizzazione Tinder Box, ed è presente in numerosi e qualificati punti-vendita di tutti gli States; Castello, invece, si appoggia a un piccolo distributore di New York e non è molto diffuso, tanto che alcuni intraprendenti negozianti vengono a rior-

nirsi direttamente alla fonte. S'è detto che le rusticante vanno davvero forte: immaginiamo che i produttori italiani saranno lieti di poter così collocare tanto ben di dio da loro prodotto e che in patria si scontra con accoglienze piuttosto fredde. Questo tipo di pipa ha successo perché non richiede particolari cure nella manutenzione e anche perché sopporta bene il calore della combustione di quei tabacchi dal taglio sottile e dalla poca umidità preferiti dai consumatori locali. Poi, bisogna dirlo, lo stile delle pipe rusticante si intona bene alla innegabile attrazione subita dall'uomo medio americano nei confronti di tutto ciò che è robusto, vistoso e – a suo modo di giudicare – virile. Lasciamo perciò da parte ogni commento sugli inverosimili bocchini, applicati astutamente dai nostri artisti della pipa su alcuni «pezzi» in partenza per gli USA, i cui colori vanno dal giallo semaforo al rosa salmone passando per il verde fluorescente (si tratta sempre di metacrilato in versione variegata...) o sui diamanti di auten-

tica plastica incastonati nei bocchini stessi. Ognuno ha i suoi gusti, dicevamo: e qui ne vediamo una bella conferma.

● **Come vendere tremila pipe in un colpo solo** - Studiare le opportune iniziative per sollecitare la curiosità di quel pubblico fumatore è un lavoro a sé. Per spiegarci meglio, riferiamo una trovata di Sweeney che ha colto nel segno. Sfolgiando nel 1980 una rivista sulle pipe uscita dieci anni prima in USA (e sospesa subito: noi di «Extra-extra» preferiamo non interrogarci sulle ragioni di quel fallimento, per un eccesso di scaramanzia), il nostro Sweeney fu incuriosito da una foto di Mark Twain, lo scrittore forse più amato dagli americani, che aveva in bocca una pipa. Riconoscere in quella pipa una Peterson's fu immediato, ma il nostro volle saperne di più: si mise in contatto con il museo di Hannibal che lo stato del Missouri (dove Mark Twain era nato nel 1835) ha dedicato alla memoria del suo grande figlio e qui, tra gli altri cimeli, trovò anche quella pipa, che un tecnico, Pat Shaloo, inviato dalla Peterson's, poté identificare e ricostruire con totale precisione.

A quel punto scatta la seconda fase dell'operazione: Sweeney si mette in contatto con Dublino, dove ha sede il quartier generale della Peterson's, e chiede di preparare per lui il maggior numero possibile di quelle pipe. In quel momento la casa ha a disposi-

zione cinquemila abbozzi adatti a realizzare quel modello; durante la lavorazione circa duemila sono scartati per imperfezioni o rotture; delle pipe ricavate, le migliori vengono numerate (sono circa 300, simili per qualità alle Deluxe) e messe in vendita a 300 dollari l'una. Circa 2.500 sono le altre pipe, vendute a 75 dollari (la loro qualità è leggermente superiore alle Standard). In totale, dunque, 2.800 «pezzi» andati a ruba, per un valore di quasi mezzo miliardo di lire. Intuito commerciale insieme a una vera conoscenza del pubblico, dei suoi miti, dei suoi «punti deboli». Meditate, gente, meditate...

LUCIANO COLOMBI



Un «classico» di Ramazzotti tradotto e illustrato per i lettori francesi (non solo)

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 18

● *Pipes et fumeurs de Pipes*, di Eppe Ramazzotti e Bernard Mamy, Editions Sous le vent, Parigi 1981.

Si tratta della traduzione in francese di *Introduzione alla Pipa* di Eppe Ramazzotti; Bernard Mamy ha curato la ricchissima iconografia del volume. Inutile parlare del contenuto

«scritto» del libro: tutti i fumatori di pipa conoscono e apprezzano da anni questa simpaticissima introduzione (peraltro esaurita e introvabile), dovuta al Maestro di color che sanno. Mi limiterò quindi a parlare della traduzione e delle illustrazioni. La prosa del Ramazzotti è caratterizzata da una sottile e spontanea vena arcaicizzante,

tanto simile alla patina di una buona radica ben fumata (i lettori di «Extra-extra» hanno potuto sperimentare un campione originale di questa prosa nel primo numero della rivista): è inevitabile che questo tono vada perduto o quasi in una traduzione in altra lingua, e anche in questa di Yves Fontanec e Marilène Scagni.

Noto inoltre qualche imprecisione. Nella introduzione di Buzzati il modo di disegnare del Ramazzotti viene definito «di carattere prevalentemente naturalistico e descrittivo». La traduzione parla di disegno «prématuément descriptive et naturaliste», cosa che sconcerterà più di uno storico dell'arte. Ma forse si tratta di una distrazione del compositore o del correttore di bozze.

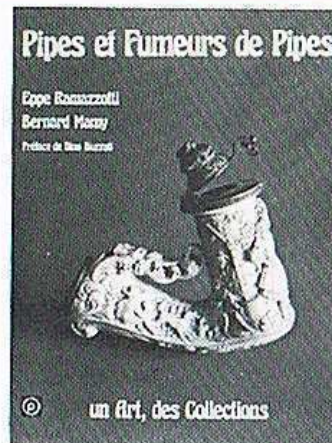
Non posso però accettare la resa della quartina:

*Questa Pipa dovrà servir
Qual ricordo in avvenir
Delle rabbie e dispiaceri
Che provai coi bersaglieri.*

Questi bei versi, nella traduzione francese, diventano:

*Cette pipe devra servir
à se souvenir dans l'avenir
des colères et des peines infligées
par les bersagliers.*

Come si vede, il senso è completamente distorto: quello che era soggettivo diventa oggettivo e i bersaglieri vengono accusati di efferatezze consumate non si sa bene quando, dove e su chi. (Il lettore avrà intuito che io ero



bersagliere). Le immagini presentano pipe provenienti dalla raccolta di Ramazzotti e da altre collezioni private e da musei: un lavoro da certosino dovuto al Mamy, che non solo ha raccolto le fotografie ma le ha anche corredate di di-

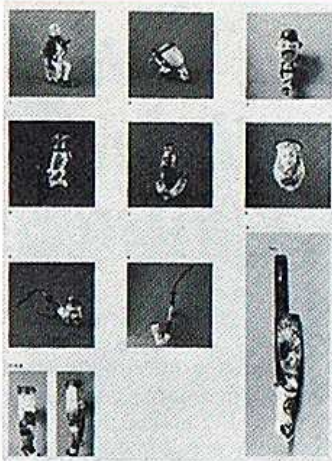
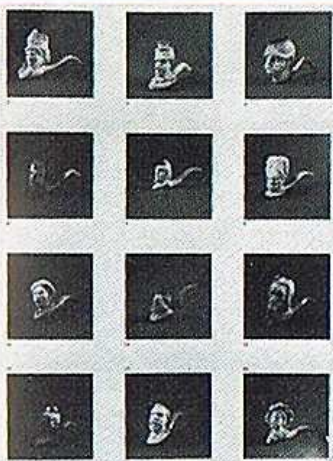


L'edizione italiana (vecchia e introvabile) del libro di Ramazzotti; in alto, copertina e interno della traduzione francese di questo libro.

