

I GETTONI DI FABRIZI ALBERTO BARBIERE E PARRUCCHIERE

Franco e Vincenzo Rapposelli

Cosa non facevano i barbieri di un tempo che fu! E quelli di Bologna in particolare!

La serie di gettoni e la cartolina riprodotta ci riportano con il pensiero a tanti anni addietro.

Circa 70, presumiamo, nella Bologna degli anni '20. Se poi non sono 20 ma 10 o 30, lasciamo all'intraprendenza degli incuriositi di questa presentazione l'approfondimento. La traccia che diamo è un numero di telefono "intercomunicante" della rete bolognese intestato a Fabrizi Alberto e sorelle. Il numero è il 2073.

I gettoni realizzati con tondelli di metallo bianco, in lega di nichel probabilmente, del diametro di 21 mm, riportano su una faccia il nome dell'esercizio "FABRIZI ALBERTO/BARBIERE/E/PARRUCCHIERE/BOLOGNA/VIA D'AZEGLIO N.1.F".

Sull'altra faccia invece il servizio accreditato dal gettone stesso "BUONO/PER UN/SERVIZIO DI/TOELETTA/VALE ... CENT." Il valore di 20, 25, 35 o 50 centesimi differenzia i gettoni stessi (vedi fig.2).

E' evidente l'intento pubblicitario nella realizzazione dei gettoni anche perché la creazione contemporanea di una cartolina reclamistica trascina con sé, in maniera chiara, l'idea di "farsi conoscere in giro il più possibile".

Tuttavia l'intenzione di coprire delle esigenze sentite e reali con dei gettoni, dev'essere stata preminente sul desiderio di farsi pubblicità.

I collezionisti di monete di necessità sanno benissimo che di fronte alla mancanza ricorrente nel tempo del circolante divisionale, fioriscono gettoni che hanno il compito di surrogare lo spicciolame, ma questa volta la cartolina pubblicitaria ci porta un altro elemento di riflessione.

I servizi forniti dall'intraprendente Fabrizi e dalla sua attività sono innumerevoli e variegati. La cartolina ci mostra il personale impettito e schierato, rigorosamente separato per sesso: 9 ragazze da un lato e 8 uomini dall'altro pronti al servizio della gentile clientela.

Servizio di barbiere e parrucchiere. Gabinetto di pettinatura, commercio e lavorazione in capelli, modisteria. Callista, manicure, bagni e "masseur". Specialità tinture utilizzando "SPLENDOR OREAL-HENNE", avvisandoci che sono tinture vegetali innocue e con ben 30 anni di vendita.

Chi più ne ha ne metta, diremmo.

Tutto ciò fornito anche con servizio a domicilio e con i saloni aperti tutti i giorni e a tutte le ore.

Non c'è ombra di dubbio; un esercizio di notevole complessità e si indovina ... dal pingue volume degli affari.

E proprio quest'ultima osservazione ci porta a determinare l'esatta funzione dei gettoni presentati.

L'idea base non deve essere stata quella, pur sentita, di far fronte alla carenza di circolante, quanto quella di tener sotto stretto controllo il ricavato delle prestazioni. Unica cassa, insomma, per più servizi che si svolgono contemporaneamente e pagati dai clienti con gettoni acquistati in precedenza.

Data l'elevata gamma delle prestazioni fornite ci viene fatto di pensare che i gabinetti et i saloni di via D'Azeglio, via Asse e piazza Galvani erano frequentatissimi da Signore e Signori i cui capelli venivano acconciati e colorati come quelli della testa di donna riprodotta sulla cartolina inserita chiaramente come ... esempio ideale di tintura e, speriamo, non di pettinatura, delle donne di successo del tempo.

Peccato però che la cartolina non fosse possibile stamparla a colori per apprezzare fino in fondo l'arte della tintura che va da un biondo chiarissimo ad un castano scuro!

Questo andirivieni di umanità, assimilabile alla vita quotidiana delle terme romane, deve aver comportato l'ampliamento delle attenzioni e delle attività pervenendo quasi naturalmente all'agenzia di affari IOLANDA, approvata regolarmente dalla Regia Questura di Bologna, la cui sfera principale di interesse rivestiva la vendita, le affittanze, il collocamento di "camere vuote e ammobiliate", "appartamenti vuoti e ammobiliati", ecc., ecc.

Chissà poi quali altre transazioni piccole, medie e grandi dovevano intercorrere fra i frequentatori di questo possente esercizio.

Appare quasi naturale che i saloni fossero premiati più volte con croce al merito e medaglia d'oro all'Esposizione di Roma.

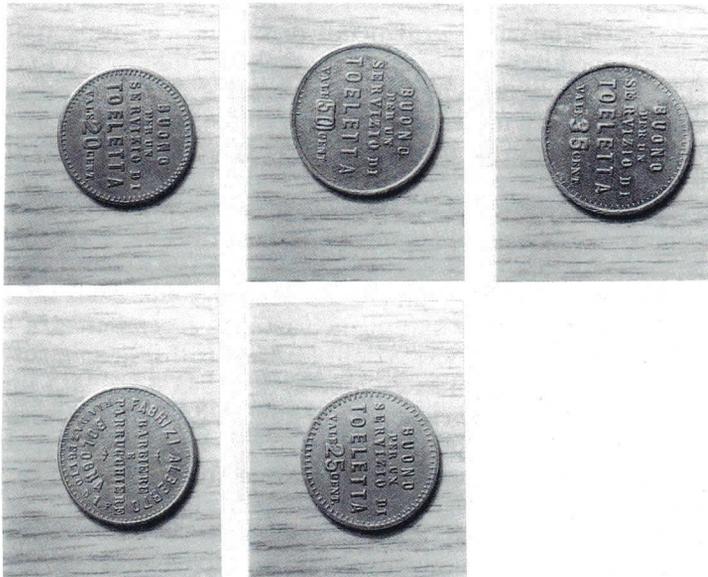
* * *

Nella speranza di essere riusciti a descrivere un momento degli anni passati e a suscitare delle immagini e delle sensazioni, ci corre l'obbligo di precisare che questo è forse il modo migliore di approcciare qualsiasi tipo di collezionismo e quello delle monete di necessità in particolare.

Il gettone, infatti, avendo meno elementi ricavabili dal "pezzo" comporta un approfondimento che investe ogni aspetto di costume comportamentale e in definitiva culturale per riuscire a capirlo e ad amarlo.



1



2

Fig.1 - La cartolina pubblicitaria della ditta Fabrizi sopra riprodotta, ci mostra degli esempi di costume dell'epoca quali l'apertura di un esercizio pubblico tutti i giorni ed a tutte le ore o il commercio e la lavorazione di capelli.

Fig.2 - Gettone ad uso interno della ditta Fabrizi Alberto, Barbiere e Parrucchiere. Per il momento si conoscono i valori di 20, 25, 35 e 50 centesimi. E' da notare che il 35 cent. è stato battuto col conio del 20 cent. ritoccato nel valore mentre per il 50 cent. è stato corretto il conio di un altro gettone. Ciò ci fa pensare che la vita dell'esercizio deve essere durata abbastanza a lungo nel tempo.