

La Pavoni. Dal 1905 macchine per il caffè

Progetto editoriale / Concept and publisher
Copyright s.r.l. Milano

Testi / Authors
Elena Locatelli

Progetto grafico / Graphic design project
Agenzia Copyright / Luigi Losi / Sara Salvatore

Stampa / Printed in Itali by
Grafiche Moretti spa, Segrate - Milano

La Pavoni spa - Via Privata Gorizia, 7
20098 San Giuliano Milanese (MI) - Italy -
T. +39 02 982171 - F. +39 02 9821787
www.lapavoni.com
e-mail: espresso@lapavoni.it

 **La Pavoni**®
Dal 1905 macchine per caffè



Dal 1905 macchine per caffè



www.lapavoni.com
e mail: espresso@lapavoni.it

La Pavoni S.p.A.
Via Monte D'Orto 1
20094 San Giuliano Milanese (MI) - Italy

Telefono: +39 02 8602 07 1
Fax: +39 02 8602 087
Cod. Fiscale n° F 04 8079903045

Dear Letter:

Passion, tradition and inventiva characterize La Pavoni. Since 1905 machines for coffee, mission-oriented one after the other have directed the La Pavoni brand forward.

Moreover, great Italian ingenuity, ingrained in traditions, the entire Paese and all of them believe and have created in our products, permitting us to export in all over the world the style which makes "the made in Italy".

An expertise that, based on the tradition of coffee, is the basis of our products and their international development.

Cert, to express through our products our values "Innamorati dell'espresso e del cappuccino per oltre 100 anni". We thank you and hope you have a pleasant reading.

Dear reader,

Passion, tradition and creativity distinguish La Pavoni.

Since 1905 espresso coffee machines, the company mission that after 100 years of history identifies La Pavoni in the market.

Through this volume we want first of all to thank the Italian institutions, the whole Nation and all of them believe and believed in our products, giving us the opportunity to export all over the world the style which makes "the made in Italy". An idea that together with coffee tradition, gave us the chance to have an international development.

Sure to express thanks to this work our values "Espresso and cappuccino: lovers for more than 100 years". We thank you and hope you have a pleasant reading.

L'administratore unico / Chief Executive Officer

Dot. Giorgio Ferrero

Introduzione Foreword

Milano, 1905. In una piccola officina di via Parini, l'ingegner Desiderio Pavoni lavora al progetto di quella che diverrà la prima macchina per caffè espresso da bar. La nostra monografia, partendo dall'esigenza celebrativa di questa significativa data, si propone di presentarvi le tappe fondamentali di quest'avventura Pavoni durata cent'anni. Non è solo un'innovazione tecnologica che ci piacerebbe festeggiare - del resto, nel secolo appena trascorso, ne abbiamo viste innumerevoli - bensì quella che ci azzardiamo a definire "una innovazione culturale".

Siamo negli ultimi decenni dell'800: progettisti inglesi, tedeschi, americani iniziano ad ideare e produrre macchine per caffè destinate ad esercizi pubblici. La bevanda ottenuta da queste prime macchine aveva però ben poco a che fare con il primo caffè ottenuto con l'Ideale, vale a dire la prima macchina firmata La Pavoni. Il caffè prodotto dalle macchine Pavoni viene chiamato "espresso" proprio per la capacità di queste macchine di produrre sino a 150 tazzine di caffè all'ora. "Espresso", dal 1905, diverrà sinonimo di caffè italiano gustoso e forte. "Espresso" sarà uno di quei vocaboli in traducibili in altre lingue, perché l'"espresso", così come "pizza" e "pasta", è solo italiano! Con "La Pavoni" nasce un mito.

Milan, 1905. In a small workshop in Via Parini, the engineer Mr Desiderio Pavoni was working on the project of what was to become the first bar coffee machine. Our monograph, which was conceived with the purpose of celebrating this significant anniversary, is designed to illustrate the crucial stages of this Pavoni adventure that is now one hundred years old. We are not only celebrating a technological innovation - and incidentally we have seen an amazing number of these throughout this last century - but also what we venture to describe as a "cultural innovation". Back to the last decades of the nineteenth century: English, German and American design engineers started to design and manufacture coffee machines meant for commercial businesses. The drink obtained with these early machines however far from resembled the first cup of coffee obtained with l'Ideale, that is the first Pavoni machine.

The coffee produced by the Pavoni machines is called "espresso", because of the specific feature they display in producing up to 150 cups of coffee per hour. As from 1905, "Espresso" was to become a synonym for tasty and strong Italian coffee. "Espresso" was one of those words which the world would have found impossible to translate into other languages, because an "espresso" - just as "pizza" and "pasta" - is only Italian! With "La Pavoni", a legend was born.

La storia di quest'azienda sarà perciò anche la storia dell'esportazione di un mito, sarà intimamente legata alla percezione, forse anche allo stereotipo, del nostro paese nel mondo. Desiderio Pavoni non era probabilmente consapevole della portata culturale di quello che fu, all'inizio, solo un investimento – pure un poco incosciente come di solito sono le geniali intuizioni!- sul progetto di Luigi Bezzera. Ancor meno Desiderio Pavoni avrebbe auspicato che, ad un secolo di distanza, le sue macchine sarebbero divenute oggetto di culto.

In questo nostro tributo a La Pavoni, non mancheremo certo di presentare quell'aspetto fondamentale nella storia dell'azienda, che è la grande attenzione alla qualità e alla continua ricerca tecnologica.

Quest'atteggiamento ha contribuito, ben oltre al rafforzamento e al successo del marchio stesso, alle veloci e significative evoluzioni tecnologiche verificatesi nell'ambito delle macchine per caffè da cent'anni a questa parte.

La capacità di produrre macchine altamente competitive dal punto di vista tecnologico, si accompagna sempre ad una grande attenzione all'estetica sin dai primissimi modelli.

The history of this company was therefore also to become the history of a myth and of its exportation, intimately related to the perception, and maybe to the stereotype, of our country in the world. Desiderio Pavoni was not probably aware of the cultural impact of what had only been an investment in the beginning – possibly displaying a touch of irresponsibility too, as brilliant ideas usually do – based on a project by Luigi Bezzera. And Desiderio Pavoni certainly would not have hoped for his machines to become an object of worship within one hundred years.

In our tribute to La Pavoni, we shall certainly not fail to illustrate this key aspect in the history of the company: that is the great emphasis placed on quality and constant technological growth. Besides strengthening the brand name and enabling its success, this attitude has offered a remarkable contribution to the fast and significant technological development stages taking place in the coffee machine field over the last century.

The ability to produce highly competitive machines from a technological point of view has always gone hand in hand with a great care for their appearance, ever since the production of the earliest models.

Tale attenzione si spingerà sino alla collaborazione con grandi nomi del design italiano. Fatto anomalo, considerando l'epoca meno legata alla cultura dell'immagine rispetto ad oggi ma che la dice lunga, sul diverso ruolo della macchina del caffè all'interno del bar. La storia de La Pavoni tocca quindi anche il mondo dell'arte, quanto di più lontano possiamo pensare da una macchina per caffè!

Nell'ultimo decennio nasce un rinnovato interesse verso la storia delle macchine per caffè che diventano veri e propri pezzi da museo - la Professional Pavoni del 1974 è esposta al Museo d'Arte Moderna di New York- solo per citarne una.

Nascono collezionisti di queste “nuove opere d'arte” .

Il gusto retrò degli ultimi anni ha riscoperto la macchina per caffè d'epoca, come testimoniano le diverse “apparizioni” cinematografiche soprattutto dei modelli a leva.

Da “primadonna” sul bancone del bar a “diva” del cinema!

Non intendiamo fornirvi l'intero catalogo Pavoni con questa monografia, piuttosto cercare di presentare la storia di un prodotto che, giunto ormai al suo centesimo compleanno, “ha fatto storia”.

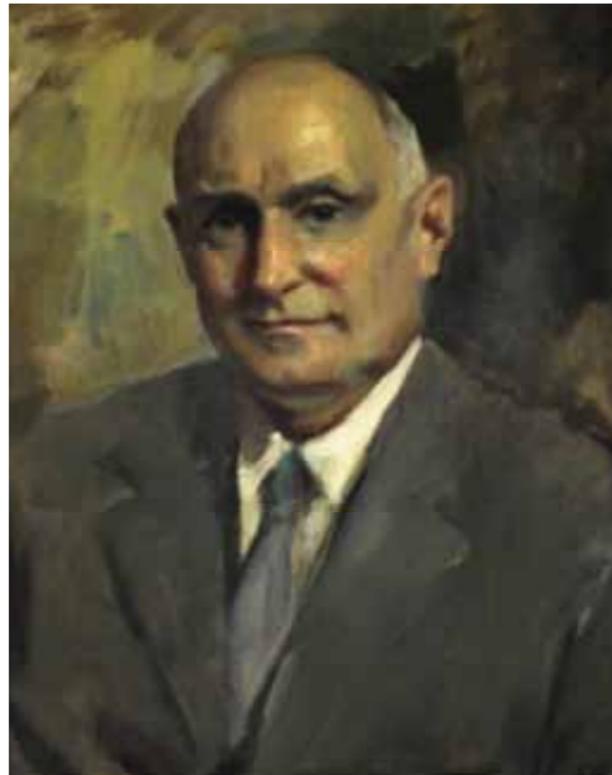
This care was to lead to the choice to cooperate with big names in the field of Italian design. This was quite unusual, taking into account the historical time period which was much less concerned with aesthetics, but it speaks volumes about the different role played by coffee machines in coffee bars. Therefore, the history of La Pavoni also touches on the world of art, an area quite removed from that of coffee machines!

Over this last decade, a renewed interest has developed towards the history of coffee machines, which are viewed as real period pieces; the Pavoni Professional dating back to 1974 is on display at the Museum of Modern Art in New York, to name but one.

We also have collectors of these “new works of art”.

The retro fashion manifesting over these last few years has rediscovered an interest in period coffee machines, as the appearance in movies of different models, especially the lever-operated ones, demonstrates!

This monograph is not aimed at illustrating the whole Pavoni catalogue, but rather at presenting the history of a product which, having now reached its one hundredth birthday, “has made history”.



L'arte di bere il caffè fino al 1905 The Art of Having Coffee ever since 1905

Bere un caffè: un rito le cui origini si perdono nella notte dei tempi. Sono i pastori di una regione dell'Abissinia (Caffa – da qui l'origine del nome) i primi consumatori di caffè, che, nel 1200, ne riconobbero subito le caratteristiche energetiche. La bevanda delle origini era un decotto ottenuto da chicchi polverizzati versati in acqua bollente. Questi popoli esportarono l'uso del caffè in Arabia, favorendone la diffusione in Siria, Iraq, Iran e Turchia. Dopo il 1500 il caffè è ormai un prodotto di largo consumo in Medio Oriente, dove è possibile imbattersi in numerose botteghe in cui fermarsi a gustare il caluè (così i turchi chiamano il caffè). Bisogna attendere il 1600 per vedere sbarcare il caffè in Europa, a Marsiglia, a Venezia, ad Amsterdam e a Londra. Nel vecchio continente il caffè, oltre che con il metodo della decozione in uso in oriente, si degusta con il sistema dell'infusione: l'acqua bollente viene versata sulla polvere e il tutto riposa per qualche minuto prima di essere colato nelle tazzine. In Italia il consumo di caffè sarà inizialmente legato soprattutto ad una dimensione privata: il caffè si gusta a casa. Fino al 1860, com'è noto, non è comunque possibile parlare di un'unica Italia dal punto di vista politico e tantomeno da quello culturale di usi e costumi. Tale eterogeneità, non potrà che riscontrarsi anche nel modo di bere caffè: in ogni regione si trovano macchine per caffè con caratteristiche diverse. Saranno la caffettiera “napoletana”

Having coffee: a ritual whose origins are lost in antiquity. The earliest consumers of coffee, ever since 1200, were the shepherds of an Abyssinia region (Caffa – hence the name of this drink): they immediately recognised its energetic features. In the beginning, the drink was prepared as a decoction of pulverized coffee beans in boiling water. These peoples exported the use of coffee to Arabia, after which it spread to Syria, Iraq, Iran and Turkey. As from the sixteenth century, coffee had become a widely used product in the Middle East, and there were many little shops in which it was possible to stop and drink caluè (this is what the Turks called coffee). It was only in the seventeenth century that coffee landed in Europe, in Marseilles, Venice, Amsterdam and London. Besides being prepared through the decoction method that was widespread in the East, in Europe coffee was also made with the brewing system: boiling water was poured over the coffee powder, which would then be left sitting there for a few minutes before straining the drink into the cups. In Italy coffee initially spread at a private level and you would drink it at home. As we know, in any case, until 1860 we cannot refer to Italy as a united country from a political point of view, let alone from a cultural standpoint and as far as customs and traditions were concerned. This cultural diversity would of course also transpire in the way people drunk coffee: in each region were coffee makers displaying different features. The most popular ones were undoubtedly the Neapolitan and the Milan coffee percolators.

Caffettiera Napoletana anno 1860
Coffeepot Neapolitan year 1860



e la “milanese” a godere di maggior fortuna. La napoletana si compone di due parti: un bollitore e un recipiente per il caffè macinato. Appena l’acqua bolle la caffettiera viene capovolta e l’acqua scende goccia a goccia nel recipiente inferiore passando attraverso il caffè. Anche la caffettiera “milanese” è composta da due recipienti, uno inferiore per l’acqua e uno superiore per il caffè, separati però da un filtro. Quando l’acqua bolle sale nel recipiente superiore passando attraverso il filtro e mescolandosi al caffè. Tuttora l’uso di queste caffettiere è molto diffuso ma l’inizio del ventesimo secolo coinciderà con la nascita di un nuovo modo di bere il caffè. Il consumatore di caffè inizierà a gustarlo al bar, il caffè non sarà più quello della caffettiera, bensì verrà preparato da una macchina! Osserviamo più da vicino la situazione italiana in cui tutto ciò avviene. E’ passato un secolo dall’inizio della rivoluzione industriale: nel 1800 abbiamo assistito ad uno strabiliante (ovviamente per l’epoca!) progresso tecnologico, grazie alla scoperta delle potenzialità del vapore nella produzione di energia (come vedremo quest’ultimo sarà un elemento determinante per la nascita delle prime macchine a vapore Pavoni). L’avvento delle automobili e del riscaldamento diffuso, i mercati centrali, ponti, fogne, acqua corrente e una serie di palazzi dedicati alla cultura, cambiano l’assetto dei centri urbani. Se nel settecento ci si riunisce principalmente in palazzi privati o per assistere a spettacoli esclusivi, la rivoluzione ottocentesca, con il passaggio della

The Neapolitan coffee maker (or “napoletana”) is made of two parts: a boiler and a container for the ground coffee. As soon as the water boils, the coffee percolator is placed upside-down and the water is allowed to drip into the lower container through the coffee. The Milan (or “milanese”) coffee maker is also made of two parts: a lower part for the water and an upper one for the coffee, separated by a filter. When the water boils it moves upwards through the filter and mixes with the coffee. This coffee maker is still widely used, but the beginning of the twentieth century also coincided with a new way of drinking coffee. Consumers started enjoying their coffee at the bar, and it no longer came from the coffee pot, but from a machine! Let’s take a closer look at the Italian situation within which all this took place. A century had gone by since the beginning of the industrial revolution: in the nineteenth century an amazing technological development had taken place (amazing in those days, of course!), thanks to the discovery of the potentials associated with the use of steam in the production of energy (as we shall see, this was to become a crucial element for the creation of the first Pavoni steam-operated machines). The appearance of cars and of widespread heating, of central markets, bridges, sewers, running water and of a number of buildings devoted to culture, were to change the setup and living style of town centres. Whereas in the sixteenth century the people mainly gathered in private dwellings or to watch exclusive shows, in the nineteenth century, with wealth no longer being restricted to a

Caffettiera Milanese seconda metà ‘800
Coffeepot Milanese second half 800



ricchezza dalle mani di pochi nobili, a quelle dei capaci industriali borghesi, porta alla necessità di nuovi spazi pubblici. I punti d’incontro si spostano dalla dimensione privata a quella pubblica: i teatri, le strade, le piazze, il caffè. Il caffè come punto di ritrovo non costituisce di per sé una novità ma, fino all’ottocento, il caffè (nell’accezione di luogo fisico) rimane strettamente legato all’idea di cenacolo culturale-intellettuale. Già nel mondo arabo abbiamo esempi di questo connubio caffè/cultura: a Costantinopoli le prime botteghe di caffè, venendo frequentate da poeti e letterati sono chiamate addirittura “scuole di sapienza”.

Il primo caffè letterario viene aperto a Parigi nel 1686. Il suo fondatore, Procopio Dei Coltelli (di origini siciliane) lo battezza “Procope” e fra i suoi clienti abituali annovera Rousseau, Diderot e, successivamente, Balzac, Wilde, Verlaine. La rivista letteraria “Il caffè”, fondata a Milano nel 1764 da Pietro Verri e Cesare Beccaria, si ispira al primo caffè milanese, il “Demetrio”.

Nei primi del novecento il caffè inizia a perdere quest’accezione intellettuale e si appresta a diventare un luogo di ritrovo popolare.

Anche dal punto di vista politico-economico ci troviamo in un’epoca di grandi fermenti. Alle spalle il risorgimento, le guerre d’indipendenza, la proclamazione del Regno d’Italia.

few aristocrats but spreading to capable middle-class industrialists, the need for new public premises arose. Meeting places shifted from the private sphere to the public one: theatres, streets, squares and coffee bars. Coffee bars were not in themselves a novelty as a meeting place; however, up to the nineteenth century, coffee bars were strictly related to the idea of cultural-intellectual salons. Even in the Arabian world we find examples of this successful union between coffee and culture: because of the frequent visits by poets and men of letters, the first coffee shops in Constantinople were even referred to as “schools of wisdom”. The first literary coffee bar was opened in Paris in 1686. Its founder, Procopio Dei Coltelli (whose family was from Sicily) named it “Procope” and among its regular customers were Rousseau, Diderot and, later on, Balzac, Wilde and Verlaine. The literary magazine “Il caffè”, founded in Milan in 1764 by Pietro Verri and Cesare Beccaria, was inspired by the first coffee bar in Milan, called “Demetrio”. In the early twentieth century, the idea of coffee bars started losing this intellectual connotation and prepared to become a meeting place for the working- and lower-classes. Also from a political and economical point of view this was a time of great activity and change. Among the most recent events were the Risorgimento, the Wars of Independence and the proclamation of the Kingdom of Italy. The Pavoni adventure started in the Giolitti age. Giolitti was the Prime Minister of Italy from 1903 to 1913. These were important years, involving great changes at a labour and employment

L'avventura Pavoni inizia in età giolittiana. Giolitti resta alla presidenza del consiglio dal 1903 al 1913. Sono anni importanti, di grandi trasformazioni nel mercato del lavoro. Giolitti con una serie di riforme cerca di andare incontro ai bisogni del popolo. Crea un Consiglio Superiore del Lavoro che funge da intermediario tra governo e partiti. Nel 1906 nasce dal movimento operaio la Confederazione Generale del Lavoro mentre, da parte degli industriali, nasce la Confederazione dell'Industria. La situazione finanziaria migliora, il bilancio è mantenuto in pareggio e la lira raggiunge maggiore prestigio. Questa politica contribuisce al progresso dell'Italia e rappresenta un periodo memorabile per la storia del paese dopo l'unità. In questo contesto, nel 1901, nasce il progetto di Luigi Bezzera, che il 19 novembre dello stesso anno deposita il brevetto della prima macchina per caffè. La sua grande intuizione fu proprio quella di utilizzare il vapore per produrre il calore e la pressione necessari alla preparazione del caffè. La macchina per caffè si dimostra perciò decisamente "figlia del suo tempo": nasce sull'onda dei progressi tecnologici di un'Italia sempre più industriale; nasce soprattutto in un periodo storico dominato dalla fiducia nella crescita del paese, un periodo in cui il progresso è davvero un valore. Un'invenzione che vede la luce in concomitanza con un secolo nuovo, in una città, Milano, in cui i ritmi di vita stanno cambiando e che si appresta a diventare una metropoli.

level. With a number of reformations, Giolitti tried to meet the requirements of the lower classes. He created a Labour Governing Council acting as an intermediary between the government and the political parties. In 1906 the labour movement created the General Labour Confederation, whereas industrialists founded the Confederation of Industry. The financial situation improved, the national budget remained balanced and the Italian currency, the Lira, experienced an increase in prestige. This policy contributed to the development of Italy and represented a memorable period for the history of our country after its unification. Within this context, in 1901, Luigi Bezzera's project was born and, on 19 November of this very year, Bezzera patented the first coffee machine. His great insight was indeed that of employing steam to produce the necessary heat and pressure to prepare coffee. The coffee machine therefore definitely proved to be a "child of its time": it was born on the tide of Italian technological developments, at a time in which the country's industrial features were becoming increasingly outstanding; above all, it was born in a historical period dominated by confidence in the country's growth, a time in which progress was truly a value. This invention saw the light of day at the beginning of a new century in a town, like Milan, in which the tempo of living was changing and the town was about to become a city.