Anche a casa vostra tanti buoni libri su pipe e tabacchi

«Extra-extra» invia per posta ai propri lettori libri specializzati. Scrivete nel quadratino che vi interessa il numero di copie che desiderate ricevere, ritagliate il modulo, inviatelo insieme al vostro nome e indirizzo a «Extra-extra», corso Vittorio Emanuele 37/b, 20122 Milano. Riceverete i libri a casa, pagando al postino il prezzo di copertina più 1.800 lire per spese di spedizione.

- M. Belloncle, *Les objets du fumeur*, Gründ, 26.500 lire.
- Culottage des pipes* (reprint), Sous le vent, 51.700 lire.
- G. Bozzini, *La mia pipa*, Mursia, 8.000 lire.
- G. Bozzini, *Il signor sigaro*, Mursia, 12.000 lire.
- G. Bozzini, *Tabacco per la mia pipa*, SM, 8.000 lire.
- Z. Davidoff, *Le livre du connaisseur de cigare*, Robert Laffont, 21.800 lire.
- G. Gautier, *La saga dei Cartier*, EEA, 20.000 lire.
- F. Ortiz, *Contrappunto del tabacco*, Rizzoli, 12.000 lire.
- A. Pellissone, *Catalogo Bolaffi delle pipe*, 15.000 lire.
- A. Pellissone, *Pipa hobby*, SM, 10.000 lire.
- A. Pellissone, *Pipamecum*, Priuli & Verlucca, 8.000 lire.
- B. Peroni, *La pipa*, Il Castello, 10.000 lire.
- E. Ramazzotti e B. Mamy, *Pipes et fumeurs de pipes*, Sous le vent, 96.000 lire.
- G. Savinelli, *La pipa e i suoi cocktail*, Garzanti, 6.500 lire.



dascalie ricche di dati sui materiali e di informazioni di carattere storico e artistico e quasi sempre anche delle dimensioni dei singoli pezzi. Un lavoro minuzioso e prezioso che avrebbe meritato una migliore qualità di presa fotografica e di stampa. Molte delle foto in bianco e nero sono a pagina piena, il che mette in risalto le caratteristiche della pipa ma anche la non eccelsa capacità del fotografo, con inquadrature poco aggraziate e – talvolta – sfocature non indispensabili.

Salvo alcune eccezioni, anche le foto a colori risentono di qualche debolezza di carattere tecnico: la materia, specie nel caso della schiuma, non viene resa nella sua levità, le ombre sono impastate e il dettaglio a volte è confuso. Inoltre, troppe immagini sono di piccolo formato: non si possono apprezzare i particolari nelle pipe scolpite e in quelle dipinte, a meno di non usare una lente di ingrandimento, che però evidenzia sgradevolmente il retino e la grana della carta.

Mi domando che cosa avrebbe cavato dallo stesso materiale un fotografo maestro delle luci come Andreas Feininger! Un

vero peccato, perché il testo del Ramazzotti e l'impegno devoto del Mamy meritavano un trattamento migliore... e anche perché, se non erro, il libro costa 96.000 lire! La bibliografia non è stata aggiornata al 1981, e quindi non vi figurano, ad esempio, i libri del Bozzini. Comunque, queste implacabili osservazioni nascono da un amore dichiarato per l'argomento in questione: il libro non è certo da buttare, ma lo avremmo voluto perfetto...

Un'ultima annotazione: il Ramazzotti avrà certo notato con disappunto che «pipe» viene scritto con il «p» minuscolo, una mancanza di riguardo verso l'oggetto del suo amore che lo avrà non poco contrariato.

BALDO PERONI



Purveyors to the Royal Danish Court

W·O·LARSEN



Balkan Sobranie, non da Oriente ma dal cuore dell'Inghilterra: scatole piene di aromi e misteri

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 20

Tra le numerose notizie poco piacevoli che a gennaio di quest'anno si sono rovesciate sui fumatori di pipa italiani (vale a dire, un generale ma non equanime aumento dei tabacchi), ve n'è anche una positiva: un nuovo tabacco – e che tabacco – è stato inserito nell'elenco dei trinciati che il Monopolio italiano distribuisce. Credo che ancora nessun tabaccaio abbia ricevuto il rifornimento di questo nuovo prodotto, ma i consumatori di oltr'Alpe (ricorderete, mi auguro, che vendo tabacchi a Lugano, in via Nassa 21, e quando dico «oltr'Alpe» penso all'Italia...) sono pazienti e, a meno che non abbiano la Svizzera a portata di mano, sono rassegnati ad attendere fiduciosi i tempi della burocrazia.

In questo caso, tuttavia, credo che valga davvero la pena di attendere perché il tabacco in questione è dei migliori: si tratta del *Sobranie Reserve Blend Scottish No. 3 Original Virginia Mixture*. A parte la vertiginosa lunghezza del nome, dirò che siamo di fronte a un piccolo capolavoro, destinato a fumatori esperti (è una *scottish mixture* e a differenza di una *english mixture* contiene più Virginia e niente Latakia, ha un taglio più corposo e – ecco qui la difficoltà – brucia con una certa lentezza).

Sulla scatola è precisato che questo tabacco viene miscelato a mano e che fino ad ora era riservato ai dirigenti della Sobranie

Ltd. Ringraziamo questi signori per essersi degnati di concederci l'accesso al loro gioiello e, in segno di gratitudine, parliamo un po' della loro azienda.

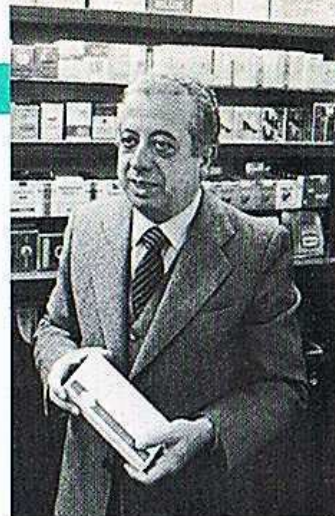
In Italia si possono trovare altri due tabacchi di questa prestigiosa marca: *The Balkan Sobranie Smoking Mixture* e *The Balkan Sobranie No. 759 Mixture*, noti rispettivamente al grande pubblico, che mostra di apprezzarli moltissimo, come «Balkan bianco» e «Balkan nero». Dürr – la Casa dell'indiano che fuma – distribuisce questi tabacchi in Svizzera e nel suo prezioso libriccino *Pipe Tobaccos* usa poche ma illuminanti parole per definire il «bianco» («Incomparabile miscela di Virginia, Yenidje e La-

takia. Molto aromatico, ma dolce e fresca») e il «nero» («Eccellente miscela di Virginia attentamente maturato, di fine macedone e di Latakia del Djebel. Garantito senza additivi aromatici artificiali»).

Al di là delle tre qualità reperibili in Italia, sul mercato svizzero riceviamo da questo produttore londinese altri tipi: il *Flake* (scatola verde rettangolare), disponibile anche come *Ready Rubbed* nella scatola tonda marrone; il *Virginia No. 10*, in cui si trova una generosa presenza di Habana; il *Reserve No. 7*, una miscela definita «aromatica», e il *Reserve No. 5* in due versioni, *flake* e *ready rubbed*. Un panorama decisamente ricco, in-



Alcune confezioni dei trinciati da pipa prodotti da Sobranie. Nella pagina accanto, i tre tipi distribuiti anche in Italia.



ELIO CAVALLINI

somma, complicato dalla presenza di confezioni diverse da quella canonica da 50 gr (ve ne sono da 100 e da 200, mentre per la *No. 759* a volte è disponibile anche la confezione in barattolo con apertura a strappo, già presente in Italia e poi sostituita dalla solita scatola).

Sobranie, insomma, produce tabacchi di prestigio per pipatori esigenti. Ma ha anche una storia di grande importanza nella tradizione inglese: più di cent'anni fa Albert Weinberg si trasferì da Odessa per impiantare in Inghilterra la produzione di sigarette con tabacco Virginia (produzione interamente manuale, si badi) da cui sarebbe nata la fortuna sua e di Robert Lewis, che qualche anno dopo avrebbe unito il proprio destino a quello dell'intraprendente tabaccaio. Il nome «Sobranie» venne scelto in quegli anni, i primi del secolo, e fu tratto dal vocabolario slavo, dove indicava un luogo d'incontro, adatto a scambiare opinioni, e anche un circolo per ufficiali. La notissima immagine della carovana che passa, sotto lo sguardo di due austere fumatrici, risale allo stesso periodo e fu adottata per la prima volta su vasi di ceramica che sostituirono



contenitori ben più precari per il tabacco, come quelli di sottili sfoglie di legno di cedro. Negli anni Venti il sedicenne Isaih Redstone, nipote di Weinberg, raggiunse da Odessa lo zio ed entrò in affari insieme a lui: il fratello di Isaih, David, lo seguì

ben presto e divenne tanto famoso nell'ambiente del tabacco da essere chiamato semplicemente «Uncle David». Sino a oggi i discendenti dei signori Redstone hanno applicato severissimi criteri alla produzione del tabacco Sobranie, ma

bisogna ricordare che la presenza di questo nome nel campo della pipa risale solo agli anni Trenta, grazie appunto alla predilezione di David per questa tecnica di fumata. Sobranie, insomma, oggi non significa solo tabacco da pipa, ma

anche sigarette: le *Black Russian* hanno carta nera e filtro dorato, mentre le *Cocktail* hanno carte di tenerissimi colori, dal rosa al viola al verde. Cose d'altri tempi, dunque: ma che tabacco...

ELIO CAVALLINI

Programmato fino all'anno 2100: non è elettronico ma costruito tutto a mano da Gérald Genta

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 22

Tutti hanno un orologio al polso. Non tutti gli orologi sono uguali. Sembrano due affermazioni ovvie, eppure non è così. Cercherò, da questa pagina di «Extra-extra» e nei prossimi numeri, di spiegare le differenze. Per illustrare i pregi degli orologi di grande stile e qualità, farò ricorso alla mia esperienza professionale, che è appunto quella di proporre il meglio della produzione di oggi e di ieri in campo orologiaio stando dietro il banco di uno dei negozi più qualificati di Milano. E per cominciare ho scelto un nome notissimo tra gli intenditori.

Gérald Genta produce — o meglio, crea — orologi raffinatissimi in materiali preziosi. La particolarità di questa lavorazione consiste nel larghissimo uso della manualità: per ottenere risultati di livello eccezionale, ogni piccola parte viene ideata, disegnata e realizzata con un numero incredibile di lavorazioni manuali. Questi miracoli di orficeria nascono nei due laboratori di Genta, a Ginevra e a Le Brassus, in Svizzera, e possono essere ammirati dal vero, in Italia, in pochi negozi ultraqualificati. Italiano di origine, Genta ha lavorato per oltre vent'anni su incarico delle maggiori aziende produttrici svizzere e di tutto il mondo; solo nel 1973 decise di affrontare la produzione in proprio e grande successo ha arriso alla sua iniziativa. Quando ha compiuto questa scelta, Genta ne



ha compiuto, insieme, un'altra: quella di non accettare il diffondersi sempre più generalizzato delle macchine a ciclo completo che lavorano in fretta ma realizzano prodotti tutti uguali, senza quel tocco di inventiva e creatività che è il tratto più caratteristico dell'uomo. Si può dire che Genta produce orologi «à la carte», nel senso che spesso lavora su commissione, su misura. Il risultato di questo lavoro si traduce in oggetti di bellezza insospettabile, sia che si tratti di orologi da polso (per uomo o per donna) sia da taschino.

Spesso i meccanismi sono in mostra, attraverso un gioco di trasparenze: anche gli ingranaggi più freddi rivelano così la loro preziosa razionalità e invitano a osservare — quasi materialmente — il tempo che passa. Spesso, gli orologi di Genta hanno anche

fasi lunari e calendario perpetuo. Uno di questi orologi è illustrato qui accanto: i quattro quadranti indicano in quale punto si trova la posizione della luna (nuova, piena, calante ecc.); il numero del giorno; il nome del giorno; il nome del mese. Le due lancette grandi, invece, segnano l'ora cronometrica. La particolarità consiste nel fatto che il calendario è programmato fino al 2100, anno in cui si dovrà intervenire (ci auguriamo, con ottimismo, che qualcuno di noi ci sia ancora) con un apposito pulsante per avanzare di un giorno. Fino ad allora, l'orologio tiene conto da sé dell'alternarsi degli anni bisestili e dell'imperfezione insita nel calendario che papa Gregorio XIII introdusse nel 1582 (a sua volta, il papa agì per correggere una imprecisione del calendario stabilito da Giulio Cesare nel 46 avanti Cristo; ci sarà qualche altro grande uomo che vorrà intervenire in futuro per sistemare definitivamente la questione degli scarti di tempo?).