1905-1929: un inizio "Ideale" con la prima macchina per caffè espresso.

1905-1929: An Ideal Beginning with "Ideale", the First Espresso Coffee Machine

Leggendo la gazzetta ufficiale del 13 gennaio 1904, apprendiamo il trasferimento della privativa industriale relativa alla macchina per caffè progettata da Luigi Bezzera a Desiderio Pavoni: "... si rende noto al pubblico che la privativa industriale dal titolo "Innovazione negli apparecchi per preparare e servire istantaneamente il caffè in bevanda", originariamente rilasciata al nome del sig. Bezzera Luigi, a Milano, come da attestato del 5 giugno 1902, n. 61707 del Registro Generale, fu trasferita per intero col relativo attestato completo, n. 62434, al signor Pavoni Desiderio, a Milano, in forza di cessione totale fatta con atto privato sottoscritto a Milano addì 1 settembre 1902, debitamente registrato all'ufficio demaniale di Milano il giorno 19 settembre 1903, al n. 5982, vol 1297, atti privati, e presentato pel visto alla prefettura di Milano addì 1 ottobre 1903, ore 15.30." Questo documento, oltre ad essere un'interessante testimonianza storica, ci rivela la portata innovativa del progetto di Luigi Bezzera. Troviamo nel titolo della privativa due parole chiave, che aiutano a meglio comprendere il contesto di nascita della macchina per caffè. Innanzitutto parliamo di "innovazione":

già gli ultimi anni dell'800, infatti, hanno visto nascere le prime macchine per caffè per esercizi pubblici in Inghilterra e Germania. Macchine piuttosto gradevoli dal punto di vista estetico ma molto rudimentali da quello tecnologico: semplicemente grosse caldaie

By reading the Gazette of 13 January, 1904, we learn about the transfer of the industrial patent covering the coffee machine designed by Luigi Bezzera to Desiderio Pavoni: "... it is hereby made known to the public that the industrial patent having the heading "Innovation in equipment designed to instantly prepare and serve coffee as a drink", originally issued in the name of Mr Luigi Bezzera, in Milano, as per certificate dated 5 June, 1902, entry no. 61707 of the General Register, has been fully transferred with the related complementary certificate, no. 62434, to Mr Desiderio Pavoni, in Milan, following full transfer through private deed undersigned in Milan on 1 September, 1902, duly registered at the state office of Milan on 19 September, 1903, entry no. 5982, volume 1297, Private Deeds, and produced for endorsement to the Milan Prefecture on 1 October, 1903, at 3.30. p.m." Besides being an interesting historical document, this publication reveals the real innovatory nature of Luigi Bezzera's project. The heading of the patent contains two key words that enable us to better appreciate the context within which the coffee machine was born. Let us first of all talk about the "innovation": over the last few years of the nineteenth century the first coffee machines had already started to appear in English and German commercial businesses. The machines were very attractive as far as appearance was concerned, but were rather primitive from a technological standpoint: they were simply large boilers with a spout from which boiling water was

4. Trasferimenti di privative industriali pubblicate il 5, 15 e 14 gennaio 1904.

(Il numero fra parentesi indica il numero del volume e del foglio del registro industriale, quello che segue il numero del registro generale.)

78/423, 40/238. Attestato del 10 dicembre 1896, e prolungamenti, vol. 101, n. 22, e vol. 149, n. 29 = "Perfectionnement dans les machines à soléa pour paines", de **Wesley Cleveland Bixler** a Boston, alle **Duplex Roller Baking Company**, a Concord, Mass.; trasferimento totale n. 2833, registrato il 27 luglio 1903 (Gazz. Off. del 5 gennaio 1904, n. 3).

102/225, 24/318. Attestato del 5 gennaio 1893 = "Appareil pour faire le sucre cristallisé par les machines à condenser l'humidité naturellement", della **Scotchman** **Henry & Franch** pour l'**Électro Typographe et la composition télégraphique**, a Bédouet (Vaucluse), alla **Compagnie internationale de l'électro-typographe Mécory & Heuser** a Parigi; trasferimento totale n. 2820, registrato il 7 agosto 1903 (Gazz. Off. del 5 gennaio 1904, n. 3).

142/21, 6/101. Attestato del 9 giugno 1898 e complementi n. 62435 = "Invention sugli apparecchi per preparare e servire istantaneamente il caffè in bevanda", di **Luigi Bezzera** a Milano, a **L'Unione Industriale e Mineraria**; trasferimento totale n. 2822, registrato il 1° ottobre 1903 (Gazz. Off. del 13 gennaio 1904, n. 3).

103/63, 64/75. Attestato del 3 gennaio 1903 = "Bacco Bacco a gas pour procéder avec efficacité à la production des pains de bûche", de **Ernstberg Richard** a Charlottenburg (Germania), alla **Société Italiana Laito Milane** a Milano; trasferimento totale n. 2821, registrato il 28 settembre 1903 (Gazz. Off. del 13 gennaio 1904, n. 3).

204/22, 44/22. Attestato del 18 gennaio 1893 = "Procédé pour l'obtention directe des acides sulfuriques concies, d'un métal, en particulier de l'acier, d'un ou de fer fondus", de **Clément-Charles Ranso** a Sures (Francia) alla **Société anonyme de métallurgie électro-thermique** a Parigi; trasferimento totale n. 2824, registrato il 9 ottobre 1903 (Gazz. Off. del 13 gennaio 1904, n. 3).

101/19, 24/20. Attestato del 7 dicembre 1890 = "Procédé pour l'obtention directe des acides sulfuriques concies, d'un métal, en particulier de l'acier, d'un ou de fer fondus", de **Clément-Charles Ranso** a Sures (Francia) alla **Société anonyme de métallurgie électro-thermique** a Parigi; trasferimento totale n. 2823, registrato il 9 ottobre 1903 (Gazz. Off. del 13 gennaio 1904, n. 3).

104/43, 11/23. Attestato del 28 maggio 1899 = "Application du maglio alla lavorazione dell'altalena per la fabbricazione di carta da stampa", di **A. J. Franco** e **Carlo Felice Vincenzo** a Torino, ad **A. J. Franco** e **Carlo Felice Vincenzo** a Torino; trasferimento totale n. 2827, registrato il 24 ottobre 1903 (Gazz. Off. del 13 gennaio 1904, n. 3).

A pagina 16, disegno modello "Ideale", 1905
On page 16, drawing of the "Ideale" model, 1905

A pagina 17, Modello "Ideale", 1905
On page 17, "Ideale Model, 1905

Trasferimento di privativa industriale
Gazzetta Ufficiale, 1903
Transfer of industrial patent,
Gazzetta Ufficiale, 1903

144 GAZZETTA UFFICIALE DEL REGNO D'ITALIA				
ANNO	FOLIO	AUTORE	DATA	TITOLI
1899	28	Luigi Bezzera	20 agosto 1903	Macchine per la preparazione del caffè
1903	24	Luigi Bezzera	20 agosto 1903	Macchine per la preparazione del caffè
1903	25	Luigi Bezzera	20 agosto 1903	Macchine per la preparazione del caffè
1903	26	Luigi Bezzera	20 agosto 1903	Macchine per la preparazione del caffè

dotate di beccucci dai quali far uscire l'acqua bollente. Il gusto della bevanda ottenuta, ovviamente apprezzato nei paesi nordici d'origine, non aveva nulla a che fare con quello del caffè forte e nero cui erano abituati gli italiani. In cosa consisteva quindi l'innovazione? Anche questa risposta ci è fornita già nel titolo della privativa nell'avverbio "istantaneamente". La macchina non fornirà più solo acqua calda cui poi aggiungere il caffè, bensì una bevanda già pronta da bere, forte e gustosa. L'accento è posto sulla "velocità", altro termine fondamentale del secolo appena iniziato. Analizziamo più da vicino il progetto di questa prima macchina a sviluppo verticale, apparentemente un enorme cilindro con due rubinetti; questo grande cilindro era in realtà una macchina a vapore con una caldaia in ottone riscaldata e mantenuta costantemente in pressione da un fornello a gas posizionato sotto la caldaia e gruppi di distribuzione laterali ai quali venivano agganciati dei supporti all'interno dei quali era alloggiato il filtro per il caffè macinato.

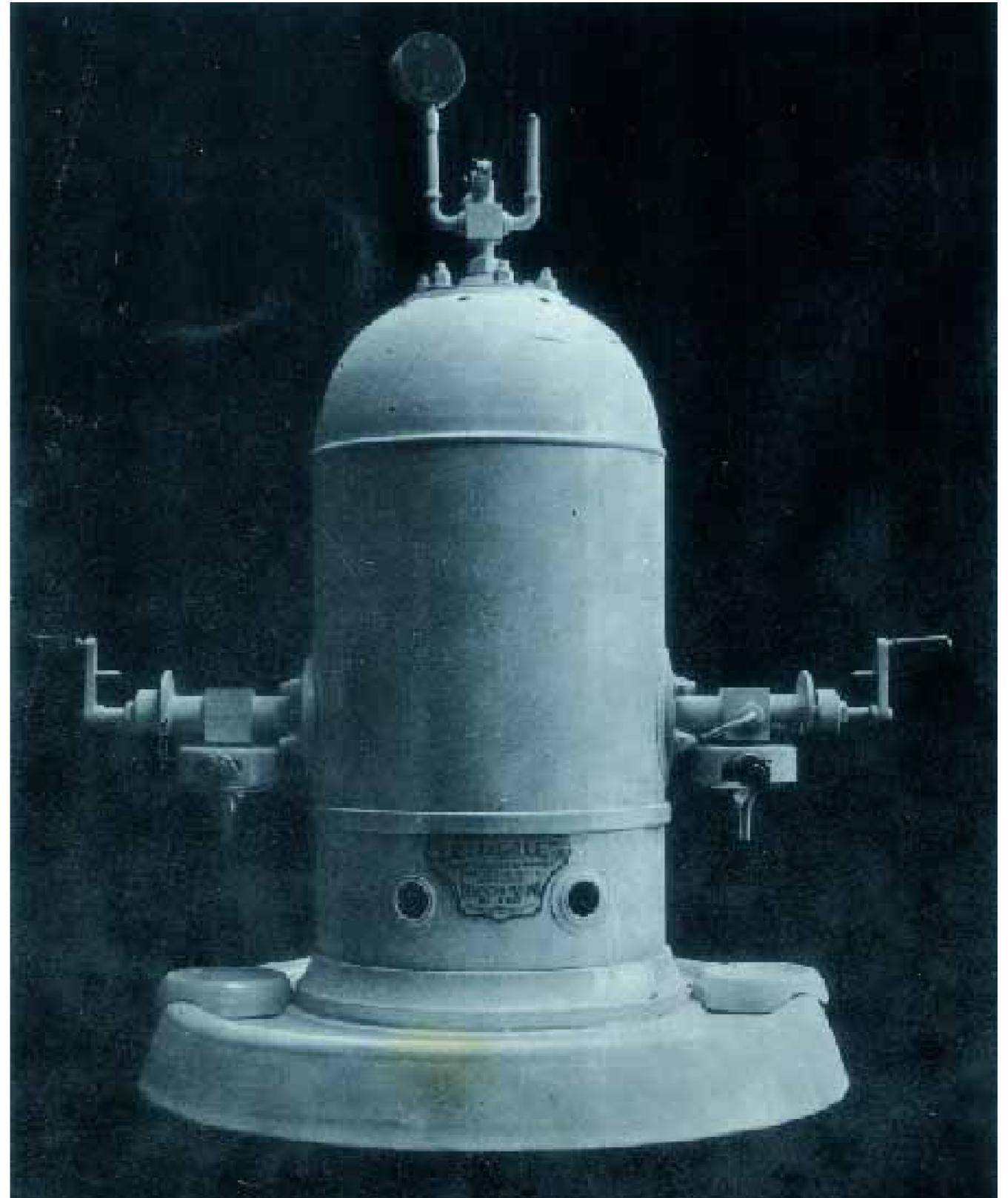
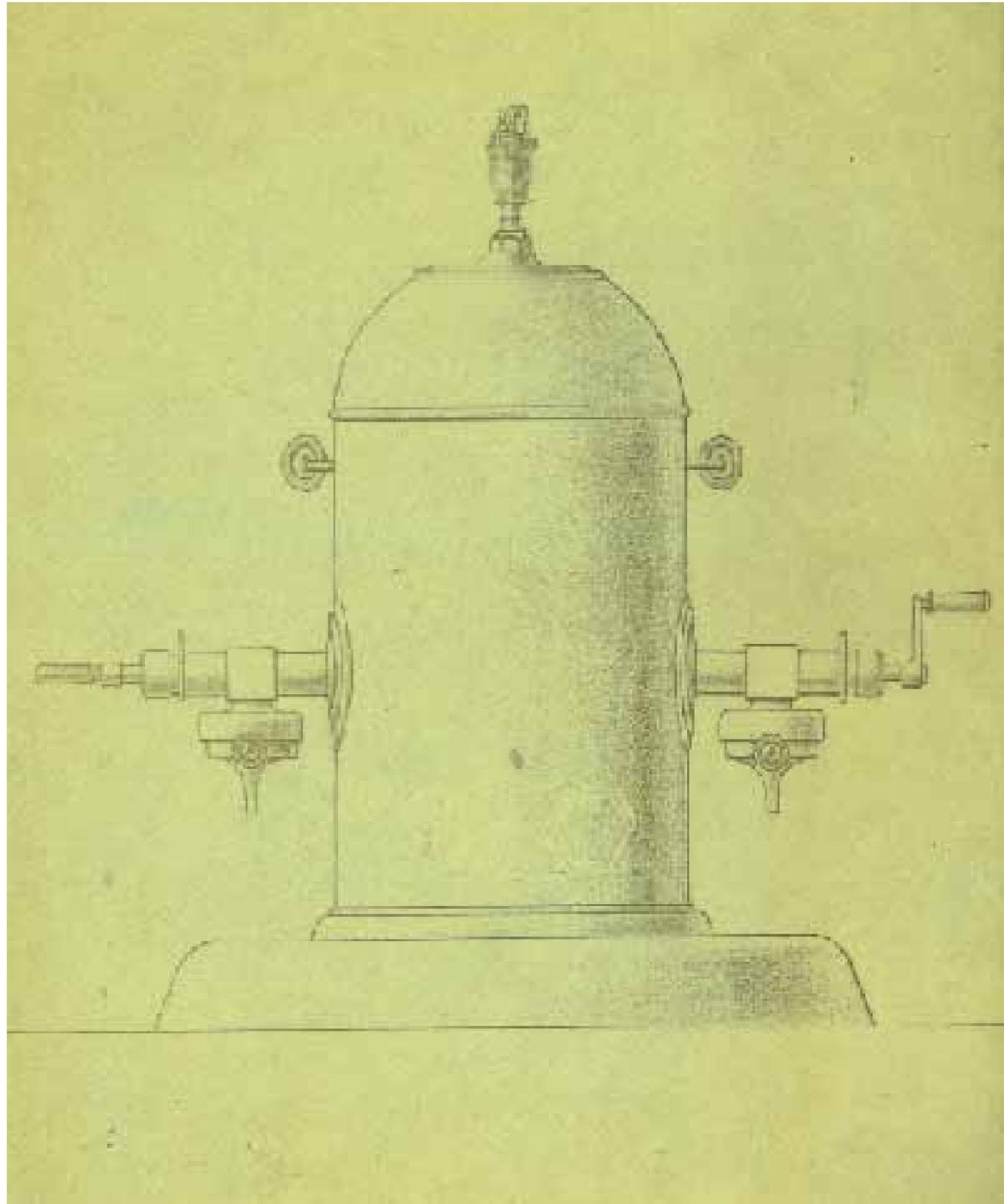
Girando una manopola, l'acqua in ebollizione unita al vapore passava attraverso il caffè macinato contenuto nel filtro a una pressione di 1,5 atmosfere: un solo minuto di attesa ed il caffè colava direttamente all'interno delle tazzine, pronto per essere servito.

Luigi Bezzera fu senza dubbio un abilissimo progettista ma non sviluppò la produzione. Purtroppo la fiducia nel progresso tecnologico e lo poured out. The taste of the drink obtained in this way, which was of course appreciated in the Northern countries of origin, did not have anything to do with that of black and strong coffee Italian people were used to. So what was the innovation involved with? This answer is also provided by the heading of the patent through the word "instantly". The machine was no longer to supply hot water to which coffee was to be added, but a strong and delicious drink ready for tasting.

The concept stressed here is "speed", another key term for the century that had just begun.

Let us analyse more carefully the project of this first vertical machine, which looked like a huge cylinder with two taps; this large cylinder was in fact a steam-operated machine with a brass boiler, which was heated and kept under constant pressure by a gas stove placed under the boiler, and side delivery units to which supports were hooked, inside which the filter for ground coffee was housed.

By turning a knob, boiling water and steam went through the ground coffee contained in the filter at a 1.5 atm. pressure: you only had to wait one minute and coffee would drip straight into the cup, ready to be served. Luigi Bezzera was undoubtedly a very skilled designer, but he never developed his invention. Unfortunately, confidence in technological progress and entrepreneurship,





spirito imprenditoriale che, come abbiamo visto, erano elementi fondamentali dello Zeitgeist di inizio ‘900, non si trovarono fusi in un’unica persona. Fu infatti lo spirito lungimirante di Desiderio Pavoni- già proprietario del Caffè Commercio di piazza Duomo e alcune sale cinematografiche in Milano - a credere nel futuro successo del brevetto.

Desiderio Pavoni acquisisce la società di Luigi Bezzera nel 1904 ed inizialmente non ne modifica il nome, come testimonia la presenza alla fiera campionaria di Milano del 1906 dove nell’insegna compare ancora il nome “Bezzera L. Caffè Espresso”; forse l’ultimo tributo prima di legare indissolubilmente il destino delle macchine per caffè al nome Pavoni. Desiderio Pavoni, capace imprenditore, si dimostra anche un abile comunicatore nella scelta del nome della nuova macchina: Ideale.

Con un solo nome fu infatti in grado di comunicare in modo chiaro ed immediato ciò che si apprestava a vendere al cliente, vale a dire “la macchina ideale per preparare il caffè”. La portata innovativa di questa macchina fu immediatamente percepita all’epoca, tanto che, in una rivista italiana del 1907, “La scena illustrata”, in un articolo del dottor Cougnet, troviamo già citata l’*Ideale* della Pavoni, considerata un vero e proprio “trionfo” della tecnologia:

which as we have seen were the two key elements of early-twentieth-century Zeitgeist, need not coexist in a single individual. It was indeed the far-sighted nature of Desiderio Pavoni – owner of Caffè Commercio in Piazza Duomo and of a few cinemas in Milan – that expressed confidence in the future success of that patent.

Desiderio Pavoni purchased Luigi Bezzera’s company in 1904 and initially did not change its name, as we can see from documentation relating to the Milan trade fair of 1906, where the sign still provides for the words “Bezzera L. Caffè Espresso”; this was possibly the last tribute before indissolubly binding the destiny of coffee machines to the Pavoni name.