Insomma, senza il minimo ricorso all'elettronica gli orologi di Genta svolgono compiti e operazioni degne del computer più raffinato. È giusto, quindi, che questo grande orologiaio parli, a proposito della vocazione che anima tutta la sua équipe, di un preciso «esprit de Genève», cioè di una vera e propria filosofia che vuole creare orologi per l'uomo fatti dall'uomo.

FRANCO MEANI



FRANCO MEANI

Nella foto qui accanto: Gérald Genta, creatore degli originalissimi orologi a cui è dedicato il servizio di questa pagina. Nella foto in basso, un modello con calendario perpetuo e l'indicazione delle fasi lunari.



Dal contagocce alla pompetta, dalla cartuccia al convertitore la stilografica si ricarica così

Nel 1884, per risolvere sue particolari esigenze professionali, Lewis Edson Waterman decise di realizzare uno strumento di scrittura da tasca che si potesse utilizzare senza il gran numero di accessori all'epoca indispensabili: calamaio, ceneriera, stilo e pennini.

Da allora, l'inevitabile evoluzione tecnologica ha portato a modifiche e migliorie che non hanno comunque intaccato, a tutt'oggi, la validità del progetto iniziale; hanno interessato praticamente, con grande gioia dei collezionisti, il solo sistema di rifornimento dell'inchiostro che è stato realizzato nei modi più disparati e fantasiosi.

Comunque, per riordinare un po' le idee, riepiloghiamo i quattro distinti modi di caricamento più importanti che si sono succeduti nel tempo:

■ dagli esordi sino alla prima guerra mondiale, i gruppi-pennino erano fissati a vite al corpo della penna; era quindi necessario svitarli e provvedere al riempimento per mezzo di un particolare contagocce;

■ contemporaneamente a queste prime realizzazioni, nacque la «penna di sicurezza», rimasta in produzione sino alla soglia degli anni Trenta; l'ingegnoso meccanismo per l'alimentazione era costituito da un sistema a vite, comandato dalla rotazione del fondello che, provocando il rientro del pennino nel corpo, consentiva di versare l'inchiostro

nel serbatoio tramite il solito contagocce;

■ il sistema comunemente definito «a pompetta» ebbe origine certa nel 1892; le modifiche a questo metodo ancora attuale non sono state così sostanziali da alterarne la primitiva validità. I progettisti si sono sbizzarriti su questo tema: vette incernierate esternamente, bottoni inseriti all'interno, filettature semplici e doppie con pistoncini, sino alla soluzione in assoluto più semplice, cioè la pressione (e relativo immediato rilascio) esercitata con le dita sul serbatoio in gomma. È possibile reperire ulteriori alternative, che non modificano la tecnica di base;

■ ultimo sistema, quello a cartuccia: la sua introduzione si fa risalire attorno alla fine degli anni Quaranta, anche se rimangono rare tracce precedenti di questo esperimento. Questo sistema, oggi comunemente adottato, consente la reintroduzione

dell'inchiostro in modo veloce e senza pericolo di sporcarsi, anche se i costi sono ben diversi di quelli che si otterrebbero usando il vecchio, simpatico ed economico flacone. Ma tant'è, la cartuccia impera, in linea con il consumismo e, malgrado le grandi marche – che in questo si distinguono – continuano a corredare le loro stilografiche con il convertitore (che permette appunto di passare dall'alimentazione a cartuccia a quella tradizionale), si è ormai generalizzato l'«usa e getta», anche in questo specializatissimo settore: la cartuccia a perdere domina. Una importante branca del collezionismo, meno interessata agli aspetti tecnici dell'evoluzione della stilografica, è volta alle forme e ai rivestimenti esterni: i più pregiati sono quelli degli anni Trenta e Quaranta, dove i disegni liberty arabescati sono quelli della celluloida, che con i colori più svariati, fanno veramente



GIANNI RIELA

dello strumento di scrittura un gioiello particolarmente caro da possedere.

Personalmente, oltre a essere direttore alle vendite di una delle più importanti aziende produttrici di penne, sono interessato a documentare, e quindi a collezionare, tutti gli aspetti del passato della penna: e tenterò di trasmettere ai lettori di «Extra-extra» un po' della mia passione o, se non altro, delle mie informazioni.

GIANNI RIELA



«Big Red», una simpatica stilografica Parker risalente al 1912: la carrozzeria è in celluloida arancio, il pennino laminato oro, il sistema di caricamento «a pompetta».

Nella foto in basso, «Nostalgia»: una riproduzione recente di una penna stilografica del 1924; è un prodotto Sheaffer, in celluloida con sfoglia d'argento.

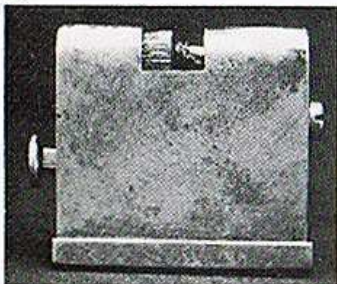


Chi l'ha detto che i fiammiferi sono il massimo per la pipa? La meccanica vuole la sua parte

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 24

I puristi della pipa sostengono che l'accensione migliore si ottiene con il sistema più economico e tradizionale: con i fiammiferi di legno. Chi — come me — ama gli accendini, concorda ma dà la preferenza agli accendini: ne esistono creati apposta per la pipa e se ne trovano in commercio di validissimi. Un requisito indispensabile è che usino gas, non benzina, perché questa lascia sempre un po' del suo inconfondibile odore: in anni lontani, esistevano perfino benzine profumate. Ho pensato di presentare — a titolo di curiosità storica — alcuni accendini a benzina studiati appositamente per la pipa.

In questo esordio della mia rubrica vi parlerò di quattro accendini (uno da tasca, gli altri da tavolo) risalenti agli anni Venti e Trenta; nel prossimo numero, parleremo di altri accendini a benzina, più recenti, e quindi, in seguito, tenteremo una panoramica degli accendini a gas per pipa.



Kaschie

● **Kaschie** - Premendo il pulsante a sinistra, dalla parte superiore esce la fiamma: siamo alla fine degli anni Venti, in Germania, e l'oggetto da tasca di cui parliamo è realizzato in ottone. Il nome è la sintesi delle iniziali del fabbricante. Si tratta di un accendino decisamente raro.