Desiderio Pavoni, a capable entrepreneur, also proved a skilled communicator in choosing the name for the new machine: Ideale. Indeed, with one single word he was able to communicate clearly and instantly what he intended to sell to his customers, that is “the ideal machine to prepare coffee”. The innovatory nature of this machine was immediately perceived in those days, so much so that, in an Italian magazine of 1907, “La scena illustrata”, in an article by dottor Cougnet, the Pavoni Ideale coffee machine was already mentioned as a real “triumph” of technology:

“... We cannot stand the coffee decoctions from the old coffee shops, which are still served in certain old-fashioned places; the fresh coffee brew

“ ... Non si può tollerare il decotto di caffè delle antiche botteghe che tuttora si serve in vari esercizi antiquati, ma è l’infuso di caffè fresco il vero caffè “fatto apposta” come si grida ancora nei caffè di provincia e con metodi e mezzi che la meccanica evolvendosi, non ha mancato di fornire. Già in molti esercizi, il così detto caffè espresso viene servito col mezzo di piccoli filtri sovrastanti la tazza e nei quali si versa l’acqua bollente. Ma l’azione di questi filtri primitivi è assai lenta, cosicchè l’acqua perde presto il potere che viene dal calore ed il caffè, quando è pronto, appare fiacco e non caldo. A questo difetto si ripiega con la macchina Ideale, che prepara e serve istantaneamente il caffè. E’ veramente il trionfo della formula matematica sull’empirismo cieco ed ostinato, che persiste a turlupinare il cliente servendogli una perfida decozione, anziché un infuso aromatico”.

Queste parole illustrano molto chiaramente il contesto in cui viene ad inserirsi l’invenzione della macchina per caffè: esercizi antiquati propongono il decotto ma il “vero caffè” (il caffè “fatto apposta”) è l’infuso ottenuto attraverso filtri primitivi, che purtroppo hanno un’azione troppo lenta rispetto alle nuove esigenze del consumatore. La risposta a questo bisogno di accelerazione del processo, mantenendo però il gusto forte della bevanda che tanto piace agli italiani, è la macchina per caffè Ideale Pavoni.

is the real coffee “made to order”, as it is still requested in some provincial coffee bars and with methods and means which, in its development, mechanics has not failed to provide. Already in many stores, the so-called espresso coffee is served by means of small filters placed above the cup and in which boiling water is poured. But the action of these primitive filters is very slow and in this way the water soon loses the power granted by heat and the coffee, once ready, appears weak and not hot. The answer to this problem is offered by the Ideale machine, which instantly prepares and serves coffee. This is truly the triumph of mathematics over blind and stubborn empiricism, which keeps cheating customers by serving a deceitful decoction instead of a fragrant brew.”

These words illustrate very clearly the context in which the invention of the coffee machine occurred: old-fashioned shops offered a decoction, but “real coffee” (the coffee “made to order”) is the brew obtained through primitive filters, whose action is unfortunately too slow for consumers’ new expectations. The answer to this need to accelerate the process, while preserving the strong taste of the drink which Italian people so much enjoyed, was the Pavoni Ideale coffee machine.

It is interesting to stress the play on words conveyed in the last sentence: blind and stubborn empiricism is antagonised by the machine



Divertente notare il gioco linguistico delle ultime frasi: all’empirismo cieco si contrappone la macchina Ideale! Altri ne seguiranno nel corso degli anni. L’ Ideale fu subito un successo anche sul mercato: i primi esemplari vennero venduti alla media di uno al giorno. In questi primi anni di produzione non ci furono innovazioni tecnologiche rimarchevoli e, visto il grande successo dell’ Ideale, il modello venne replicato in diverse versioni e con diverse dimensioni.

Il successo dell’Ideale, dovuto anche al periodo particolarmente fortunato e tranquillo dal punto di vista economico, favorì l’apertura alle esportazioni. I francesi, nostri cugini d’oltralpe, furono tra i primi ad interessarsi al prodotto Pavoni, come testimonia un catalogo francese del 1912.

Apredo il catalogo troviamo l’immagine dell’Ideale accompagnata dal consueto gioco di parole: l’ideale delle macchine per preparare e servire istantaneamente il caffè in bevanda. Da notare la presenza di una lista di riconoscimenti ottenuti a fiere internazionali e non: medaglia d’oro a Milano nel 1906; medaglia d’oro a Marsiglia 1908; gran premio di Parigi 1910, diploma d’onore Buenos Aires 1910, gran premio di Bruxelles 1911. Niente male per meno di dieci anni di presenza sul mercato!

named Ideale! (in Italian: the ideal machine!) Others were to follow over the years.

The Ideale machine was immediately successful, also on the market: the first machines were sold at an average rate of one a day.

Over these first years of production, there were no remarkable technological innovations and, in view of the great success of Ideale, the model was manufactured in different versions and sizes. The success of Ideale, also due to the particularly lucky and untroubled times, also from an economic point of view, promoted export sales too. The French, our transalpine neighbours, were among the first to take an interest in the Pavoni product, and evidence of this is provided by a French catalogue of 1912. If we open the catalogue, we find a picture of the Ideale machine accompanied by the customary play on words: the ideal machine to instantly prepare and serve coffee as a drink. Mention should be made of a whole list of awards obtained at international and local fairs: gold medal in Milan in 1906; gold medal in Marseilles in 1908; grand prix in Paris in 1910, diploma of honour in Buenos Aires in 1910 and grand prix in Brussels in 1911. Not at all bad for less than ten year’s presence on the market!

The catalogue illustrated the advantages offered by this new machine for coffee-bar and restaurant managers employing the product



Il catalogo presenta i vantaggi di questa nuova macchina per i gestori di bar, caffè e ristoranti che si avvicinavano per la prima volta ad un prodotto simile.

- L’economia di calore: con due metri cubi di gas al giorno o 1000 watt- ora di energia elettrica si mantiene costantemente la caldaia alla pressione di 3/4 d’atmosfera, quanto necessita per il funzionamento della macchina.
- Economia di caffè: solo 7 grammi di caffè per tazza.
- Economia di tempo: meno di un minuto per preparare una tazza di caffè, con una macchina a due rubinetti se ne producono circa 280 l’ora.
- Comodità: la macchina permette di avere sempre a disposizione acqua calda e vapore per preparare altre bevande.
- Pulizia: esternamente la macchina è completamente nichelata quindi di facilissima pulizia. Per quel che riguarda l’interno la macchina è completamente smontabile.
- Eleganza: l’estetica della macchina è estremamente curata. Presenta una linea liscia e pulita.
- Igiene: il brevetto della macchina viene rilasciato dopo approvazione del Consiglio Superiore di Sanità.

for the first time.

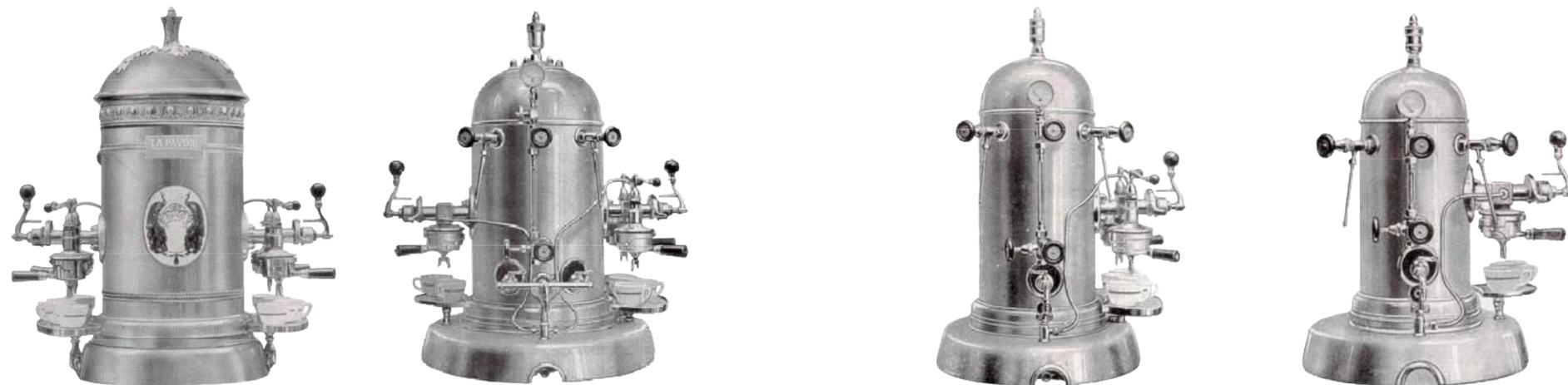
- Saving in heat: With two cubic metres of gas a day or 1000 watt of electric energy per hour, the boiler was kept at a constant pressure of 3/4 atm., which is what was needed to run the machine.
- Saving in coffee: Only 7 grams of coffee per cup.
- Saving in time: Less than a minute needed to prepare a cup of coffee; with a two-nozzle-machine you could prepare 280 cups per hour.
- Convenience: The machine made it possible to always have available hot water and steam to prepare other drinks.
- Cleanliness: The outside of the machine was entirely nickel-plated and therefore extremely easy to clean. As far as the inside was concerned, the machine could be entirely disassembled.
- Elegance: The appearance of the machine was carefully designed. It displayed a smooth and plain outline.
- Hygiene: The patent covering the machine was issued after receiving approval from the Health Service Governing Board.
- Practicality: Operation was really very simple. The machine could be easily also employed by those who had no experience in using

Modello “Gigante”, capacità caldaia 50 litri
“Gigante” model, boiler capacity: 50 litres

Modello “Normale” capacità caldaia 40 litri
“Normale” model, boiler capacity: 40 litres

Modello “Mignon” capacità caldaia 25 litri
“Mignon” model, boiler capacity: 25 litres

Modello “Lilliput” capacità caldaia 12 litri
“Lilliput” model, boiler capacity: 12 litres



- Praticità: il funzionamento è davvero semplice. La macchina è utilizzabile facilmente anche da chi non ha alcuna esperienza di utilizzo di macchine per caffè più primitive.
- Sicurezza: costruita con materiale di prima qualità, collaudata alla pressione di 8 atmosfere mentre funziona ad una, ed essendo inoltre munita di manometro e valvola, si evita la possibilità di qualsiasi inconveniente.
- Risparmio: un esercizio che abbia un certo lavoro, con il solo risparmio di caffè e combustibile, ammortizza in breve tempo il denaro impiegato nell'acquisto della macchina.

Sfogliando il catalogo notiamo che l'offerta de “La Pavoni” si concentra su quattro modelli: l'Ideale Normale, ovvero il modello principale; la Gigante, che, come facilmente intuiamo dal nome, di diametro e di peso maggiore rispetto alla prima; la Mignon, anche in questo caso il nome indica le dimensioni ridotte di questa macchina che pesa solo (!) 60 kg rispetto ai 74 kg della Normale e agli 82 kg della Gigante; Lilliput con una capacità della caldaia pari a 12 litri ed un peso totale di 35 kg.

Tutti i modelli sono inoltre disponibili nella versione “Lusso”. La differenza con la versione standard è puramente estetica:

the most primitive coffee machines.

- Safety: Manufactured with first-class materials, officially tested at a pressure of 8 atm., while it runs at 1, and being also equipped with a manometer and valve, any inconvenience could be avoided.
- Savings: A commercial business having a good number of customers could quickly amortize the amount spent on purchasing the machine through coffee and fuel savings only.

Browsing through the catalogue, we find that the Pavoni offer focussed on four models: Ideale Normale, which was the main model; Gigante, which, as suggested by the name, displayed a greater diameter and weight compared to the Normal version; Mignon, for which the name once again suggests that the specific feature had to do with the size: this machine was smaller and only (!) weighed 60 kg compared to the 74 kg of the Normale and the 82 Kg of the Gigante; Lilliput with a boiler capacity equal to 12 litres and a total weight of 35 kg. For all models, a “Luxury” version was also available. The difference, compared to the standard version was of a merely aesthetic nature: the Luxury model displayed decorations in a typically Art Deco style, with Greek keys, acanthus and, for the first time, the large oval logo representing the two peacocks.

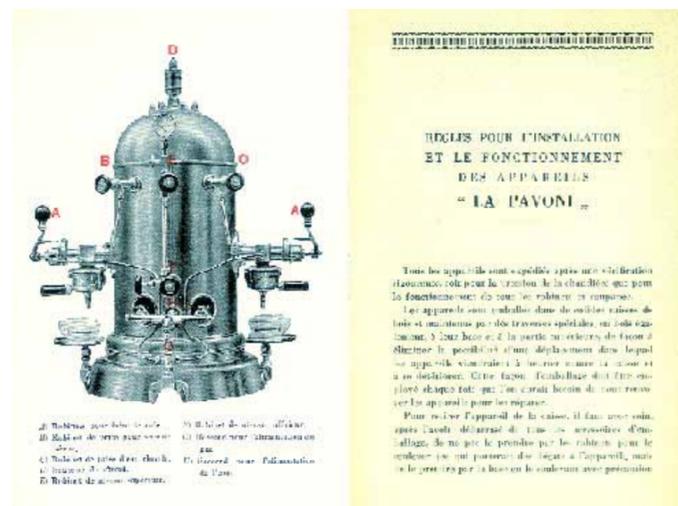
nel modello Lusso troviamo fregi tipicamente Art Decò, greche, foglie d'acanto e, per la prima volta, il grande stemma ovale raffigurante due pavoni. Questo stemma, che campeggerà trionfante in molti prodotti Pavoni, sicuramente colpisce i clienti e, ancora oggi, ad un secolo di distanza, alla domanda “conosce le macchine Pavoni?” la risposta spesso è “certo, quelle con i due pavoni!”.

Nella versione Lusso riconosciamo quella che sarà una tendenza costante per molti anni nella produzione Pavoni, ovvero l'attenzione all'estetica, la volontà di trasformare le macchine per caffè in “opere d'arte”. Se successivamente tale attenzione troverà giustificazione anche nel voler offrire un prodotto migliore e più curato rispetto alla concorrenza, in questo primo periodo, in cui La Pavoni è indiscusso leader di mercato, l'attenzione all'estetica è più legata al prodotto stesso e alla sua collocazione sul bancone del bar.

Non dimentichiamo, infatti, che queste prime macchine a sviluppo verticale erano, per esigenze costruttive, degli enormi cilindri, forse non troppo gradevoli alla vista. Inoltre il posizionamento di tali macchine non era dietro il bancone (come accade oggi) bensì in bella vista sul bancone stesso, comprensibile quindi l'esigenza di renderle più “attraenti”! L'innovazione tecnologica portata dalle macchine Pavoni, se da un lato generava una positiva curiosità nei clienti, dall'altro poteva generare resistenze dal punto di vista dell'utilizzo e dell'installazione. La cocks (in Italian: Pavoni). This blazon, which was to proudly stand out on many Pavoni products, certainly impressed customers and today, one hundred years later, if you ask somebody “do you know the Pavoni machines?”, you will often get the answer “of course, those with the two peacocks!”. The Luxury version disclosed a trend which was to represent a constant feature for many years in the Pavoni production, that is the care devoted to the looks, the desire to transform the coffee machines into a “work of art”. Whereas at a later stage this care for appearance also resulted from a desire to offer an improved and more carefully manufactured product compared to that of competitors, over this first period, in which Pavoni was the unquestionable market leader, the care for appearance was more related to the product itself and its physical location on the bar. Indeed, we should keep in mind that these earlier vertical machines were, for manufacturing purposes, huge cylinders that possibly were not particularly attractive. Furthermore, these machines were not placed behind the bar (as it happens today) but in plain sight on the bar itself, which explains why the need may have been felt to make them more “attractive”! Whereas on one side the technological innovation brought about by the Pavoni machines triggered positive curiosity among customers, on the other side it could well generate resistance from the point of view of employment and installation. Pavoni proved immediately willing to also offer a service on this front,

Libretto d'installazione modello "Ideale"
Installation leaflet for the "Ideale" model

Libretto istruzioni modello "Gigante", 1930
Instructions leaflet for the "Gigante" model, 1930



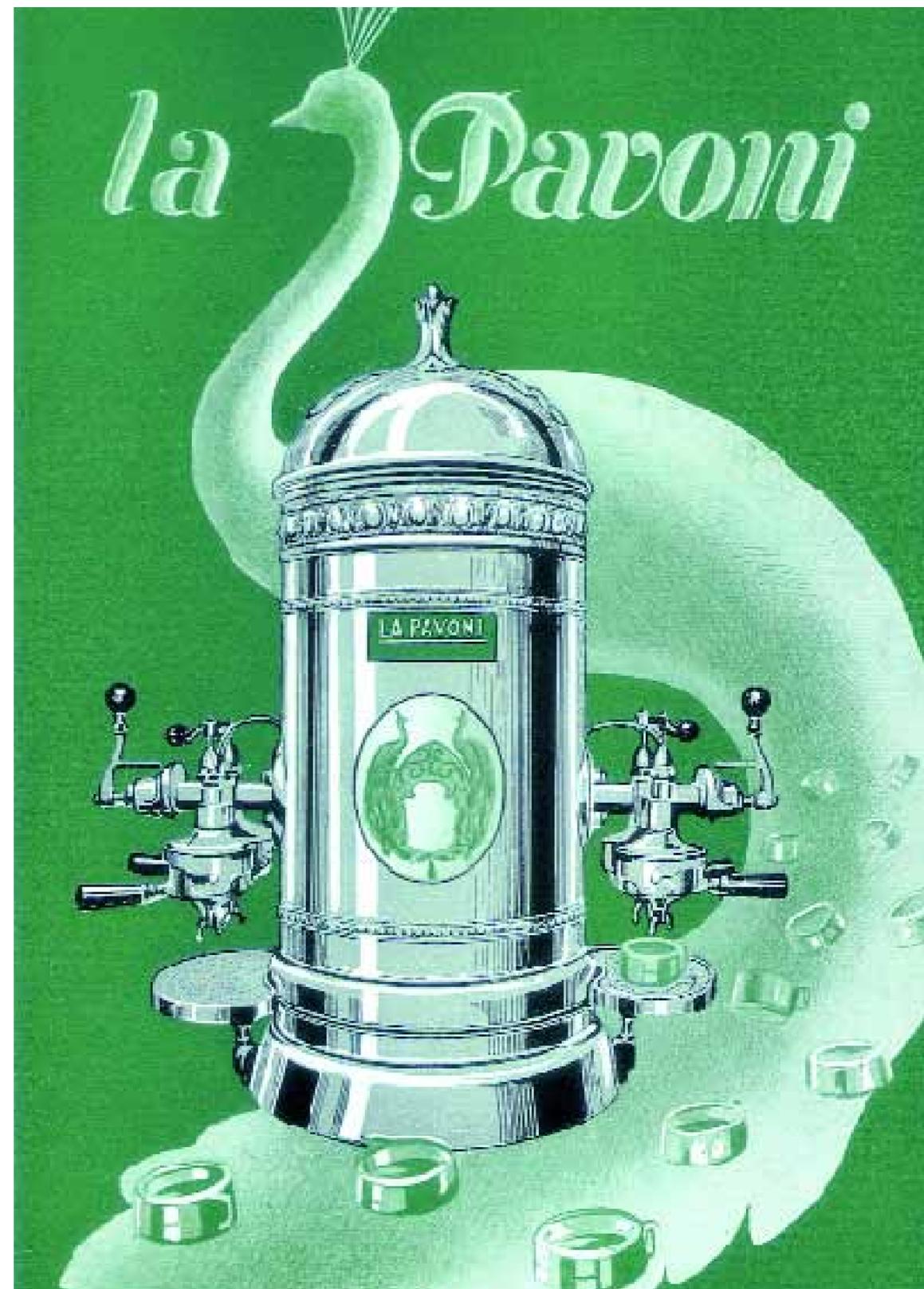
Pavoni si dimostra subito pronta anche su questo fronte, fornendo tempestivamente le macchine di manuali di installazione. Analizzando uno dei manuali di istruzioni del 1921, ci troviamo effettivamente di fronte ad un sistema a prima vista complicato: interruttori, commutatori, valvole, rubinetti.