● **Dunhill Pipe Unique** - Risale al 1933 ed è in ottone dorato; il famoso Unique, con cui la Dunhill iniziò la propria attività nel campo della produzione di ac-



Dunhill Pipe Unique

ceccini (1923), nacque in doppia versione, per sigaretta e per pipa (a confermare la vocazione «totale» della Casa londinese nel campo del fumo). Se ne conosce un'altra versione per pipa, ma tascabile: in sostanza, più corto e privo del piedistallo. Premendo verso l'alto il pulsante sul lato sinistro, esce il portastoppino, che con la sua lunghezza consente di raggiungere l'interno del fornello della pipa.

● **Ronson Touch** - Siamo negli Stati Uniti, è il 1934: Luis V. Aronson (in seguito, semplificherà il proprio cognome in Ronson) brevetta questo originale accendino di bachelite e ottone. Estruendo il portastoppino (che sporge a sinistra nella parte superiore dell'accendino) e premendolo sul bottone centrale, si fa scattare la rotella che genera la scintilla. La Art Metal Work inc. di New Ark, nel New Jersey, ne produsse diverse versioni; una, in particolare, è apprezzatissima



Ronson Touch



STEFANO BISCONCINI

dai collezionisti perché davvero originale: raffigura il bancone di un bar, vi si vedono bottiglie e bicchieri e, addirittura, un cameriere che agita lo shaker.

● **Ronson Elephant** - È in ottone, mentre le zanne sono in avorio... Si estrae il portastoppino dal dorso dell'elefante e lo si strofina sulla proboscide, che ha una lunga pietra da cui nasce la scintilla e, quindi, la fiamma; questo tipo di accensione viene definita, con termine francese, à frottoir.

STEFANO BISCONCINI



Ronson Elephant

Arte nella radica. Pipe Ardor.



FABBRICA DI PIPE ARTISTICHE
DI DORELIO ROVERA & C.
GROPPELLO DI GAVIRATE, VARESE
TELEFONO 0332 743572

ARDOR

CASA FONDATA NEL 1911



A Roma il Pipa Expo 83 e il campionato mondiale

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 26

Nel 1979 il Fincato Pipa Club di Roma aveva organizzato a Roma, all'Hilton, il IV campionato mondiale di «lento fumo». Quest'anno, per il 29-30 aprile e 1 maggio, organizza, presso lo stesso albergo, il primo campionato mondiale di «lento fumo» per club.

Quattro anni fa, dunque, si trattò di una grande manifestazione agonistica, che diede la vittoria a Viris Vecchi (2 ore, 51 minuti e 22 secondi), a M. Grazia Drudi

(1 ora, 39 e 35) e alla squadra italiana composta da Vecchi, Baccanelli e Santilli (tempo complessivo: 7 ore, 17 e 15). L'Italia, insomma, si aggiudicò un *en plein* con tutti i trionfi del caso.

L'avvenimento agonistico di quest'anno è articolato in maniera diversa: per la prima volta al mondo si confronteranno i club. Le modalità di iscrizione e di partecipazione sono nuove e vale la pena di parlarne. Innan-

zitutto, le iscrizioni. Ogni club può iscriversi presso il club organizzatore, a rappresentarlo, una squadra o più squadre; ciascuna di queste squadre potrà essere composta al massimo di cinque concorrenti (il tempo di gara sarà dato da quello dei migliori tre della squadra); per non creare confusioni, ogni club che presenta più di una squadra le chiamerà «Squadra A», «Squadra B» e così via.

Ogni concorrente pagherà, per iscriversi, quarantamila lire. La cifra non è bassa, d'accordo, ma si tratta di un'occasione unica per confrontarsi con le squadre più forti del mondo. E poi, la pipa da gara, studiata appositamente da Savinelli per l'occasione, è di notevole valore: si tratta del modello 128 in esecuzione nera liscia, con una consistente ghiera d'argento. Inoltre, il solito complemento proprio di queste ricorrenze (borse, regalini, stampati, premi vari) non può non incoraggiare ulteriormente a partecipare.

Il tabacco per la gara è, ancora, lo *Sweet Dublin Irish Whiskey*: ancora, s'è detto, perché non tutti i fumatori lo apprezzano per garrigiare. Citiamo un brano da «Smoking» del dicembre 1979: «Chi per la prima volta ha partecipato a una gara di lento fumo non ha potuto non rilevare la pessima qualità della fumata in una pipa nuova di tornio con un tabacco in verità non da rodaggio. Rivediamo i regolamenti?»;

sono passati quattro anni e, a quel che sembra, i regolamenti sono immutati...

La gara di «lento fumo» è solo uno dei due argomenti che giustificheranno una trasferta a Roma (a proposito: chi è interessato, può rivolgersi al proprio club, che organizza di sicuro viaggi di gruppo, magari a condizioni interessanti, se non altro per la compagnia simpatica e gradevole). Altro punto di attrazione è il Pipa Expo. «Seconda mostra mondiale della pipa e degli accessori». Si propone di essere la più grande al mondo nel settore: lo sforzo organizzativo dev'essere stato davvero notevole se nell'elenco dei partecipanti vi sono tutti i nomi più importanti nel campo della produzione e distribuzione di pipe, accendini, tabacchi e accessori di ogni genere.

Saremmo tentati di pubblicare l'elenco completo dei partecipanti: ma è davvero lungo, e d'altra parte nominare solo alcuni dei presenti ci sembrerebbe poco riguardoso per gli altri...

L'invito, perciò, è di essere presenti di persona per scrutare le ghiotte novità che saranno esposte nelle vetrine del Pipa Expo e pianificare i futuri acquisti in campo pipario. D'altra parte, questo appuntamento romano ha anche un suo risvolto mondano: una cena sociale a cui parteciperanno artisti e personalità e alla fine della quale si potrà fare una bella pipata in compagnia.

in Svizzera, dopo il valico autostradale di Chiasso

centro shopping Innovazione

depositario Davidoff • negozio dealer Dunhill

oltre 250
tabacchi da pipa

300 tipi
di sigari
di tutto
il mondo,
dai cubani
agli svizzeri

pipe Fairmorn
e molte altre marche



telefono
004191 433013



*La locandina della manifestazione romana
organizzata dal Fincato Pipa Club; qui sotto,
la gara e la rassegna del 1979.*



*Gian Franco
D'Este*

**via Piave 62
telefono 041 59035**

Mestre

pipe

il Ceppo



Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 28

Claudio Cavicchi
con Antonia Testa
della tabaccheria
Portanova di Bologna.

A Genova fumata eccezionale: Cavicchi «dura» 3 ore 33'33"

L'inizio ufficiale dell'8° Trofeo Città di Genova, tradizionale appuntamento per gli appassionati del lento fumo patrocinato dal Superba Pipa Club, è stato dato ormai da più di tre ore. Eppure, dalle abbondanti volute di fumo che si levano dal fornello della pipa di Claudio Cavicchi, del Club Portanova di Bologna, unico concorrente rimasto in gara, non si direbbe sia passato così tanto tempo. Tra breve il cronometro si fer-

merà sulle tre ore, trentatré minuti primi e trentatré secondi, nuovo record del mondo con pipe di forma libera e nuovo regolamento internazionale. Una data eccezionale, da ricordarsi, dunque: 27 marzo 1983.

Subito dopo, tra l'entusiasmo e l'eccitazione dei compagni di squadra, e soprattutto della moglie, raggiungiamo Cavicchi per strappargli qualche impressione a caldo. Dalle parole di questo trentenne dall'aspetto solido, trasparano gioia e soddisfazione, ma soprattutto una grande determinazione alla vittoria, all'affermazione personale.

Molti pipatori, anche di vecchia data ma non avvezzi a questo tipo di manifestazioni, si chiederanno come sia possibile raggiungere questi tempi con soli tre grammi di tabacco; la risposta, se ci è concesso, la rubiamo proprio al nuovo detentore del record che, come un perfetto atleta fondista, così stigmatizza: sacrificio e allenamenti continui.

Alla gara erano presenti 23 club, tra cui 3 svizzeri e precisamente quelli di Obervalleis, di Aarau e quello di Ginevra capitanato dal conosciutissimo Peter Müller. Il totale di 354 concorrenti ha eguagliato il record di presenze dell'edizione 1982, ma dopo 1 ora e 5' dall'inizio ne rimanevano in gara solo 90 e dopo 2 ore e 10' solo quelli che avrebbero poi fatto parte dei primi dieci nella classifica finale.

Tra le varie coppe messe in palio,

figurava anche quella di «Extra-extra» che è stata assegnata al Biella Pipa Club. Il Campionato hobbisti pipa, organizzato dal Superba, ha visto, pur senza una numerosissima partecipazione, la presenza, sia nelle forme classiche sia in quelle scolpite, di alcuni pezzi interessanti.

ANTONELLO CIARROCCA

Classifica generale

1° Claudio Cavicchi (Portanova, Bo)	3,33,33
2° Giuseppe Bertolino (Langhe, Cn)	2,43,40
3° Peter Müller (Ginevra)	2,34,38
4° Gianbattista Baccanelli (Urru, Mi)	2,28,30
5° Graziano Giannasi (Portanova, Bo)	2,18,45
6° Luisa Franchini (Portanova, Bo)	2,16,30

Classifica per club

1° Portanova Bologna	8,08,48
2° Langhe Castagnole Lanze	6,34,43
3° Fincato Roma	5,59,19

Pascal

di B. Alcione



ANTICA TABACCHERIA DEL PAVAGLIONE

via dell'Archiginnasio 2/b
di fronte a piazza Maggiore
Bologna
telefono 051 235413

articoli per fumatori, da regalo, da gioco - cere

Pipe danesi. Per intenditori.



STANWELL



*distribuite
da Lubinski,
Fermo.*

Indiscrezioni di primissima mano sul presidente che fuma la pipa

Extra-extra • n. 2 marzo-aprile 1983 • 30

Antonio Maccanico è il segretario generale della presidenza della Repubblica: insomma, è il più stretto collaboratore di Sandro Pertini. Di recente (10 e 17 gennaio) ha rilasciato una lunga e succulenta intervista a Ludovica Ripa di Meana per «L'Europeo». L'abbiamo subito letta per scoprire – deformati nelle nostre curiosità dal prevalere di quella per le pipe – cosa vi si diceva a proposito di Pertini e del fumo. Riferiamo

coscienziosamente ai lettori di «Extra-extra».

Gli inizi di una grande passione

«Il presidente – informa Maccanico – ha cominciato a fumare la pipa durante la Resistenza quando, nel novembre 1944, fece la leggendaria traversata del Monte Bianco per raggiungere il comando del Cnl a Milano. Du-

rante quell'avventura sulle Alpi, ebbe accanto delle guide francesi e un ufficiale inglese che compiva la missione insieme a lui. Nel clima di affettuoso cameratismo tipico tra la gente di montagna, ci fu uno scambio di doni: una guida francese regalò a Pertini una pipa Ropp, e l'ufficiale inglese gli regalò del tabacco.

«Da allora – prosegue Maccanico – non ha mai smesso di fumare la pipa. Anzi, ne è diventato un accanito collezionista e, per scaramantica fedeltà a quell'inizio, le pipe non le compra ma se le fa regalare. Ne ha più di 700. Ciò non toglie che appena può da omaggiato si trasformi in omaggiante: quando, cioè, vede un illustre fumatore alle prese con una pipa non adeguata, gliene regala una pregiatissima, o tratta dalla sua collezione, o appositamente acquistata.

Pipe italiane, tabacco danese

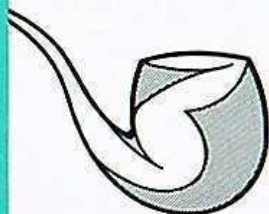
«Tra i destinatari di questo dono, che per il presidente ha un particolare significato, ricordo: il cancelliere Helmut Schmidt, il generale Vittorio Santini, un aiutante del generale James Lee Dozier, dei semplici cittadini tedeschi che gliene avevano fatto richiesta per lettera, e Millicent Fennwick, deputatessa americana che si è saputo essere fumatrice di pipa e per cui è riuscito a scovare una pipa adatta al gen-

til sesso. Delle sue 700 pipe, Pertini preferisce le italiane perché le ritiene le migliori. Fuma, invece, tabacco danese».

Maccanico, inoltre, riferisce di un gustoso scambio di battute tra il nostro presidente e la regina Elisabetta d'Inghilterra, nell'ottobre 1980. «Al termine del pranzo al Quirinale, il presidente e la regina si sono messi a chiacchierare di pipe. Il presidente, che in materia è un vero intenditore, ha sbalordito la regina rivelandole che le famose pipe inglesi Dunhill sono ricavate da una radice calabrese. «Ecco», ha aggiunto, «un esempio di collaborazione economica tra l'Italia e l'Inghilterra». E la regina di rimando: «Che peccato! Se lo avessi saputo prima lo avrei inserito nel mio discorso»».

ricciardi pipaclub

Troverai Baldo Baldi, Bang,
Charatan, Dunhill, Radice
e tante altre prestigiose marche.
Attrezzato laboratorio
per la riparazione delle pipe.