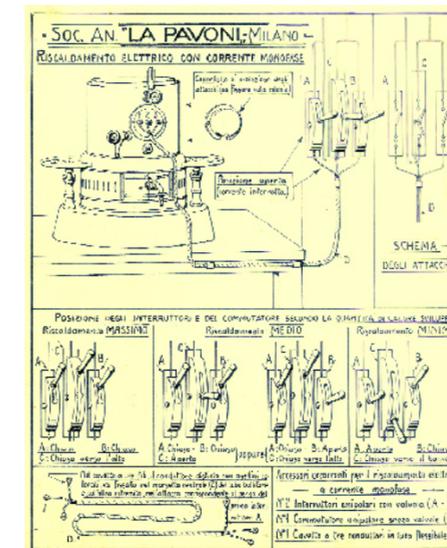
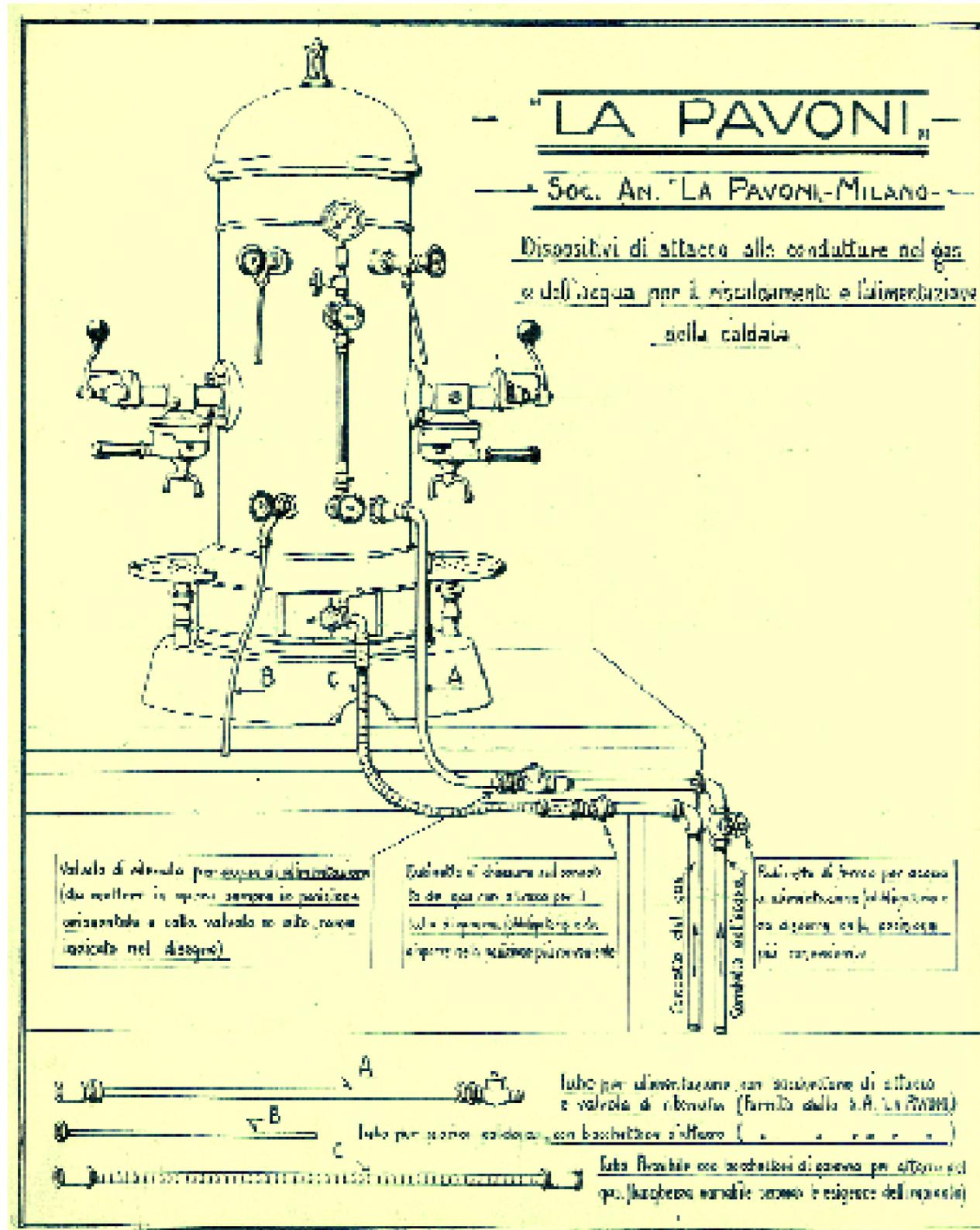
Il manuale Pavoni è comunque estremamente chiaro, tuttavia non bisogna dimenticare che, parte del fascino di queste prime macchine, consiste proprio nell'essere all'avanguardia tecnologica (ovviamente per i tempi). Esibire una di queste prime macchine sul bancone voleva dire essere al passo con i tempi, proponendo agli avventori un oggetto nuovo e un po' "alieno" che sicuramente incuriosiva.

Il bilancio dei primi vent'anni di produzione risulta ancora più positivo tenendo conto della situazione storica italiana. Gli anni in cui la produzione Pavoni entra nel vivo sono quelli di passaggio dall'Italia liberale a quella fascista.

Sono soprattutto gli anni del primo conflitto mondiale. La guerra del 15-18 ha effetti particolarmente gravi, sia a causa degli squilibri economici esistenti tra nord e sud, sia a causa della ristretta base sociale che escludeva, di fatto, dalla vita politica nazionale buona parte del mondo rurale. La disoccupazione minacciava la stabilità sociale e politica del paese, aggravata ancor più da un forte incremento by promptly providing the machines with installation manuals. As we analyse a user's guide dating back to 1921, we indeed find ourselves dealing with a system which is at first sight complicated: switches, commutators, valves, taps. The Pavoni manual is however extremely clear, but we should keep in mind that part of the charms these early machines displayed indeed consisted in their representing the state of the art (for those days, of course). Being able to exhibit one of these early machines on the bar meant keeping up to date, offering customers a new article which looked a bit "alien" and which certainly aroused curiosity.

The general outcome of the first twenty years' production appears even more positive if we take into account the Italian historical situation. The years during which the Pavoni production became so keen were those in which Italy shifted from its liberal stage to the fascist period. Above all, these were the years of the First World War, in which Italy was involved between 1915 and 1918. The First World War had especially serious consequences owing to both the economic gap between north and south and the limited social base which in fact excluded from the country's political life a great part of the rural world. Unemployment threatened the country's social and political stability, which was made even worse by a strong population increase, by inflation and by the collapse of the Italian Lira. Inflation did not only impact the working





demografico, dall'inflazione e dal crollo della lira. L'inflazione non toccava solo la classe operaia ed i contadini più poveri, ma ormai investiva anche i ceti della piccola e media borghesia, le cui fila si erano gonfiate numericamente grazie allo sviluppo economico del primo ventennio del novecento. Fra coloro che cercarono di incanalare in forme organizzate il malessere suscitato dalla crisi economica e dal risentimento verso lo Stato liberale vi fu Mussolini: a Milano, il 23 marzo del 1919, nacque il Movimento Fascista. Dal punto di vista culturale, la guerra segna una pausa con l'atteggiamento ottimistico che aveva caratterizzato la fine del secolo precedente e l'inizio del novecento.

Finisce l'epoca che credeva nel mito della modernità: è la fine della Belle Époque. Le ferite della guerra sono ancora aperte e, come di solito accade nei periodi di crisi, si sente il bisogno di "leggerezza".

Ci si entusiasma facilmente per le innovazioni tecnologiche: arrivano la radio, il telefono, ci si svaga al cinema sognando l'America. La Pavoni stessa vivrà da protagonista quest'Italia di contrasti; vivrà la crisi economica quanto l'entusiasmo verso le nuove tecnologie, simboli di un mondo nuovo che tutti sperano, ovviamente, sia migliore e lontano dagli orrori della guerra.

classes and the poorest peasants, but by now also affected the middle class and the lower and average middle class, whose numbers had been inflated as a result of the economic boom experienced during the first twenty years of the nineteenth century. Among those who attempted to channel the discomfort resulting from the economical situation and from the resentment towards the liberal state was Mussolini: in Milan, on 23 March, 1919, the Fascist Movement was born. From a cultural point of view, the war represented a break from the optimistic attitude experienced towards the end of the previous century and the beginning of the twentieth century. This was the end of the age which had believed in the myth of modernity: it was the end of the Belle Époque. The wounds caused by the war were still open, as it usually happens at times of crisis, and a need for "lightness" was felt. Technological innovations easily caused excitement: these were the days in which the radio and telephone set were known, and in which people would go to the cinema and dreamt about America. Pavoni itself played a leading role in this Italy marked by conflicting trends; it experienced both the economical crisis and the excitement for the new technologies, which symbolised a new world that everyone obviously hoped may be better and distant from the horror of war.



Modello "Ideale" versione "Gigante Lusso", 1930
The "Ideale" model in the "Gigante" Luxury version, 1930

1930-1940: il consolidamento 1930-1940: The Consolidation

Dopo venticinque anni d'attività La Pavoni è ormai una realtà solida e un nome conosciuto. A testimonianza di ciò la presenza continua sul mercato in un decennio (gli anni '30) critico dal punto di vista economico.

Ad inaugurare gli anni '30 il tracollo di Wall Street del 1929. La borsa di New York crolla il 29 ottobre 1929: tale evento avrà ripercussioni che andranno ben oltre il confine degli Stati Uniti d'America. Fino al 1914 il commercio internazionale aveva un solo svolgimento, ovvero il credito privato. Possiamo dire che il denaro fosse sconosciuto, i pagamenti si facevano con assegni bancari il cui valore variava da mercato a mercato. Il conflitto del '15 - '18 frantuma quest'unità economico-finanziaria mondiale, dando alla struttura del commercio un ordinamento nuovo. Tutti gli stati ricchi e poveri si abbandonano ad un'emissione sregolata di carta moneta: sarà l'origine della crisi che culminerà nel tracollo del 1929. Qual'è la situazione italiana in questo tragico contesto economico? La crisi in Italia

raggiunge l'apice nei primi mesi del 1931. Le aziende mal amministrate si pongono in liquidazione e anche le ben amministrate si trovano in serie difficoltà finanziarie. In campo industriale l'Italia dipende quasi interamente dall'estero per l'importazione di carbone e petrolio. Anche per questi due prodotti, che danno il moto all'attività industriale e commerciale, si nota un consumo depresso,

After twenty-five years of activity, La Pavoni was a solid reality and a well-known name. Evidence of this was provided by its constant presence on the market in a decade (the '30s) which was not easy from an economic point of view. The period had opened with the Wall Street collapse in 1929. The New York Stock Exchange crashed on 29 October, 1929: this event was to have repercussions which were to go well beyond the borders of the United States of America. Up to 1914 international trade had developed in one direction only, that is based on private credit. We may actually say that money was unknown and payments were made through cheques whose value varied from one market to the other. The First World War had shattered this worldwide economic and financial unity and reorganised the structure of trading itself. All countries, whether wealthy or poor, engaged in an immoderate issue of paper money: this was the beginning of the crisis that was to reach its peak with the 1929 crash. What was Italy's situation within this tragic economic context? The Italian crisis reached its peak during the first months of 1931. Badly managed businesses were wound up and even the properly managed ones experienced financial difficulties. From an industrial point of view, Italy depended almost entirely from foreign countries for importation of coal and oil. Also these two products, which were the source of industrial and trading activity, displayed depressed consumption levels, despite the lowering market

Libretto istruzioni "Istantanea"
 Instructions leaflet for the "Istantanea" model

malgrado l'abbassamento dei prezzi del mercato. Un indice sintomatico del progresso industriale e della situazione economica del paese è la produzione di ferro. Dal 1929 per i tre anni successivi tale produzione sarà costantemente in calo, per riprendersi solo nel 1934. Le industrie meccaniche - che si differenziavano in molteplici imprese - danno lavoro a circa 227mila operai a fine 1929. A fine 1937 vediamo questa massa ridotta a 127mila persone: a distanza di cinque anni troviamo 100mila occupati in meno, una riduzione dell'occupazione del 44%.

La depressione sarebbe stata ancora maggiore se lo stato non fosse intervenuto a sostegno di numerosi stabilimenti. Prima della seconda guerra mondiale l'Italia si troverà alle prese con un altro evento: l'autarchia.

Il governo fascista fomenta l'atteggiamento vittimistico del paese e l'odio verso i paesi plutocratici che ci negavano i loro prodotti.

Furono anni difficili per la popolazione, sebbene sia necessario tenere conto del contesto storico - culturale in cui ci troviamo:

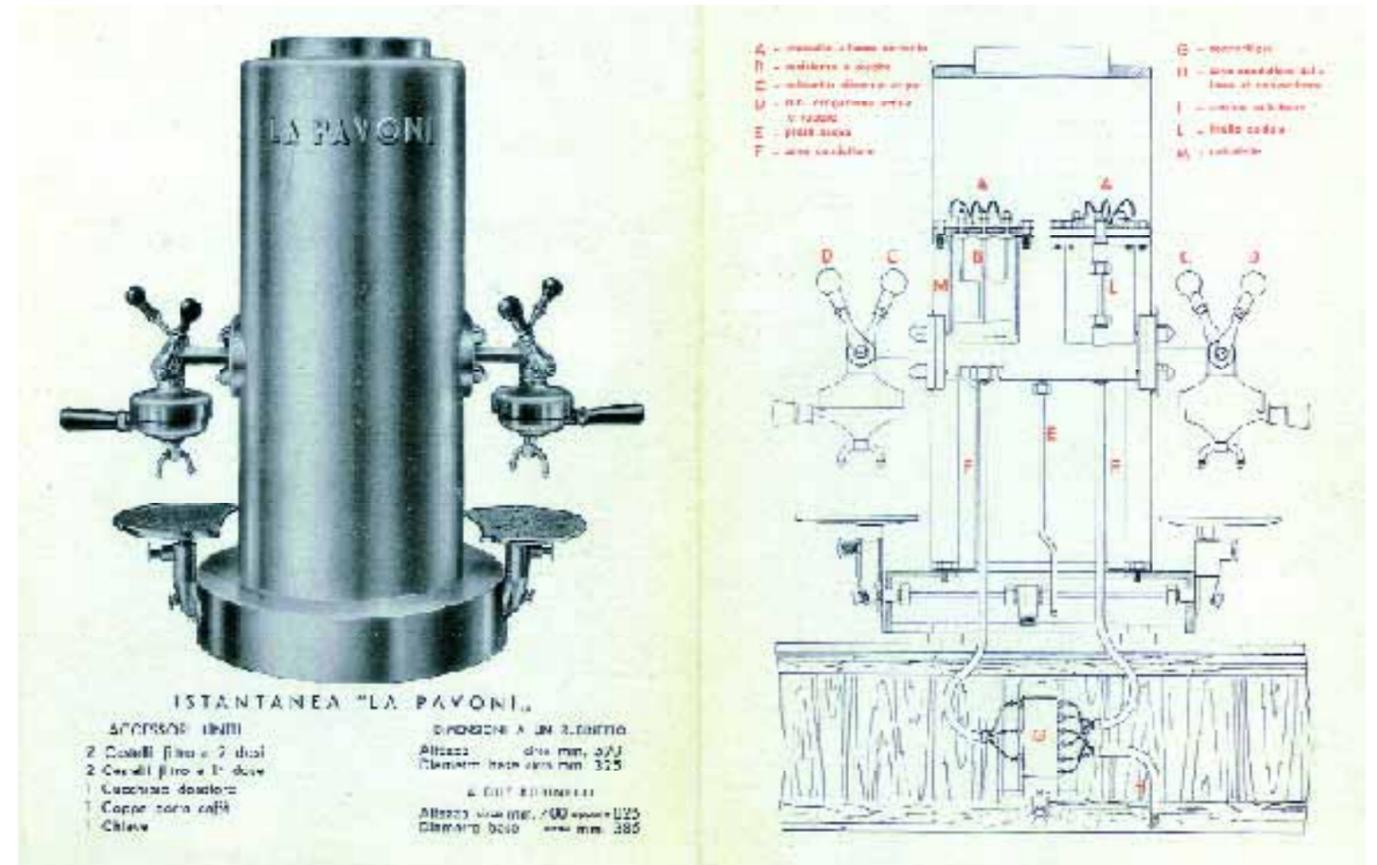
il consumismo non ha ancora pervaso economicamente e culturalmente la vita del paese.

La crisi colpì la grande industria, i grandi monopoli prima, poi la media e piccola impresa, quella dell'indotto e dei consumi.

prices. A revealing factor of the country's industrial progress and economic situation was the production of iron. As from 1929, for the three years that followed, this production constantly dropped and only started picking up again in 1934. The mechanical industries - which broke down into many different businesses - provided employment to approximately 227,000 workers by the end of 1929. By the end of 1937, this multitude of people had dropped in number to 127,000: five years later, 100,000 jobs had disappeared, which amounted to a 44% drop in employment. Depression would have been even stronger if the government had not supported many factories.

Prior to the Second World War Italy found itself having to handle another event: autarchy. The fascist government fomented the self-pitying attitude of the country and hate for plutocratic countries, which denied their products to Italy. These were difficult years for the people, even though it is important we keep in mind the historical and cultural context the country was experiencing: consumerism had not yet economically and culturally pervaded the country's life. The crises hit the big industry: the major monopolies first and the middle and small and medium-sized enterprises later, allied activities and consumptions.

Small businesses, which had been proliferating over the last few years, were completely handicapped in their development; under such

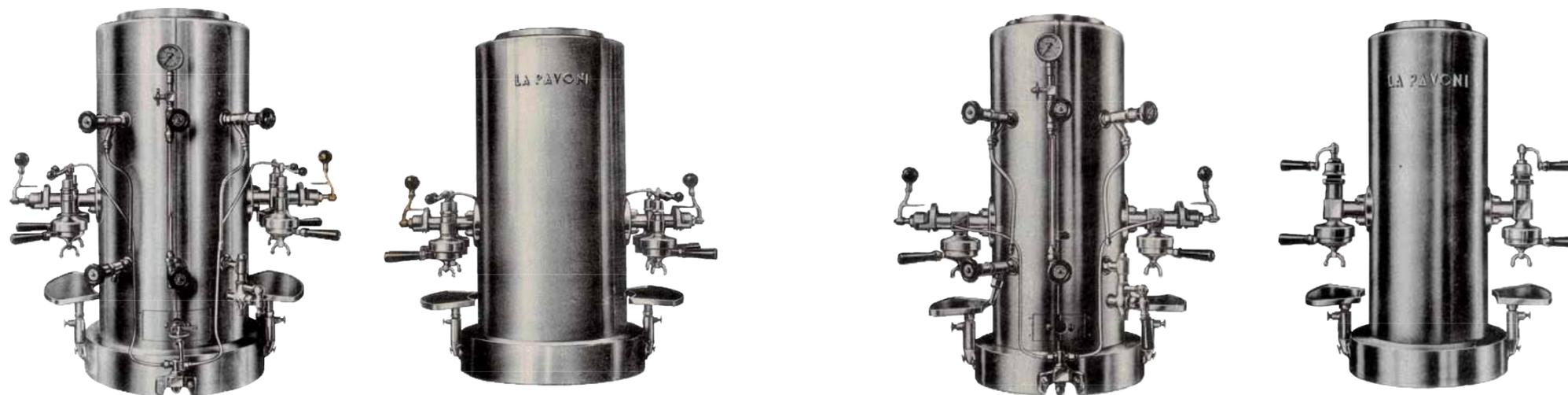


Modello "Gigante" capacità caldaia 50 litri
"Gigante" model, boiler capacity: 50 litres

Modello "Normale" capacità caldaia 40 litri
"Normale" model, boiler capacity: 40 litres

Modello "Mignon", capacità caldaia 25 litri
"Mignon" model, boiler capacity: 25 litres

Modello "Lilliput" capacità caldaia 12 litri
"Lilliput" model, boiler capacity: 12 litres



Le piccole aziende, che stavano da alcuni anni proliferando, furono interamente penalizzate nel loro sviluppo; in tali critiche condizioni non potevano nè produrre, nè di conseguenza, non distribuendo reddito, potevano creare una domanda interna.

Calate le esportazioni dei grandi complessi, questi producevano ormai solo disoccupazione.

Era inutile immettere prodotti sul mercato quando la disoccupazione o l'orario lavorativo ridotto non permettevano spese superflue.

In una situazione tanto difficile, gli italiani riscoprono l'arte di arrangiarsi. Mancano petrolio, gomma, acciaio.

Imotori si fanno funzionare a carbonella! Manca il ferro: si riutilizzano cancellate e ringhiere ritenute superflue. Per quanto riguarda l'alimentazione si promuove l'uso di pesce per sopperire la scarsità di carne (la carne costa circa 18 lire al kg, il pesce circa 1 lira al kg).