CLINICA DELL'ACCENDINO

Napoli, piazza Carità 5
telefono 081 320595



I prezzi al pubblico dei tabacchi distribuiti dal Monopolio italiano

700 lire

TRINCIATO COMUNE	I □
TRINCIATO FORTE	I □

2.210 lire

REVELATION	☆
------------	---

2.500 lire

DRUM	S □ ★
GAULOISES CAPORAL	S □ ★
SAMSON	S □ ★

2.750 lire

GOLF	I □
ITALIA	I □
MANILA MILD	S □ ★
PERSONAL PIPE	I □
ROPP MIXTURE NOIR	□

2.800 lire

OLD HOLBORN	S □ ★
-------------	-------

3.000 lire

AMSTERDAMER	□ ★
ENGLISH GOLD	□
EXCLUSIV BRANDY	□
EXCLUSIV CAVENDISH	□
PIRAT	□
SAIL AROMATIC CAVENDISH	□
SAIL REGULAR D. BLEND	□

3.250 lire

PERLE MIXTURE (LATAKIA & PERIQUE)	□ ★
-----------------------------------	-----

3.500 lire

AMPHORA FULL AROMATIC	□ ★
-----------------------	-----

AMPHORA REGULAR	□ ★
AMPHORA RICH AROMATIC	□ ★
APPLE AND GRAPE	□
CLAN FULL AROMATIC	□ ★
CLAN LIGHT NATURAL	□ ★
HOLLANDIA	□ ★
LARSEN'S VIRGINIA FLOWERS (MILD & SWEET)	□
LINCOLN CAVENDISH	□ ★
LUCKY STAR (MILD CAVENDISH)	□
MAC BAREN'S GOLDEN BLEND	□ ★
MAC BAREN'S MIXTURE	□ ★
PRINCE ALBERT	☆
SCHIPPERS TABAK SPECIAL	□ ★
SKANDINAVIK MILDLY	□
SKANDINAVIK MIXTURE	□
SWEET CROP	□
SWEET DUBLIN BLACK CAVENDISH	□ ★
SWEET DUBLIN IRISH WISKEY	□ ★
TROOST AROMATIC	□ ★

3.750 lire

AMPHORA BLACK CAVENDISH	□ ★
AMPHORA GOLDEN CAVENDISH	□ ★
AMPHORA SCOTCH WHISKY	□ ★
BORKUM RIFF CHERRY	□ ★
BORKUM RIFF WISKEY	□ ★
EGBERTS 44	□ ★
EXCLUSIV ROYAL	●
FLYING DUTCHMANN BURLEY MIXTURE	□ ★
FLYING DUTCHMANN GOLDEN VIRGINIA	□ ★
IRISH MEAD MILD	□ ★
NEPTUNE	□ ★
SCHIPPERS CAVENDISH	□ ★
STANWELL EXTRA MILD	□ ★

4.000 lire

BLACK AND GOLD MIXTURE	●
FOUR SQUARE MIXTURE	●
GERMAIN HONEY CAKE MIXTURE	●
GERMAIN MIXTURE N. 7	●
KING CHARLES SMOKING MIXTURE	●
LARSEN FLAKE CUT (MILD & SWEET)	●
MAC BAREN'S PLUM CAKE	□ ★
PARK LANE N. 7	□ ★
RADFORD'S WILD HONEY	● ★
RADFORD'S WITH NUT & BERRY	● ★

4.500 lire

DERBY	I ●
EXECUTIVE NUMBER ONE	I ●

5.000 lire

BENSON & HEDGES MELLOW MIXTURE	●
FLYING DUTCHMANN AROMATIC	●
FLYING DUTCHMANN REGULAR	●

6.000 lire

ERINMORE FLAKE MURRAY'S	● ★
ERINMORE MIXTURE	● ★
MURRAY'S	● ★
MULLINGAR'S KENMARE	● ★

6.500 lire

GALLAHER'S LATAKIA	● ★
JOHN COTTON 1 & 2 MEDIUM	● ★
JOHN COTTON 1 MILD	● ★
JOHN COTTON LATAKIA	● ★
PETERSON MEDIUM BLEND	● ★
PETERSON MILD MIXTURE	● ★

7.000 lire

DUNHILL EARLY MORNING PIPE	● ★
DUNHILL LONDON MIXTURE	● ★
DUNHILL MY MIXTURE 965	● ★
DUNHILL NIGHTCAP	● ★
DUNHILL STANDARD MEDIUM	● ★
DUNHILL STANDARD MILD	● ★
GALLAHER'S RICH DARK HONEYDEW	● ★
SULLIVAN POWELL GENTLEMAN'S	● ★
SULLIVAN SPECIAL MIXTURE	● ★
THE BALKAN SOBRANIE N. 759 MIXTURE	● ★
THE BALKAN SOBRANIE RESERVE BLEND	● ★
THE BALKAN SOBRANIE SMOKING MIXTURE	● ★