L'Italia si chiude nel proprio bozzolo e vive una sorta di secondo medioevo, non solo economicamente ma anche culturalmente.

La produzione Pavoni di questi anni non conosce comunque momenti di stasi: sul mercato vengono lanciati vecchi modelli "ristilizzati" e in officina si iniziano a studiare nuovi modelli che porteranno importanti innovazioni negli anni '50.

Nel 1936 La Pavoni lancia sul mercato il modello Istantanea, nelle versioni elettrica ad un rubinetto e a due rubinetti, con riscaldamento

difficult conditions, they could neither produce nor (as a result of this) create a domestic demand, as they were unable to distribute income. Having the exports of the large industrial complexes dropped, these could now only produce unemployment. There was no point in introducing products on the market if unemployment or reduced working hours did not allow for unnecessary expenses.

In such a difficult situation, Italians rediscovered the ability to get by. There was a lack in oil, rubber and steel. Charcoal was used to operate engines! There was no iron: rail fences and railings which were thought to be superfluous were used instead. As regards food, the use of fish was promoted to make up for the lack of meat (meat cost about 18 lire/Kg, whereas fish only about 1 lira/Kg).

Italy withdrew into its shell and experienced some kind of second middle ages, not only from an economical but also from a cultural point of view. However, the production activity of La Pavoni did not experience times of stagnation: old 'restyled' models were launched on the market and in the workshop work started on new models which were to lead to major innovations in the '50s. In 1936, La Pavoni launched on the market a new model called Istantanea, in the one-nozzle and two-nozzle electric versions with immersion heating (which had already been in use for some time). The machine was less bulky compared to the models on the market; the dome-shaped part

ad immersion (già da tempo in uso). La macchina è più snella rispetto ai modelli in commercio, dal "cilindro" viene eliminata la cupola e soprattutto le dimensioni sono più contenute; quella ad un rubinetto ha un'altezza di 59 cm ed un diametro base di 32 cm mentre quella a due rubinetti ha un'altezza di 70/82 cm ed un diametro di 38 cm, invece dei quasi due metri dei modelli precedenti. Sull'onda del gradimento dimostrato dal mercato, la nuova linea del modello Istantanea sarà utilizzata per un ampliamento di gamma che si affiancherà a quelli tradizionali in produzione; saranno realizzati i nuovi modelli Gigante, Lilliput, Mignon, Normale ed un particolare modello Baby con un'altezza di 70 cm ed un diametro base di 36 cm.

E' già chiara a La Pavoni quella che sarà una tendenza sempre più marcata in futuro, vale a dire il risparmio di spazio. Quest'esigenza andrà di pari passo con l'evoluzione del concetto di "Caffè" inteso come luogo fisico (cui abbiamo già accennato e di cui ci occuperemo più avanti), le cui dimensioni a sua volta si stanno gradualmente riducendo. Con i nuovi modelli piccoli La Pavoni raggiunge con più facilità una nuova fetta di mercato, vale a dire quella dei piccoli esercizi, che si rivelerà di vitale importanza negli anni a venire. Come nei periodi precedenti, l'attenzione all'estetica e la volontà di proporre qualcosa di sempre nuovo ai clienti had been removed from the cylinder and, above all, the size was smaller: the one-nozzle version was 59 cm high and had a 32 cm base diameter, whereas the two-nozzle version was 70/82 cm high and had a 38 cm diameter, instead of the almost two metres of the previous models. On the tide of the appreciation displayed by the market, the new line of the Istantanea model was used to broaden the range, which was to complement the traditional models that were already being produced; the new Gigante, Lilliput, Mignon and Normale models were manufactured, along with a special model called Baby, which was 70 cm high and had a base diameter of 36 cm. La Pavoni already clearly perceived a trend which was to become increasingly marked in the future: that is the importance of saving space. This requirement was to go hand in hand with the development of the idea of "coffee bars" (which we have already mentioned and which we shall deal with further on), whose sizes were in turn also gradually decreasing. With the new small models, La Pavoni was able to more easily reach a new market share, that is that of small businesses, which was to prove of crucial importance over the following years. As for the past, the care for the aesthetic side and the willingness to always offer something new to customers, led the company to introduce new lines at a significant speed. This was not only due to the unquestionable success of these machines, but

Modello "Baby" capacità caldaia 8 litri
"Baby" model, boiler capacity: 8 litres

Libretto istruzioni modello "Normale" capacità caldaia 40 litri
"Normale" model instructions leaflet, boiler capacity: 40 litres



portano l'azienda a proporre linee nuove con una certa velocità. Questo fatto è dovuto, oltre che all'indiscusso successo di queste macchine, all'affacciarsi sul mercato della concorrenza. L'offerta inizia ad essere variegata e i prodotti della concorrenza, pur entrando in scena con una decina d'anni di ritardo, si dimostrano all'altezza della competizione! La Pavoni non si concede il lusso di dormire sugli allori (anche se è ancora leader di mercato) ed anche i vecchi modelli vengono presentati con una linea rinnovata molto più pulita, essenziale. Osservando un opuscolo pubblicitario dell'epoca ci accorgiamo di essere in pieno futurismo.

L'Italia fascista si approprierà di questa corrente artistica. Mussolini, a differenza di Hitler, sarà capace di fare proprie le più diverse tendenze artistiche. D'altra parte, tutte le tendenze artistiche degli anni '20-'30 in Italia hanno rivendicato, se non il riconoscimento dello status d'arte fascista, perlomeno l'appoggio ideologico. Fascismo diviene così sinonimo di modernità: futurismo, razionalismo, astrattismo. Nello stesso tempo il fascismo si pone come difensore della tradizione: italianità, mediterraneità.

In sostanza una contraddittoria compresenza di arcaismo e modernismo.

Torniamo alle nostre macchine per caffè... l'opuscolo pubblicitario preso in esame ricalca quelli del decennio precedente nella also to the arrival of competition on the market.

The supply had started diversifying and competitors' products, despite the 10 year lag, were rising to the occasion!

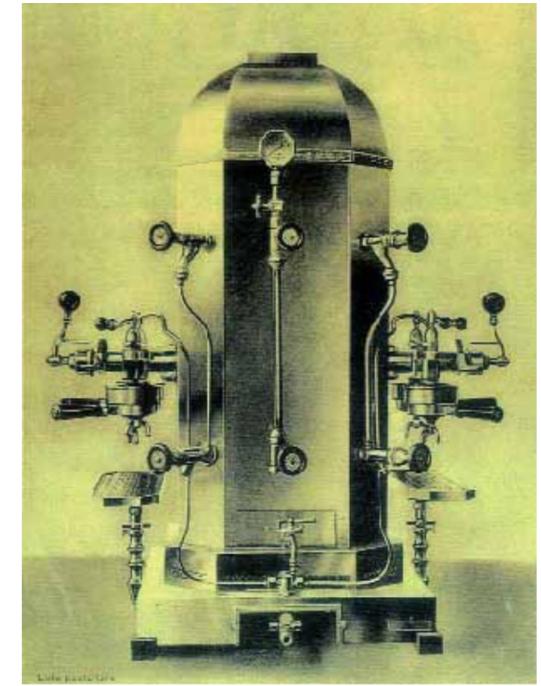
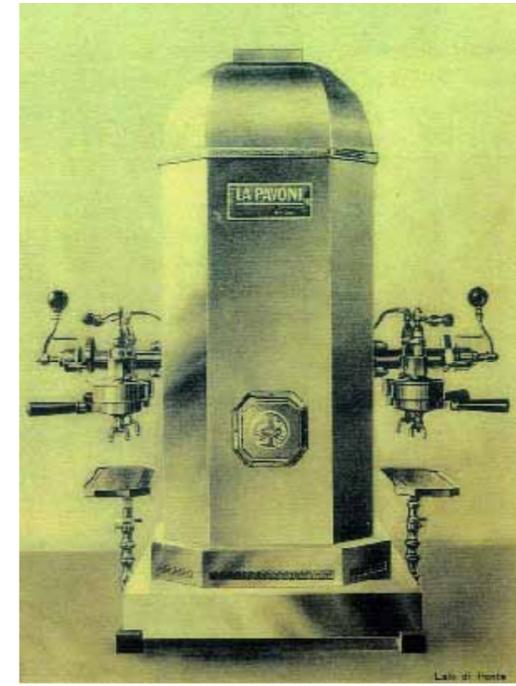
La Pavoni did not indulge in resting on its laurels (even though it still was the market leader) and the older models were again presented with a renewed line, much neater and plainer. As we look at an advertising brochure from these days, we find that Futurism was in full bloom. Fascist Italy was to fully take possession of this artistic movement. Unlike Hitler, Mussolini was able to adopt the most varied artistic trends. On the other hand, all artistic trends in Italy in the '20s and '30s had claimed some kind of ideological support, if not a full acknowledgment as the fascist artistic style. Therefore fascism became a synonym for modernity: futurism, rationalism, abstractionism. At the same time, fascism presented itself as the defender of tradition, of Italianisms and of Mediterranean qualities.

In other words, it was a contradictory mixture of archaism and modernism.

Let us go back to our coffee machines... The advertising brochure we are looking at appears similar in structure to those produced during the previous decade. In less than ten years, the number of existing Pavoni machines had doubled: 20,000 machines, versus the 10,000 exi-



Modello "Esagonale", 1939
"Esagonale" model, 1939



struttura. In poco meno di una decina d'anni il numero di macchine Pavoni è raddoppiato: 20 mila esemplari, contro i 10mila degli anni '20. La copertina dell'opuscolo francese recita: "L'ultra rapide Pavoni- supprime l'attente" ("Uccidi l'attesa con l'ultra rapida Pavoni").

Più che un opuscolo pubblicitario sembra di leggere uno dei punti del manifesto di Marinetti del 1909: esaltazione decisa della velocità.

Così recita uno dei punti fondamentali del primo Manifesto futurista: "Noi affermiamo che la magnificenza del mondo si è arricchita di una bellezza nuova: la bellezza della velocità".

La velocità diventa il parametro estetico della modernità e La Pavoni si adegua ai tempi: "supprime l'attente" suona davvero come un dictat futurista. Sulla scia degli accorgimenti estetici necessari per adeguarsi allo spirito dell'epoca fanno la loro comparsa, nel 1939, i modelli esagonali e quadrati. Ogni modello - Normale, Gigante, Mignon, Lilliput- viene reinterpretato in una nuova veste esasperatamente geometrica, con linee forti, decise. Lo stemma Pavoni, che troneggiava opulento e sfrontato nella versione Lusso dei decenni scorsi, si è notevolmente ridimensionato nel modello esagonale: più piccolo, più sobrio, collocato nella parte inferiore della macchina quasi a non voler disturbare, con la sua presenza, la pulizia formale e la severità delle linee di questa nuova Pavoni.

sting in the '20s. The cover of the French brochure reads: "L'ultra rapide Pavoni-supprime l'attente" ("Kill your waiting time with ultrafast Pavoni"). Rather than reading an advertising brochure, it feels like reading one of the points in Marinetti's manifesto of 1909: firm exaltation of speediness. One of the key points of the first futurist Manifesto reads: "We state that the world's magnificence has been enriched by a new beauty: the beauty of speed". Speed became the aesthetic parameter of modernity and La Pavoni went with the times: "supprime l'attente" really sounds like a futurist precept. On the tide of the aesthetic adjustments required to adapt to the spirit of the age, in 1939 appeared the hexagonal and square shaped models.

Each model - Normale, Gigante, Mignon and Lilliput - was rearranged into a new exaggeratedly geometrical appearance, displaying strong and firm lines. The Pavoni logo, which opulently and boldly dominated in the Luxury versions over the previous decades, had been significantly scaled down in the hexagonal model: smaller and more sober, situated in the lower part of the machine, as if not to disturb with its presence the formal neatness and stern outline of this new Pavoni machine.

What most struck about the company's attitude was not only the care for appearance in manufacturing products, but above all the care that

Ciò che maggiormente stupisce nell'atteggiamento dell'azienda non è tanto la cura estetica rivolta ai prodotti, quanto l'attenzione rivolta anche ad aspetti sottilmente comunicazionali - ad esempio la presentazione dei prodotti. Iniziamo qui a scorgere le origini di quella che, negli anni a venire, sarà una vera e propria strategia pubblicitaria, ispirata ai valori di qualità ed estrema cura del dettaglio, che sempre caratterizzeranno La Pavoni.

Tornando all'osservazione dei cataloghi di fine anni '30 siamo colti da nostalgia nei confronti di un'eleganza che forse non appartiene più ai nostri anni. Le prime pagine - dedicate sempre alla descrizione dei vantaggi del prodotto e alle condizioni di vendita- presentano una grafica chiara, cornici e motivi geometrici. Le pagine interne si presentano su un delicato sfondo color champagne con disegni decisamente liberty di foglie e chicchi di caffè. In ogni pagina troviamo poi la fotografia in bianco e nero e la descrizione di ogni macchina. L'idea complessiva, dopo aver sfogliato questo catalogo, è quella di una ricercatezza estetica capace quasi di trasformare delle macchine per caffè in gioielli. Effettivamente questo paragone, oggi all'apparenza iperbolico, bene comunica la percezione che si aveva di una macchina Pavoni entrando in un Caffè dell'epoca. Ancora per qualche anno tale percezione sarà la norma, prima di far posto all'avvento del consumismo che, purtroppo, spesso si traduce in was also devoted to the slightly communicative elements, such as for example the presentation of products. At this stage, we could beginning to perceive the origins of what, in the years to come, was to become a real advertising strategy, drawing inspiration from values such as quality and great attention for detail, which were to always distinguish La Pavoni. Going back to our review of the catalogues dating back to the late '30s, we feel nostalgic in contemplating an elegance which no longer seems to belong to our days. The first pages - always devoted to describing the benefits offered by the products and the sales terms and conditions - display clear graphics, frames and geometrical patterns. The inner pages display a gentle champagne-coloured background with drawings that are definitely in an Art-Nouveau style, with leaves and coffee beans. Each page then displayed a picture in black and white and the description of the machine. The overall idea, after having browsed through this catalogue, is that of an aesthetic refinement which was almost able to turn coffee machines into jewels. As a matter of fact, this comment, which today may appear hyperbolic, suitably conveys the perception that you would have of a Pavoni machine as you walked into a coffee bar in those days. This was to continue to be the case for a few more years, before the advent of consumerism, which often unfortunately amounts to a loss in aesthetic terms. Up to the second post-war period, the coffee machine was to remain one

Bar Nannini, Siena
Bar Nannini, Siena

abbruttimento estetico. Fino al secondo dopoguerra la macchina per caffè sarà una delle principali attrazioni all'interno dei locali. La macchina per caffè, come abbiamo già avuto modo di rilevare, è posta in bella vista sul bancone del bar, ben visibile da tutti gli avventori del locale. Ad inizio '900 è soprattutto l'aspetto tecnologico che affascina i clienti:

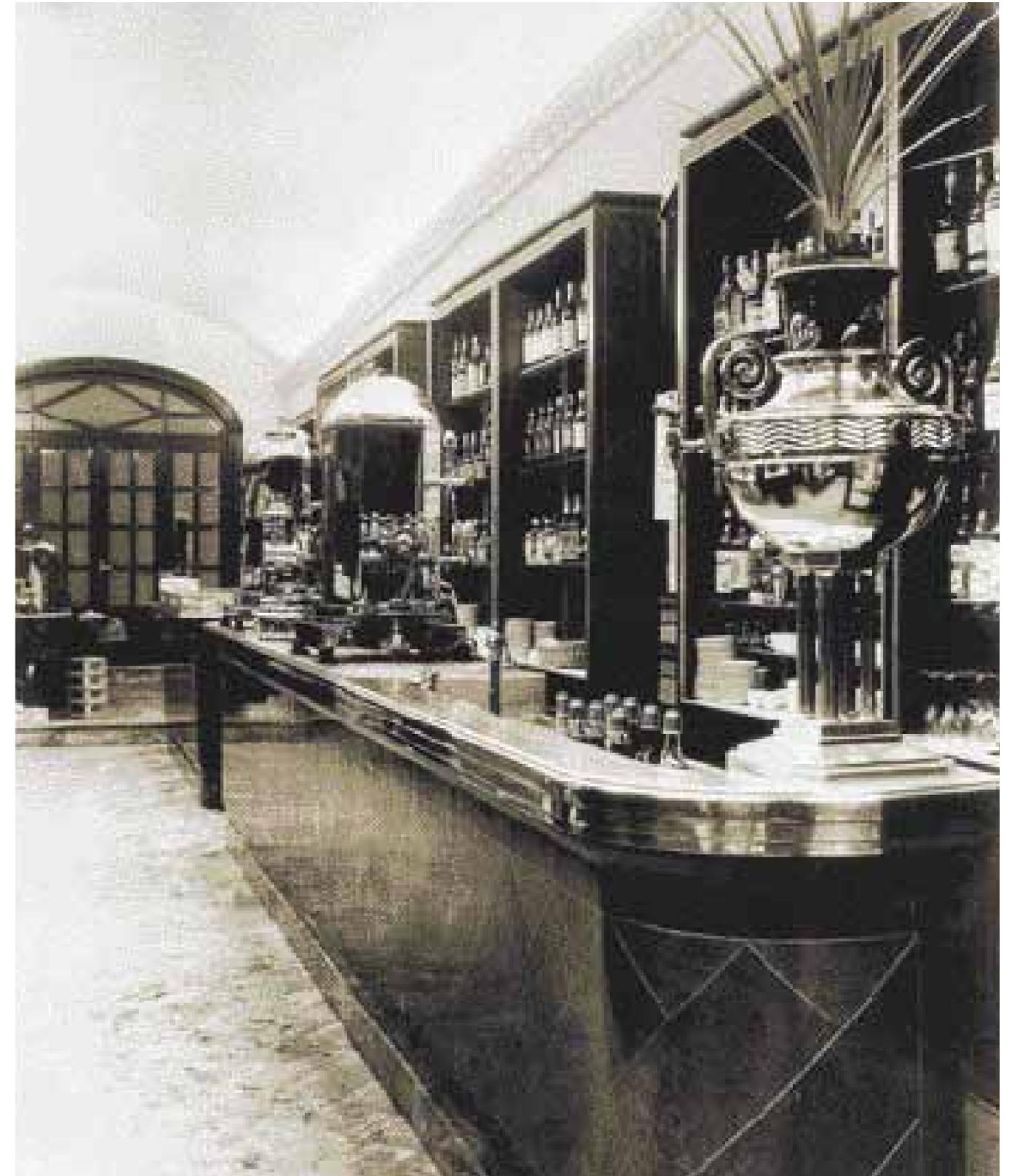
le macchine per caffè, con il loro aspetto davvero imponente date le dimensioni, divengono il fulcro del locale stesso.

Esteticamente elaborate, riccamente fregiate nei primi modelli, ben si sposano con l'atmosfera dei locali stessi.

Si respira eleganza e ricercatezza nei locali che, ad inizio secolo, possono permettersi di sfoggiare queste avanzate tecnologie!

Bene lo testimoniano le fotografie dell'epoca. Le macchine Pavoni fanno bella mostra di sé al Caffè Borsa, al Bar Pansa, al Bar Stella d'Italia e al Bar Vittoria di Venezia; al Caffè Italia di Mestre; al Bar Pedavena, alla Premiata Pasticceria Romagnosi, al Bar Regina, al Bar del Sole e al Ristorante Terme di Salsomaggiore; al Bar Nannini di Siena; al Caffè Semeraro di Messina; al Caffè Italia e al Caffè Bianco di Siracusa. Questi sono solo alcuni dei prestigiosi locali in cui troviamo le macchine Pavoni.

La Pavoni inizia subito ad esportare le sue macchine in Europa, molte le testimonianze anche di città europee che ospitano nel loro Bar i of the chief attractions on the coffee bar premises. As we have already mentioned, the coffee machine would be placed in full sight on the bar, wherefrom it was clearly visible to all customers. In the early twentieth century, customers were mostly fascinated by the technological aspect: coffee machines, with their truly imposing looks, became the heart of the premises. Aesthetically elaborate, with the first models richly decorated, the models successfully harmonised with the atmosphere of the premises themselves. These venues, which could afford such advanced technologies in the early twentieth century, were highly elegant and refined places! Evidence of this can be provided by the photographs that are available from this period. The Pavoni machines made a fine show at Caffè Borsa, at Bar Pansa, at Bar Stella d'Italia and at Bar Vittoria in Venice; at Caffè Italia in Mestre; at Bar Pedavena, at Premiata Pasticceria Romagnosi, at Bar Regina, at Bar del Sole and at Ristorante Terme di Salsomaggiore; at Bar Nannini in Siena; at Caffè Semeraro in Messina; at Caffè Italia and at Caffè Bianco in Siracusa. These are only some of the prestigious premises on which the Pavoni machines could be found. Pavoni immediately started exporting its machines to Europe, and we have pictures from many European towns displaying in their coffee bars the most prestigious models: in Paris at Brasserie des Facultes, at Brasserie du Parc, at Bar des Négociants; at Café du Bresil "Presto" in Lille; even in Algiers at Bar Louis, at Soleil Paris Bar, at



Caffè Borsa, Venezia
Caffè Borsa, Venice



Bar Vittoria, Venezia
Bar Vittoria, Venice



Bar Tinelli, Salsomaggiore
Bar Tinelli, Salsomaggiore



Bar Pedavena, Salsomaggiore
Bar Pedavena, Salsomaggiore



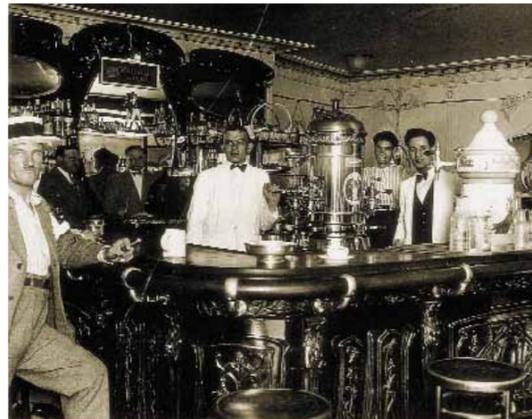
Caffè Semeraro, Messina
Caffè Semeraro, Messina



Bar de Négociants, Parigi
Bar de Négociants, Paris



Anonimo, Parigi
Anonymous premises, Paris



Brasserie des Facultés, Parigi
Brasserie des Facultés, Paris



Brasserie du Parc, Parigi
Brasserie du Parc, Paris



Bar Louis, Algeria
Bar Louis, Algeria



Bar Femmina, Vienna
Bar Femmina, Vienna



Hochhaus Café, Innsbruck
Café do Brazil, Buenos Aires



Hochhaus Café, Innsbruck
Hochhaus Café, Innsbruck



Bar Abano Terme
Bar Abano Terme



Ruschlikon, Germania
Ruschlikon, Germany



modelli più prestigiosi: a Parigi alla Brasserie des Facultés, alla Brasserie du Parc, al Bar des Négociants; al Café du Bresil “Presto” di Lille; addirittura ad Algeri al Bar Louis, al Soleil Paris Bar, al Majestic; al Bar Espresso “Femmina” e al Bar Buffet Kaertner di Vienna. Dalle testimonianze fotografiche notiamo che il modello di maggior successo in questi tipi di locali è la versione Lusso.

Evidentemente la versione più ricca ben si confà a questi ambienti, che poco hanno a che fare con l’idea di “bar” che abbiamo oggi. Come vedremo sarà solo nel dopoguerra che nasceranno bar di moderna concezione. L’aura di esclusività di questi locali d’inizio secolo, con una clientela particolare ed elitaria (per lo più alta borghesia, commercianti, intellettuali, comunque clientela di elevata estrazione sociale) spiega il bisogno di produrre macchine esteticamente gradevoli, ricercate. Analizzando parallelamente la produzione della concorrenza in questi anni, notiamo la consuetudine di battezzare con nomi femminili le macchine per caffè, che, a ragione, venivano considerate vere e proprie “regine” del bar, una sorta di divismo che le rendeva oggetti di curiosità e desiderio.

Da non sottovalutare il fatto che, ad inizio ‘900, non siamo ancora entrati in pieno nell’epoca della frenesia contemporanea e il caffè detiene ancora in parte, quel valore rituale che abbiamo precedentemente analizzato.

Majestic; at Bar Espresso “Femmina” and at Bar Buffet Kaertner in Vienna. Based on the photographs we have from this period, we find that the most popular model on this kind of premises was the Luxury version. Clearly, the richest versions successfully blended with these settings, which have little in common with the idea of “coffee bar” we have nowadays. As we shall see, it was only in the post-war period that coffee bars according to the modern idea started opening. The exclusivity atmosphere of these early-twentieth-century coffee bars, with special elite customers (chiefly made up of the higher middle classes, businessmen, intellectuals and in any case of high social origins) explains the need to produce attractive and refined machines. If we analyse competitors’ production in those days, we find that it was customary to give these coffee machines a female name, as these were rightly regarded as the “queens” of the coffee bar, some kind of star-like worship which caused them to be a desirable article attracting people’s curiosity. It should be stressed that, in the early twentieth century, the frantic rhythm of life experienced nowadays did not exist yet, and coffee still possessed in part that ritual value which we have previously described.

Modernist exponents of the avant-garde and in any case the sensitive artists from the early twentieth century had already clearly perceived the transformation of modern society into a world dominated by anxiety over time (consider Futurism and its speed myth). However, before this

Le avanguardie moderniste e comunque le sensibilità artistiche di inizio secolo, avevano già nettamente percepito la trasformazione della società moderna in una realtà dominata dall’ansia del tempo (si pensi al futurismo con il suo mito della velocità) tuttavia, per cogliere tale mutamento nella vita quotidiana, ci vorranno tempi più lunghi, come in effetti è logico che avvenga, se teniamo conto della funzione premonitrice che l’arte ha assunto in ogni epoca. Bere un caffè è ancora un’abitudine che ben si sposa con due chiacchiere in tranquillità, magari contemplando incuriositi le gesta del barman, che ai tempi si chiamava ancora macchinista, in altre parole colui che possedeva l’arte ed il privilegio di saper servire un buon espresso utilizzando le moderne macchine.

A questo proposito è molto interessante analizzare uno degli opuscoli Pavoni fornito in dotazione con la macchina, ovvero le “norme per la messa in opera e funzionamento degli apparecchi”. Al di là di un discorso prettamente tecnico, che potrebbe risultare inutile quanto noioso affrontare con chi “non è addetto ai lavori”, l’opuscolo aiuta a capire cosa volesse dire fare un caffè ad inizio ‘900 e, di conseguenza, a meglio interpretare l’atteggiamento di chi, arrivato al bar, spendeva qualche minuto osservando quest’operazione per noi scontata. La macchina Pavoni è fornita di vari rubinetti con diverse funzioni.

change could be appreciated in everyday life, more time was to pass by, which is quite logical in fact, if we take into account the premonitory role that art has always played. Having a cup of coffee still was a tradition that could happily go hand in hand with a quiet chat, possibly while at the same time glancing with interest at the activity of the barman, who in those days was still called the “machine operator”: in other words he who knew the art and had the privilege of being able to serve a good cup of espresso coffee making use of modern machines. To this end, it is very important to analyse the Pavoni pamphlets supplied with the machine, that is the “rules for starting and operating the machines”. In addition to a merely technical dissertation, which may prove useless and boring for “outsiders”, the leaflet makes it possible to understand what making coffee in the early twentieth century meant and, as a result of this, to better understand the attitude of those who, having walked into the coffee bar, spent a few minutes observing this operation, which we now take for granted. The Pavoni machines were equipped with various taps and nozzles designed for different functions.

As it still happens today, in order to prepare a cup of espresso coffee, you first of all needed to fill the filter-holder; then you would operate the handle by moving it from the “close” position to the “water” position. At this stage, the machine would start delivering the drink, which

Caffettiera “Multi Espresso”
“Multi Espresso” coffee bar



Per preparare un espresso, come avviene ancora oggi, bisognava innanzitutto caricare il portafiltro, successivamente si agiva su una manovella spostandola dalla posizione di “chiuso” a quella indicata dalla parola “acqua”. A questo punto inizierà ad uscire la bevanda che non dovrà però riempire per più di 1/3 la tazza. La manovella veniva successivamente posta in posizione “vapore”, procedendo poi al riempimento fino ad ottenere la quantità di caffè desiderata.

Tale operazione si compiva in 3/4 di minuto circa, sicché ad un osservatore dell'epoca doveva sembrare velocissima! L'opuscolo dedica ampio spazio all'aspetto di manutenzione visto che, come non ci stancheremo mai di ripetere, in questo periodo la macchina passerà nelle mani di chi non ha mai lavorato con nulla di simile (accorgimenti che oggi ci sembrerebbero più che scontati non lo erano per l'epoca); inoltre queste macchine, costituite ancora da marchingegni piuttosto delicati, richiedevano una certa cura.

Torniamo alla fine degli anni '30: abbiamo visto che la Pavoni rielabora formalmente modelli già esistenti, ciò non significa che nelle officine Pavoni non continui la ricerca tecnologica. Dimostrazione è il lancio sul mercato, nel 1939, della “caffettiera multiespresso”. Non ci troviamo di fronte ad una nuova macchina per caffè, bensì ad un nuovo accessorio, applicabile alle macchine Pavoni.

however was not to fill the cup by more than one third. The handle would subsequently be placed in the “steam” position, which would allow the cup to be filled with coffee up to the desired amount. This operation only took three quarters of a minute, so, in those days, it must have appeared extremely quick! The pamphlet devoted quite a lot of space to maintenance since, as we have already mentioned several times, in this period the machines were to be handled by people who had never operated any such article in the past (certain measures, which we take for granted nowadays, were not necessarily known in those days); furthermore these machines, which were still made with rather delicate devices, requested a certain amount of care. Going back to the late '30s: we have seen that Pavoni formally renewed existing models, but this does not mean that technological research did not continue in the Pavoni workshops at the same time. Evidence of this is provided by the launch of the “multiespresso” coffee maker on the market, in 1939. This was not a new coffee machine, but rather a new accessory that could be applied to the Pavoni machines.

The company was keen to meet the requirements of its customers, in special way hotels and restaurants, which had the need to serve several espresso coffees at the same time.

L'azienda si dimostra attenta alle esigenze della clientela, in particolare alberghi e ristoranti, che hanno la necessità di servire più espressi simultaneamente. Un tubo flessibile collega la caffettiera alla macchina per caffè, che fornirà il vapore e l'acqua necessari per preparare da 12 a 18 tazze di espresso simultaneamente.

Sempre nel 1939 La Pavoni presenta il prototipo di una macchina che, nel decennio successivo, si rivelerà rivoluzionaria e di storica importanza: la prima macchina orizzontale, anche questa denominata “multiespresso”.

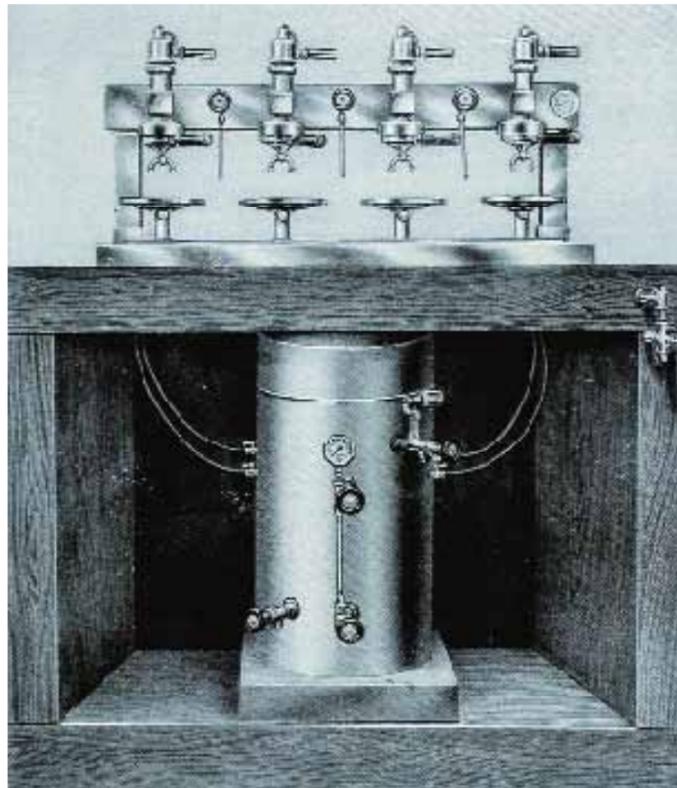
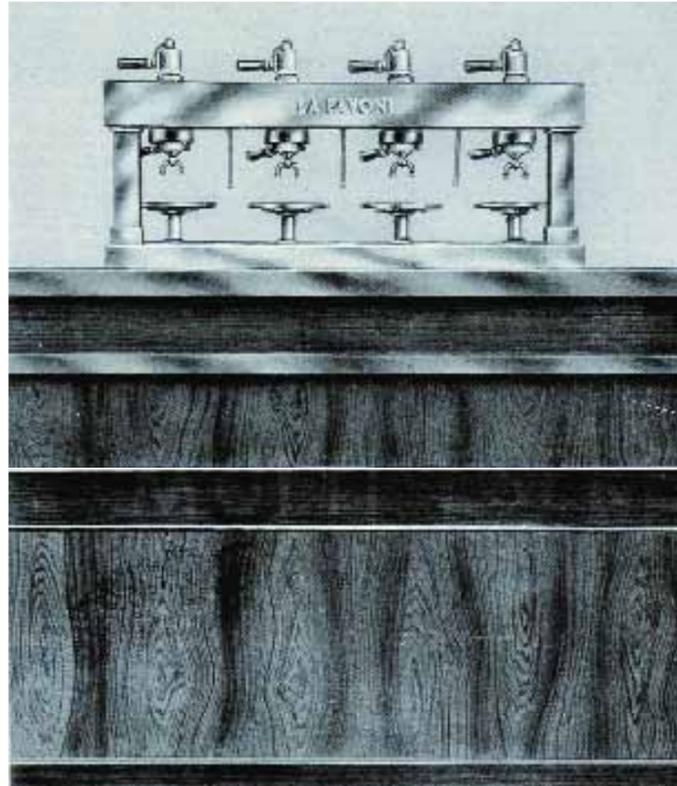
Prerogativa del prototipo erano dei rubinetti distributori affiancati, sistemati sul bancone, ai quali si potevano applicare dei beccucci a 1 o 3 getti in modo da poter ottenere complessivamente fino a 12 caffè per volta. I rubinetti erano collegati con dei tubi flessibili ad una caldaia posizionata sotto il bancone.

Gli anni '30 si chiudono comunque in modo positivo, con progetti futuri importanti da sviluppare e con la consapevolezza che, malgrado la crisi economica del '29, l'azienda abbia consolidato il suo nome riuscendo a rimanere al passo con i tempi, adeguandosi continuamente al mercato e alla cultura imperante.

A hose connected the coffee maker to the coffee machine, which was to supply the steam and water required to prepare 12 to 18 cups of espresso coffee at the same time.

Also in 1939, La Pavoni introduced the prototype of a machine which, over the following ten years, was to prove revolutionary and of crucial historical importance: the first horizontal machine, also named “multiespresso”.

The prerequisites of this prototype were the delivery taps placed side by side, arranged on the bar, which could be fitted with nozzles providing for 1 to 3 jets, so as to be able to obtain up to 12 cups of coffee at the same time. Hoses connected the nozzles to a boiler placed under the bar. All in all, the '30s ended in a positive way, with important future projects to be developed and with the awareness that, despite the 1929 economic crisis, the company had consolidated its name, keeping up to date and constantly adjusting to the market and to the ruling culture.



1940-1950: cadere sotto i bombardamenti per risollevarsi con la rivoluzionaria macchina per caffè orizzontale
1940-1950: Collapsing during the Air Raids and Picking Up Again with the Revolutionary Horizontal Coffee Machine

Siamo arrivati ai faticosi anni della seconda guerra mondiale, i luttuosi avvenimenti che sconvolgeranno il mondo in questi anni non possono che influenzare anche le vicende dell'azienda Pavoni. Analizziamo brevemente lo svolgimento storico del decennio.

Nel 1939 in Europa si manifestava con sempre maggiore violenza il disegno imperialistico della Germania di Hitler, volto a espandere il territorio abitato dai tedeschi. Dopo aver annesso l'Austria, conquistato la Boemia, sottomesso la Slovacchia, nel settembre 1939 Hitler invase la Polonia, in seguito alla firma di un'alleanza militare temporanea con l'Unione Sovietica di Stalin.

Di fronte a questo ulteriore grave atto, le potenze occidentali, Francia e Gran Bretagna, dichiararono guerra alla Germania. Era l'inizio del conflitto mondiale, che costò poi la vita a oltre 55 milioni di persone. Conquistata la Polonia e la Norvegia, nella primavera del 1940 Hitler volse l'esercito tedesco contro la Francia, che in poche settimane venne sconfitta. Il 10 giugno del 1940, quando ormai i francesi erano allo stremo, l'Italia fascista di Mussolini dichiarò guerra alla Francia e alla Gran Bretagna. Presa Parigi, la Germania cercò, inutilmente, di invadere la Gran Bretagna e aprì un nuovo fronte contro l'Urss. In Oriente, frattanto, il Giappone nel dicembre 1941 aveva aggredito gli statunitensi, provocandone l'intervento in guerra.

We have now reached the crucial years of the Second World War and the tragic events that were to shake the world in these years could not but also impact events within the Pavoni company. Let us briefly analyse the historical developments of this decade.

In 1939, the imperialistic plans of Germany under Hitler's rule, aimed at expanding the territory inhabited by the Germans, manifested with increasing violence in Europe. After having annexed Austria, conquered Bohemia and subdued Slovakia, in September 1939 Hitler invaded Poland, after signing a temporary military alliance with the Soviet Union ruled by Stalin.

Faced with this further serious act, the western powers, France and Great Britain, declared war on Germany. This was the beginning of the Second World War, which was to cause the loss of over 55 million lives. After conquering Poland and Norway, during the spring Hitler led the German army against France, which was defeated within a few weeks. On 10 June, 1940, when the French had no strength left, fascist Italy ruled by Mussolini declared war on France and Great Britain. Having conquered Paris, Germany unsuccessfully attempted to invade Great Britain and opened a new front against USSR. In the East, in the meantime, Japan had attacked the United States in December 1941, causing them to enter the war.

Nel '42 la situazione lentamente si capovolsse, e gli Alleati cominciarono ad avanzare su tutti i fronti.

Il conflitto, però, ebbe termine solo tre anni dopo, nel 1945, con il lancio delle bombe atomiche americane su Hiroshima e Nagasaki.

In Italia i tedeschi attuarono una prima linea di resistenza sulla cosiddetta linea Gustav (Garigliano, Cassino e Sangro) e da questa linea gli Alleati non riuscirono a passare se non nel maggio 1944 raggiungendo Roma il 4 giugno.

Si arrivò così ad una nuova linea di resistenza tedesca che si stendeva lungo l'Appennino toscoemiliano da sopra Livorno per Bologna sino alle paludi di Comacchio. Qui si dovette attendere l'aprile del 1945 per completare la liberazione d'Italia.

La resistenza, dopo l'armistizio si trasformò in una lotta aperta contro l'esercito tedesco, passato alla posizione di esercito occupante. Dopo le prime rivolte popolari avvenute a Roma e a Napoli, (le quattro giornate di Napoli), si costituirono in Piemonte, nel Veneto, in Emilia e in Liguria le prime organizzazioni partigiane. Dopo la dichiarazione di guerra alla Germania da parte dell'Italia (13 ottobre 1943) e il riconoscimento della cobelligeranza italiana da parte degli anglo-americani, il Comitato di liberazione nazionale dell'alta Italia assumeva la guida della lotta partigiana al nord contrapponendosi anche sul piano legale allo pseudo governo fascista.

In 1942, the situation was gradually reversed and the Allies started to move forwards on all fronts. However, the war only ended three years later, in 1945, with the American atomic bombing of Hiroshima and Nagasaki.

In Italy, the German implemented a first resistance line on the so-called Gustav line (Garigliano, Cassino and Sangro) and the Allies did not manage to cross this line until May, 1944 after which they reached Rome on 4 June. A new German resistance line then developed along the Tuscan-Emilian Apennines above Leghorn, towards Bologna and up to the marshes of Comacchio. In this area, it was to take up to April 1945 to complete the liberation of Italy. After the armistice, the underground struggle turned into an open fight against the German forces, which had turned into an occupying army.