7.500 lire

CAPSTAN NAVY CUT MEDIUM	● ★
CAPSTAN NAVY CUT MILD	● ★
ESCUDO NAVY DE LUXE	● ★

8.000 lire

EDGEWORTH SLICED	■ ●
------------------	-----

8.500 lire

NEPTUNE MILD MIXTURE	■ ● ★
----------------------	-------

10.000 lire

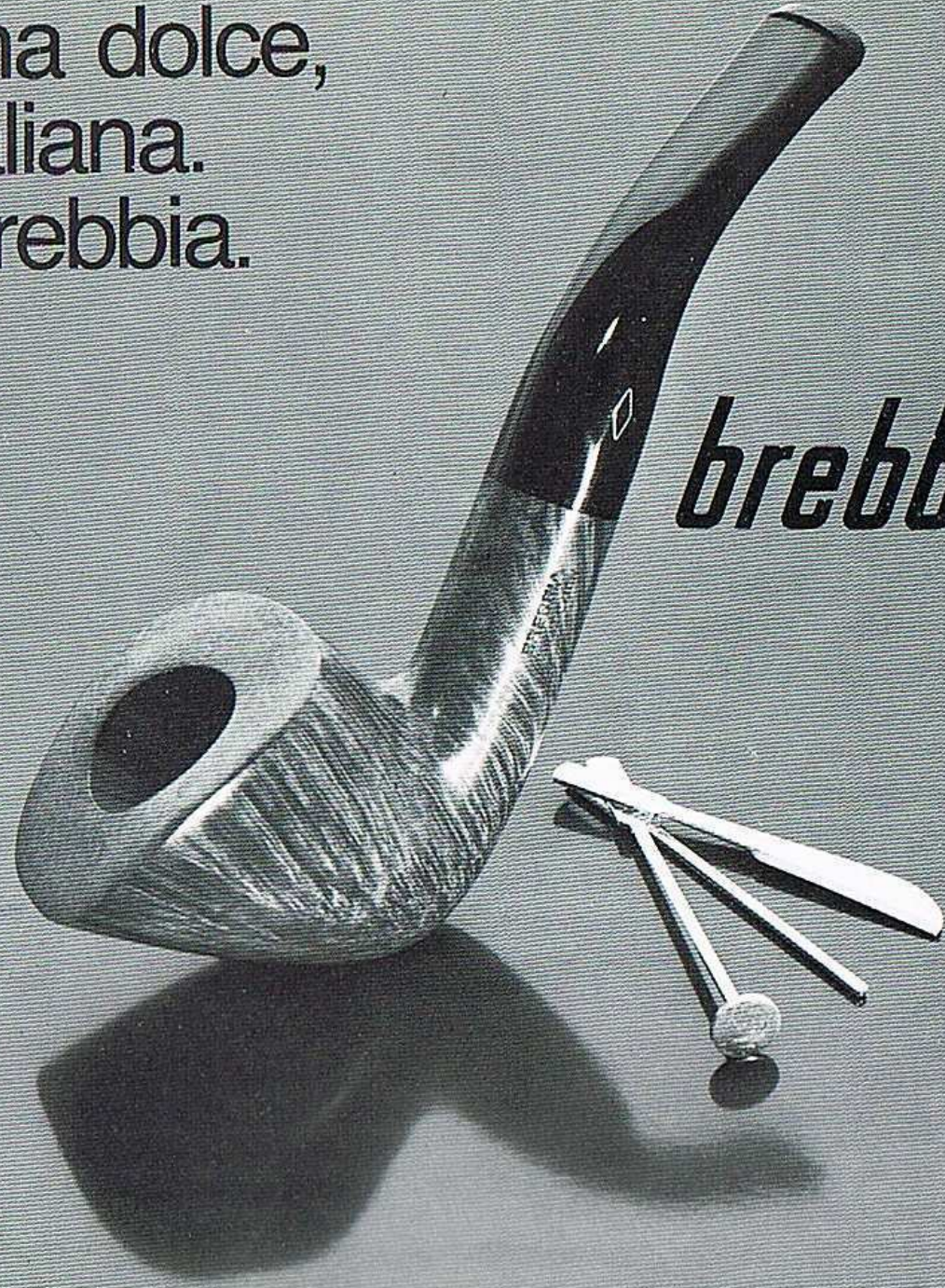
THREE NUNS	● ★
------------	-----

I prodotto italiano □ in busta
 ☆ in scatola di cartone S trinciato per sigarette ★ prezzo modificato il 3 gennaio 1983 ● in scatola metallica ■ confezione da 100 grammi.

Negozi speciali per gli acquisti migliori

ALBENGA	Ansaldo viale martiri della libertà 82 telefono 0182 540274	GENOVA	Cabassi via fleschi 27r telefono 010 587838	MODENA	Montanari pipe piazza grande telefono 059 236019	BOLOGNA	Portanova tabaccheria via portanova 16 d telefono 051 227471
ROMA	Apicella corso vittorio emanuele 133 telefono 06 659077	ROMA	Carmignani via colonna antonina 42 telefono 06 6780413	ROMA	Moriconi piazza cola di rienco 83a telefono 06 389160	NAPOLI	Ricciardi Pipaclub piazza carità 5 telefono 081 320595
BOLOGNA	Artebano's pipe via mentana 7 telefono 051 279411	MILANO	Casa dei rasoi San Babila Pipa Club corso vittorio emanuele 37b telefono 02 700018	MILANO	Noli galleria vittorio emanuele 82 telefono 02 875658	CORNUDA	Ronzani Pipa Club Cornuda via 8-9 maggio telefono 0423 83863
MILANO	Articoli per fumatori di R. Montelusco viale sabotino angolo via crema telefono 02 573598	TORINO	Casaro pipe via cernaia 36 telefono 011 531304	BOLOGNA	Pascal di B. Alcione via dell'archiginnasio 2b telefono 051 235413	VIAREGGIO	Salotto della pipa di C. Nespoli via garibaldi telefono 0584 42052
	Bassi via ugo bassi 19 telefono 051 226754	TORINO	Diapede pipe via monte di pietà 16 telefono 011 547408	TORINO	Peiretti corso vittorio emanuele II 70g telefono 011 544948	BRESCIA	Tabaccheria Rizzi via trento 27 telefono 030 300627
BOLOGNA	<i>Proponiamo ai fumatori esperti marche prestigiose: Bang, Castello, Ceppo, Dunhill e Mastro de Paja.</i>	ROMA	Fincato Pipa Club Neptune via colonna antonina 35 telefono 06 6785508	TORINO	<i>Tante cose, tutte per il fumo. In città, è il solo negozio a proporre ai fumatori le pipe ultra-artigiane Ardor.</i>		Tagliabue tabaccheria piazza garibaldi telefono 031 707653
ROMA	Bellucci viale giulio cesare 181 telefono 06 384051		Fratelli Dubini corso san gottardo 19 telefono 004191 442894	ROMA	Pellegrino via nazionale 63 telefono 06 461082	CANTÙ	<i>Dove nascono le famose pipe Castello, un qualificato punto-vendita per scegliere la pipa e il tabacco giusti.</i>
COMO	Bianchi viale varese 53 telefono 031 261259	CHIASSO	<i>In Svizzera: vasta scelta di sigari cubani e di ottimi tabacchi da pipa. Negozio depositario Davidoff.</i>		Pesaresi corso d'augusto 191 telefono 0541 51010		Vestrini e Peluso via guicciardini 17-19 telefono 055 298547
	Bollito corso duca degli abruzzesi 10 telefono 011 518586	PALERMO	Kalabash di Giuseppe Schimmenti via principe belmonte 85 telefono 091 336515	RIMINI	Pipe House di Daneri e Natalo via san vincenzo 184 telefono 010 565530	FIRENZE	<i>Il meglio delle pipe artigiane, le «industriali» più scelte: un negozio specializzato, concessionario delle Bang.</i>
TORINO	<i>Un negozio qualificato: Castello, Ceppo, Charatan, Dunhill, Larsen, Peterson's, Sasieni, Savinoli ecc.</i>	MILANO	Menegazzi via vitruvio 32 telefono 02 279295	GENOVA	<i>Articoli da regalo. Ma soprattutto belle pipe: in esclusiva, le Bang, le Upshall e le Mastro.</i>		
TORINO	Bottega della pipa di Debonedotti via san francesco d'assisi 2 telefono 011 519463		<i>Non solo le pipe Radice: Dunhill, Charatan, Parker, Peterson, Stanwell, Caminetto. Sede del Milano Pipa Club.</i>				

Fuma dolce,
è italiana.
È Brebbia.



brebbia

Made by hand in Italy **il Ceppo**



*distribuite
da Lubinski,
Fermo.*

Pipe «Il Ceppo» fatte a mano in Italia