After the first popular revolts in Rome and Naples (the so-called “quattro giornate di Napoli”), the first partisan organisations formed in Piedmont, Veneto, Emilia and Liguria. After Italy's declaration of war on Germany (13 October, 1943) and the Anglo-American acknowledgement of Italy as an Ally, the National Liberation Committee for Northern Italy took the lead in the partisan fight in the North and antagonised the fascist pseudo-government also from a legal point of view.

Va detto che dal '44 il fronte italiano era diventato del tutto secondario nella strategia alleata dato che il 6 giugno gli anglo-americani avevano effettuato (con una operazione aeronavale colossale) lo sbarco in Normandia aprendo così quel secondo fronte che avrebbe segnato la fine della Germania nazista. L'esercito germanico, stretto tra i russi ad est e gli Alleati ad ovest, dovette abbandonare i territori occupati e si trovò a combattere in Germania in un folle tentativo di vana resistenza. I russi e gli Alleati si congiunsero in Austria, i russi arrivarono a Berlino il 23 aprile e qui si concluse la resistenza tedesca che dopo il suicidio di Hitler (30 aprile) non poteva avere più senso. In Europa il conflitto era terminato; in Asia e nel Pacifico la disfatta giapponese si stava chiaramente delineando ma quello che decise il Giappone a chiedere la resa incondizionata fu l'uso, da parte americana, prima su Hiroshima e poi su Nagasaki, di due bombe nucleari, ordigni di distruzione e di morte che venivano impiegati per la prima volta nella storia dell'umanità e che posero termine al secondo conflitto mondiale. La data per la storia è il 2 settembre 1945.

Dalla II guerra mondiale, l'Italia uscì pesantemente danneggiata. Entrate in guerra con un esercito male armato, inseguendo l'illusione di una partecipazione breve e vittoriosa, le truppe italiane furono duramente battute, durante tutto il conflitto.

It should be mentioned that, as from 1944, the Italian front had taken on a completely secondary role within the Allies' strategy, since on June 6, the Anglo-American had accomplished (with one single huge naval-aviation operation) the D-Day landings, thus opening that second front that was to mark the end of Nazi Germany. The German army, hemmed in by the Russians to the east and by the Allies to the west, was forced to abandon the occupied territories and ended up fighting in Germany in a desperate resistance attempt.

The Russians and the Allies joined together in Austria; the Russians reached Berlin on 23 April and here the German resistance, which after Hitler's suicide (on 30 April) had become meaningless, gave in. In Europe the war had ended; in Asia and in the Pacific the Japanese defeat was clearly taking shape, but what caused Japan to apply for unconditional surrender was the employment by the Americans of two nuclear bombs, first on Hiroshima and then on Nagasaki; these explosive devices designed to cause death and destruction were being employed for the first time in the history of mankind and put an end to the Second World War. The date for history was 2 September, 1945. Italy was heavily damaged by the Second World War. Having entered war with a badly equipped army, cherishing the vain hope that participation would be brief and successful, the Italian troupes were severely beaten throughout the conflict.

Con la fine della guerra, chi aveva così strenuamente militato per la propria libertà si aspettava che le cose cambiassero, che finisse il tempo della corruzione e dei favoritismi, ma la realtà fu ben più difficile di quanto ci si aspettasse.

Il primo governo postbellico fu presieduto dal partigiano Ferruccio Parri, un uomo d'azione altamente stimato dalla popolazione, che però si dimostrò incapace di guidare il Paese in un momento così difficile.

Secondo alcuni storici, nonostante la gran voglia di cambiamento, la classe media italiana non fu in grado di capire a pieno la situazione storica e rimase chiusa in un atteggiamento conservatore, volto a difendere i principi fondamentali dettati dalla cultura cattolica dominante. La Democrazia Cristiana, partito guidato da Alcide de Gasperi, con la sua politica moderata fu in grado di accogliere i consensi delle classi medie e borghesi, e delle campagne. De Gasperi, divenuto capo del governo, dopo Ferruccio Parri, si propose, in accordo con le altre forze politiche, di risolvere la questione istituzionale: nel giugno del 1946 si tennero le prime elezioni italiane del dopoguerra, affiancate da un referendum per decidere quale forma di governo dovesse mantenere il Paese.

Il popolo italiano scelse, e l'11 giugno del 1946 venne proclamata la Repubblica, la Democrazia Cristiana ottenne il 35,2 % dei voti, i socia-

By the end of the war, those who had so tirelessly fought for their freedom expected things to change, hoping that the days of corruption and partiality were over, but things turned out differently and facts were much harder than expected.

The first post-war government was chaired by the partisan Ferruccio Parri, a man of action who was highly respected by the population but who did not prove capable of leading the country at such a difficult time.

According to some historians, despite the great desire for change, the Italian middle class was not able to fully understand this historical period, and held to a conservative attitude aimed at defending the fundamental principles prescribed by the dominating Catholic culture. The Christian Democrats, led by Alcide de Gasperi, with their moderate policy, met with the approval of the middle and rural classes. Once he became head of government after Ferruccio Parri, De Gasperi resolved, in agreement with the other political powers, to solve the constitutional question: in June, 1946, the first post-war Italian elections took place, along with a referendum aimed at deciding which government form the country should select. On 11 June, 1946, the people made its choice and the Republic was proclaimed; the Christian Democrats obtained 35.2% of votes, the Socialists 20.7% and the Communist Party 19%.

listi il 20,7% ed il Partito Comunista il 19%. Data la maggioranza democristiana, De Gasperi venne nominato Capo del governo.

La narrazione di questi tragici eventi storici probabilmente non comunica con sufficiente forza la disperazione degli anni della guerra. L'Italia è in lutto non solo per i 400.000 caduti e le perdite civili, è in lutto per le città distrutte dai bombardamenti, per la miseria che pervade la vita di ogni individuo, la vita che per troppo tempo è stata solo una lenta e continua agonia. Gli archivi Pavoni sono ricchi di materiale fotografico relativo a questo periodo. L'immagine della fabbrica sventrata, umiliata è forse più forte e toccante di dati, fatti, numeri. Abbiamo un'ampia documentazione delle officine Pavoni negli anni '20: a quindici anni di distanza dal fatidico 1905 la produzione lavora già a pieno regime. Negli anni in cui la concorrenza inizia a muovere i primi passi, la Pavoni sembra già essere una realtà solida. I locali stipati di macchinari, le macchine per caffè cromate, lucide e fiere, quasi fossero già in bella mostra sul bancone del bar. Vediamo nascere componente per componente queste macchine, le vediamo passare al collaudo caldaie prima e alla sala prove elettriche poi. Continuiamo a girare le pagine dell'album in cui sono contenute queste fotografie e ci ritroviamo in un ben organizzato ufficio commerciale e, per concludere la carrellata, osserviamo la facciata dello stabilimento Pavoni in via Archimede 26 a Milano.

In view of the Christian Democrat majority, de Gasperi was appointed head of government. The account of these tragic historical events does not probably convey with sufficient force the desperation of the post-war years. Italy was grieving over the loss of 400,000 soldiers plus the civilian casualties; it was mourning the loss of towns destroyed by the bombs, the indigence invading the life of each individual and the life that for too long had just been a slow and constant agony. The Pavoni archives contain plenty of photographic documentation dating back to this period. The picture of the gutted and humiliated factory is possibly stronger and more touching of any data, facts or figures.

We have plenty of documents relating to the Pavoni workshops in the '20s: fifteen years after the crucial 1905 date, production was already working at full capacity. Over the years during which competition started taking its first steps, Pavoni already appeared to be a solid reality.

We can admire the premises full of machinery, with the glossy and fine chromium-plated coffee machines that looked as if they were already on parade on the bar. We can see the machines being born, one component at a time, we see them going through the boiler testing first and the electrical testing afterwards. We keep turning the pages of the album containing these pictures and we find ourselves in a well organised sales office and, to complete this collection, we see the façade of the Pavoni factory in via Archimede 26 in Milano.



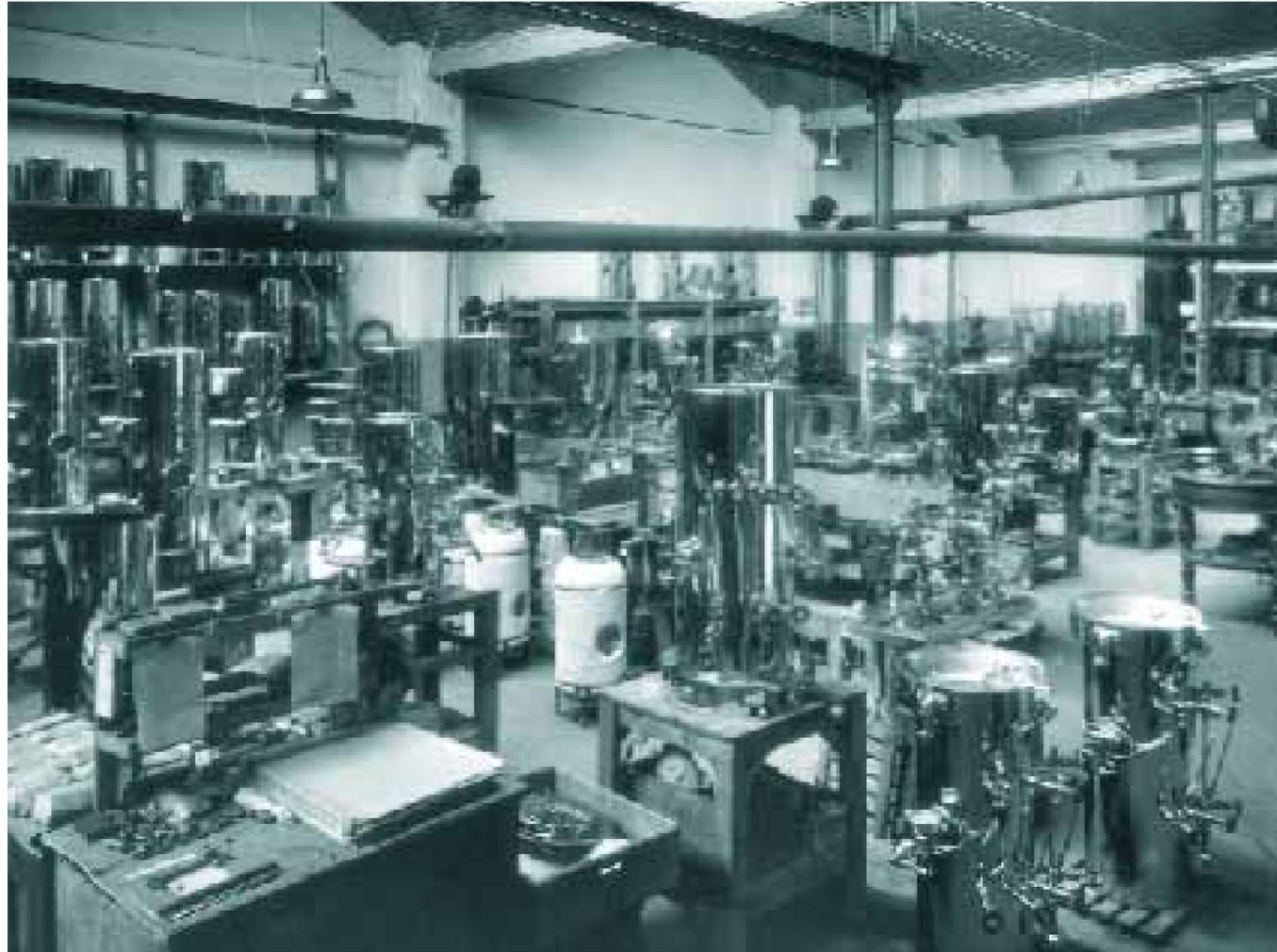
Reparto torneria, 1920
Turnery Department, 1920



Reparto montaggio, 1920
Assembly Department, 1920



Reparto montaggio, 1942
Assembly Department, 1942



Reparto torneria dopo il bombardamento del 1943
Turnery Department after the 1943 bombing



Stabilimento Pavoni dopo il bombardamento del 1943
The Pavoni Factory after the 1943 bombing



Voltando pagina lo scenario cambia: la stessa facciata di via Archimede distrutta dai bombardamenti.

Prima una visione aerea dell'edificio scopercchiato, uno dei tanti edifici distrutti.

Lo sguardo del fotografo si spinge oltre, all'interno di ogni locale, proprio gli stessi che qualche pagina prima si mostravano ordinati e tranquilli, ora sono a malapena riconoscibili, soffocati dalle macerie. Riconosciamo la torneria, tra calcinacci, pezzi di muro e legni, spuntano attrezzi, componenti di macchine disseminati qua e là. Davvero macabra la visione del reparto prodotti:

le macchine Pavoni, ancora allineate, ancora riconoscibili.

Il modello gigante lusso, con i suoi ricchi fregi, il modello esagonale e quello quadrato come obelischi si ergono dalle polveri.

Le stesse macchine di qualche pagina prima, ora distrutte, umiliate.

Tutta Milano è distrutta e umiliata; la didascalia di queste fotografie recita: Milano dopo il bombardamento - 15 agosto 1943.

I bombardamenti furono terribili a tal punto che sembravano aver cancellato per sempre ogni forma di vita della città.

In quei giorni Salvatore Quasimodo compone la poesia Milano, agosto 1943:

As we turn the page, the scene changes: the same building in via Archimede is destroyed by the bombs.

We first find an aerial photo, displaying the unroofed building, one of the many buildings that were destroyed.

Then the photographer's eye ventures forward, stopping on each room, the very same premises that appeared neat and quiet in the previous pages can now hardly be recognised under a heap of ruins. We recognise the turnery, among rubble, masonry debris and pieces of wood, tools stick out, along with machine components scattered about. The product department is really a gruesome sight: the Pavoni machines are still lined up and recognisable.

The luxury Gigante, with its rich decorations, the hexagonal and square-shaped models stand like obelisks in the dust.

The same machines displayed a few pages earlier are now destroyed and humiliated.

The whole town of Milan was destroyed and humiliated; the caption of this page reads: Milan after the bombing - 15 August, 1943.

The air raids had been so terrible that they seemed to have deleted for ever any form of life in town.

In those days, Salvatore Quasimodo wrote the poem Milano, agosto 1943 [Milan, August 1943]:

Stabilimento Pavoni dopo il bombardamento del 1943
The Pavoni Factory after the 1943 bombing



Invano cerchi tra la polvere,

povera mano, la città è morta.

E' morta: s'è udito l'ultimo rombo

sul cuore del Naviglio. E l'usignolo

è caduto dall'antenna, alta sul convento,

dove cantava prima del tramonto.

Non scavate pozzi nei cortili:

i vivi non hanno più sete.

Non toccate i morti, così rossi, così gonfi:

lasciateli nella terra delle loro case:

la città è morta, è morta.

In vain you search amid the dust,

poor hand: dead is the city.

Dead: the last rumble was heard

in the heart of the Naviglio. And the nightingale

has fallen from the aerial, high on the convent,

where it was singing before sunset.

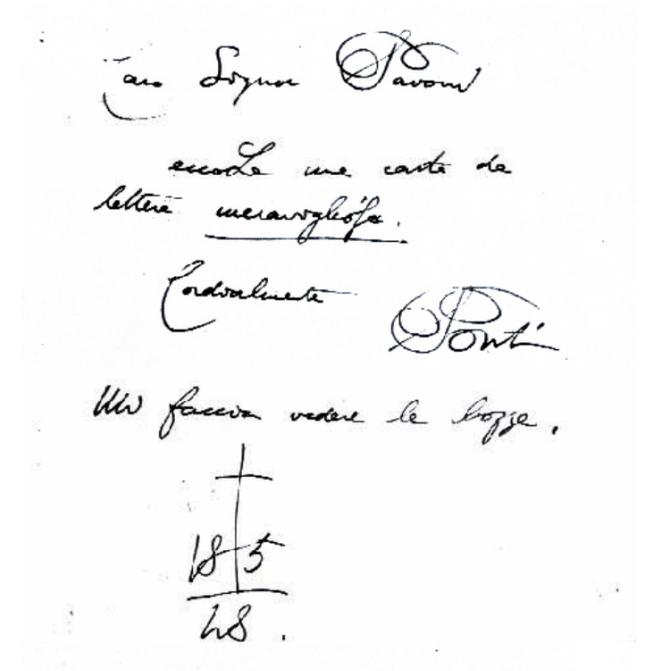
Do not dig wells in the courtyards:

the living are no longer thirsty.

Do not touch the dead, so red, so swollen:

leave them in the earth of their homes:

dead is the city, dead.



Sembra quasi di vederlo, il poeta, aggirarsi tra cumuli di macerie, potrebbero essere quelle di queste fotografie, della Pavoni in via Archimede, così come mille altre, tutte uguali, perché la distruzione, la polvere, il dolore, sono comuni a tutti e tutto annullano.

La situazione dell'industria italiana nell'immediato dopoguerra è critica, come è normale che sia in concomitanza con il susseguirsi dei tragici eventi bellici. La ripresa è comunque vicina, ci si avvia verso il miracolo economico degli anni '50, alle cui basi gioca un ruolo fondamentale la piccola e media impresa italiana. La produzione Pavoni riprende e riparte proprio dalla produzione della multiespresso orizzontale, il rivoluzionario prototipo del 1939. E' un nuovo inizio in grande stile, la macchina orizzontale non sarà solo una fondamentale innovazione tecnologica ma segnerà anche l'inizio della relazione della Pavoni con un grande nome del Design: Giò Ponti.

Conoscere la figura di questo importante designer e architetto è un' esigenza imprescindibile per capire la produzione Pavoni dalla fine degli anni '40 per i successivi vent'anni. Definire l'opera di un artista versatile quanto Giò Ponti è un'ardua impresa.

La vita e il lavoro di Ponti hanno coperto un arco di ben cinquantacinque anni.

Giovanni Ponti nasce a Milano il 18 novembre 1891, qui studia e si laurea in architettura al Politecnico nel 1921.

You almost feel as if you can see the poet wandering among the heaps of ruins; they could be those shown in these pictures of the Pavoni factory in via Archimede, just as thousand of different other places, all alike, because the destruction, the dust and the desperation are shared by everyone and they overwhelm everything. The situation of the Italian industry just after the war was critical, as it can normally be expected in connection with the sequence of many tragic war events. Recovery was in any case close, as the economic miracle of the '50s was approaching, with the crucial role played by the small and medium-sized Italian enterprises. The Pavoni production was resumed and started again with the manufacturing of the horizontal multiespresso coffee machine, the revolutionary prototype dating back to 1939. This was a large-scale new start; the horizontal machine was not only a fundamental technological innovation but was also to mark the beginning of the Pavoni relationship with a top name in the field of design: Giò Ponti. Getting to know this important designer and architect is a prerequisite in order to understand the Pavoni production as from the late '40s for the following twenty years. And defining the work of a many-sided artist such as Giò Ponti is no easy task. Ponti's life and work covered a fifty-two year span. Giovanni Ponti was born in Milan on 18 November, 1891; here he studied and obtained his university degree in architecture from the Polytechnic in 1921. His work continued to change over the

Il suo lavoro è andato cambiando nel corso dei decenni, sempre alla ricerca di un percorso autonomo attraverso i sovvertimenti politici della prima metà della sua carriera e le chiusure accademiche e le mini-rivoluzioni della seconda metà.

Ponti ha progettato edifici, interni, arredamenti, mobili, macchine, lampade, tessuti, ceramiche, oggetti in vetro, oggetti per la tavola, ha curato mostre e produzioni teatrali; ha fondato e diretto riviste; ha promosso le grandi triennali degli anni '30, ha scritto articoli e libri; ha insegnato, ha viaggiato e costruito in molti paesi. La peculiarità di Giò Ponti è forse ravvisabile nella sua capacità di accogliere in sé paradossi più disparati pur restando coerente. Amante della classicità viveva però costantemente proiettato nel futuro, tanto che arriverà ad affermare: " il passato non esiste... nella cultura tutto è contemporaneo... esiste solo il presente.

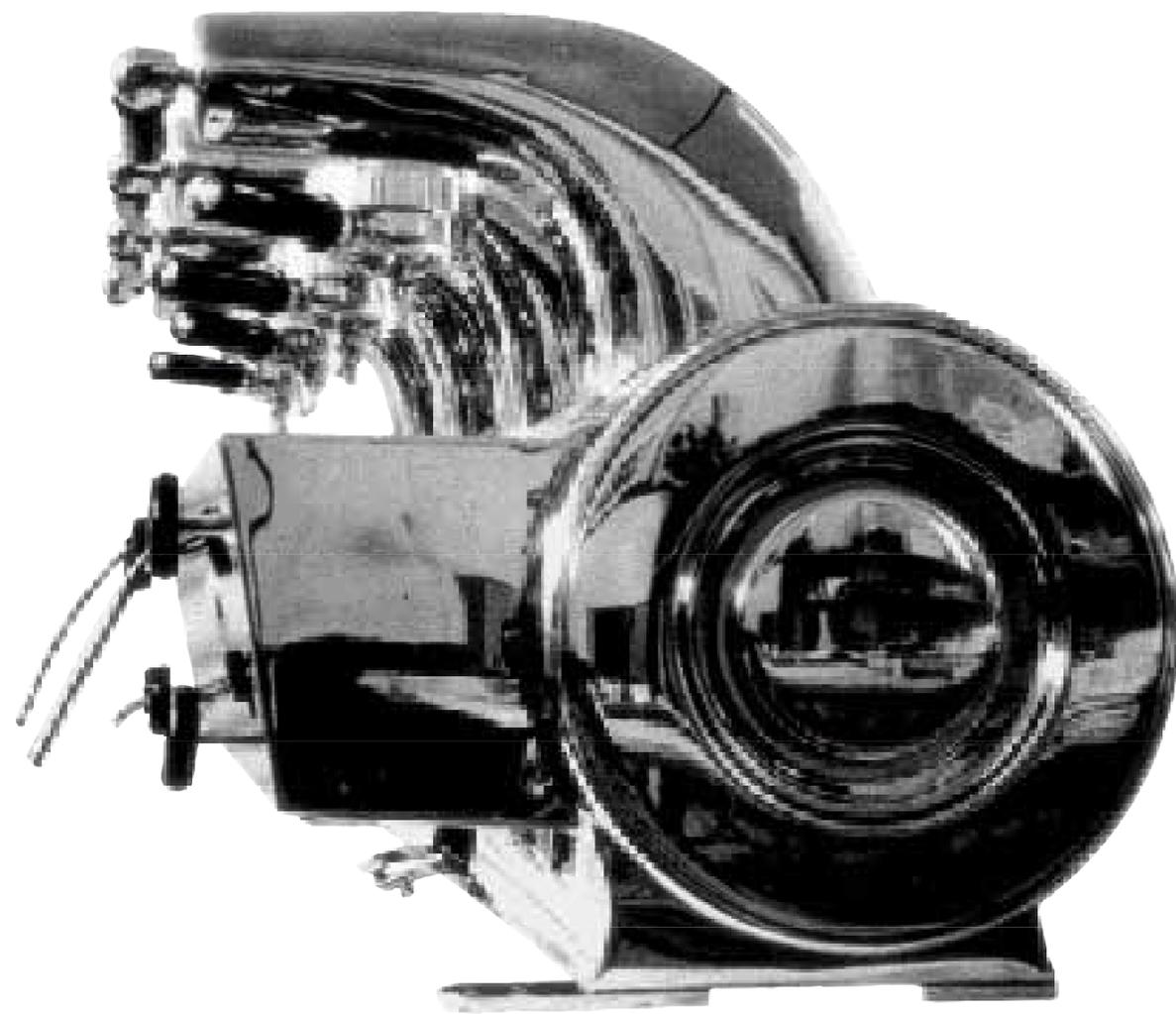
Nel presente rappresentiamo il passato e intuiamo il futuro ". Promuoveva l'internazionalità ma è rimasto tenacemente italiano.

È ricordato come uno dei più autorevoli promotori dell'industrial design del XX secolo, eppure guardava con ammirazione la maestria dell'artigiano; era per il moderno eppure decorava le sue superfici. Ogni categorizzazione dell'opera di Ponti in termini di stili e movimenti appare fuori luogo: egli dava ben poco spazio ai dogmi, ai divieti in nome dello "stile".

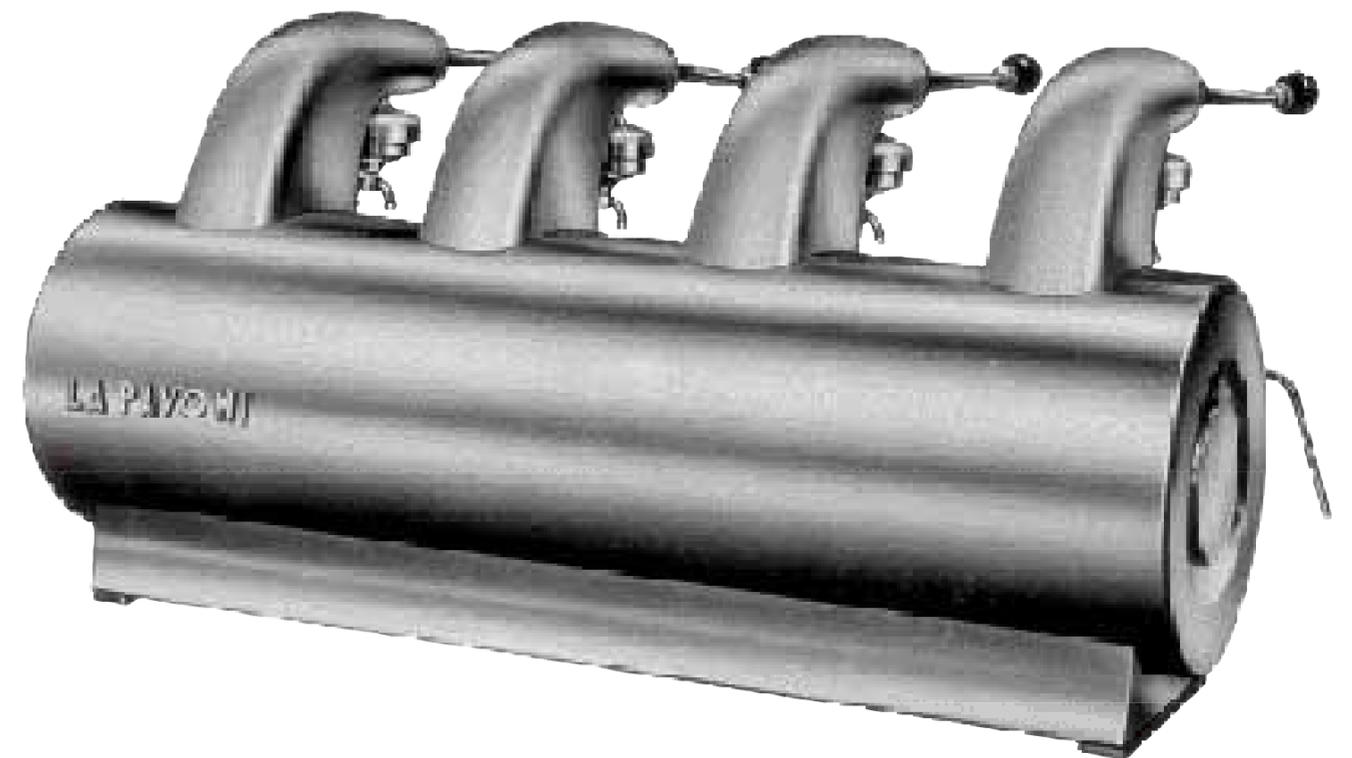
decades, in constant search for an independent path through the political unrest characterising the first half of his career and the academic uncooperative behaviour and minor revolutions of the second half.

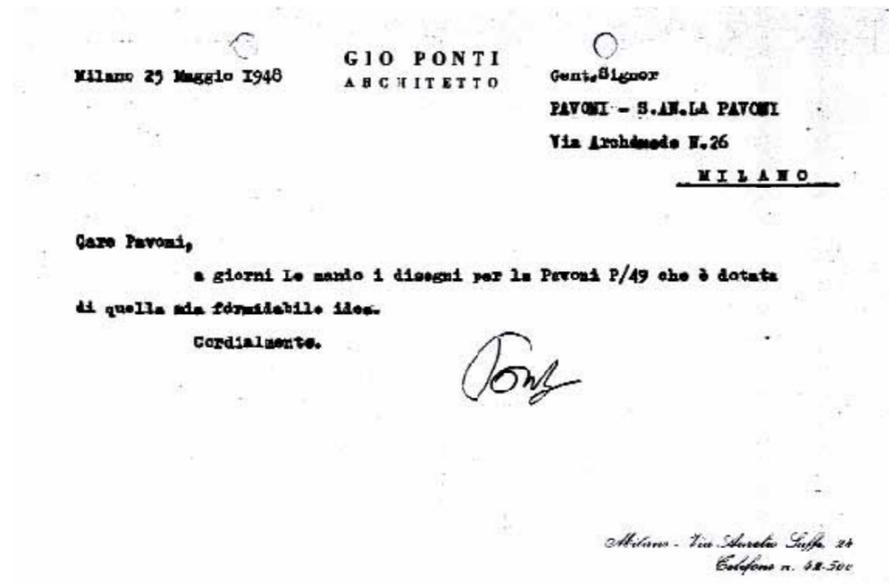
Ponti designed buildings, indoor premises, interiors, furniture, machines, lamps, fabrics, pottery, glassware and articles for the table, he organised exhibitions and plays; he founded and managed magazines; he promoted the major Triennial Exhibitions in the '30s, he wrote articles and books; he taught, travelled and built in many countries. The peculiarity of Giò Ponti can be possibly perceived in his ability to combine the most varied paradoxes while preserving his consistency. He loved classicism, yet he was constantly projected into the future, so much so that he was to state one day: "the past does not exists ... in culture everything happens at the same time ... only the present exists. In the present we represent the past and we sense the future". He promoted internationality but he remained firmly Italian. He is remembered as one of the most authoritative promoters of twentieth century industrial design, yet he admired artisan's workmanship; he was a champion of modernity, yet he decorated his surfaces. Any categorisation of Ponti's work in terms of styles and movements appears to be out of place: he allowed very little space for dogmas or any prohibitions in the name of a "style".

Modello D.P. 47, "La Cornuta", 1949
D.P. 47 model, "La Cornuta", 1949



Modello 47 "La Cornuta", 1948
Model 47, "La Cornuta", 1948





Sosterrà infatti: “gli stili corrompono le idee, perché si corrompono col tempo”.

Avviciniamoci ora agli aspetti dell'opera di quest'artista che toccano più da vicino la collaborazione con La Pavoni.

La missione di Ponti negli anni della maturità sarà la ricostruzione della sua Italia, uscita distrutta fisicamente e moralmente dalla guerra, e la creazione di un linguaggio per l'Industria.

Nascerà proprio da queste ricerche l'“Italian design”, fenomeno relativamente recente. E' infatti possibile datarne l'inizio tra il 1947 e il 1948 - anni che coincisero con l'inizio della collaborazione con La Pavoni - quando la Triennale di Milano riapre con il tema: “Ricostruzione come problema sociale”.

Un nuovo concetto di arredo, nuovi elettrodomestici, un nuovo tipo di oggetti sono necessari, anche psicologicamente, a cancellare il passato.

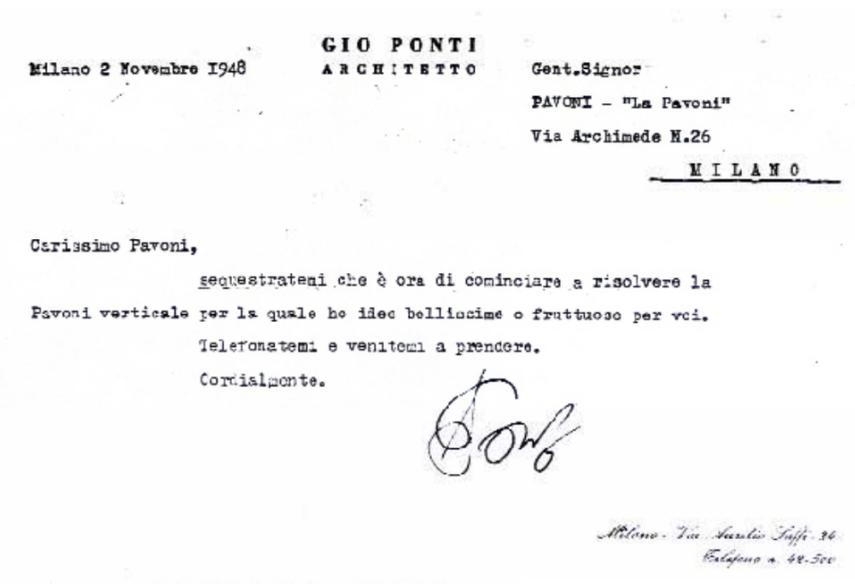
Il desiderio di rinnovamento accomuna le classi sociali: tutto è da dimenticare, quindi tutto è da ridisegnare. Il design italiano nasce qui: dall'urgenza degli eventi che incontra un'incredibile creatività progettuale e una capacità imprenditoriale unica al mondo.

Il connubio di progettista e produttore è una delle chiavi del design italiano, chiave destinata a durare e ripetersi in molti altri sodalizi.

Indeed, he was to state that: “styles corrupt ideas, because they become corrupted over time”.

Let us now consider the aspects of this artist's work which concern more closely the cooperation with La Pavoni. Ponti's mission during the years of his maturity was the reconstruction of Italy, which had been physically and morally destroyed by the war, and the creation of a language for industry. These researches led to “Italian design”, a relatively recent phenomenon. It is indeed possible to trace back its origins to 1947/1948, years coinciding with the beginning to the cooperation with La Pavoni – when the Triennial Exhibition in Milan reopened with the topic: “Reconstruction Viewed as a Social Problem”.

The new idea of interior decoration, of new electrical appliances, of a new kind of articles was necessary, also from a psychological point of view, in order to wipe away the memories of the past. A desire for renewal was shared by all social classes: everything had to be forgotten, hence everything had to be redesigned. Italian design was born here: from the urgency of events combined with an incredible designing creativity and a unique entrepreneurial skill. The designer-manufacturer union was one of the crucial elements of Italian design, an element which was to last and repeat itself in many other associations.



Le proposte progettuali, anche le più avanguardistiche, vengono immediatamente trasformate in realtà dal coraggio dei produttori.

Instaurato il rapporto con un produttore, Ponti procede, inventando, discutendo, offrendo idee.

Sarà questo il rapporto instaurato con La Pavoni sin dagli inizi. Il rapporto tra La Pavoni e Giò Ponti sarà talmente stretto e importante da diventare una vera e propria direzione artistica.

Il rapporto tra La Pavoni e Ponti, come tutti i rapporti importanti e duraturi, è talvolta di “amore-odio”; una relazione complessa ben testimoniata dalla corrispondenza tra il designer e Antonio Pavoni.

Una sorta di rapporto artista-committente, in cui vige la massima stima e rispetto da ambo le parti, così come sussistono esigenze diverse che sono spesso alla base degli scontri.

Il modello D.P 47, soprannominata “la Cornuta”, cromata, lucidissima, è, con il suo essenziale cilindro sormontato dalle forme organiche dei bracci ricurvi, un inno al progresso. Uno degli ultimi modelli che non verrà nascosto in nicchia ma sarà ancora in bella vista.

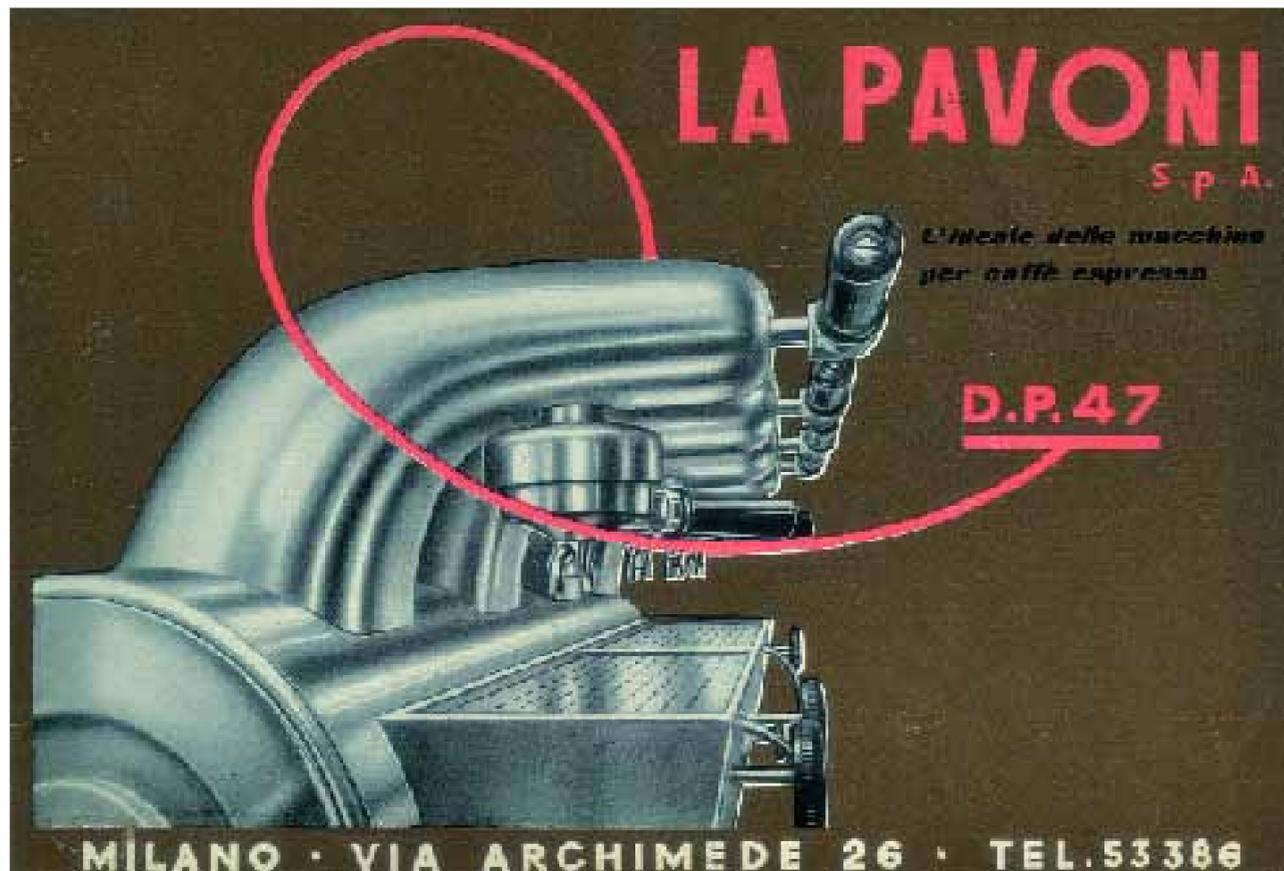
A due, tre o quattro gruppi rimarrà per sempre nell'immaginario collettivo: monumento al design industriale.

The design proposals including the most avant-gardist, were immediately transformed into reality thanks to manufacturers' braveness. Once he had established a relationship with a manufacturer, Ponti proceeded by inventing, discussing and offering ideas.

This was the sort of relationship he established with La Pavoni ever since the beginning.

The relationship between La Pavoni and Giò Ponti was to become so close and important that it turned into a real artistic partnership. The relationship between La Pavoni and Ponti, as all other important and lasting relations, occasionally displayed “love-hate” connotations; it was a complex relationship, traces of which can be found in the correspondence exchanged between the designer and Antonio Pavoni. This was some kind of artist-principal relation, where the highest regard and respect dominated on both sides, while different requirements could exist that would often lead to clashes. The D.P 47 model, nicknamed “la Cornuta”, chromium-plated and glossy, with its terse cylinder and the curved arms rising above it with their harmonic shape, was in itself a celebration of advancement.

This was one of the last models that would not be hidden in a recess behind the bar but still exhibited in full sight. Whether with two, three or four units, this was to always remain in collective imagination a tribute to industrial design.



Questa relazione con La Pavoni, così come molte altre che legheranno Giò Ponti ad altri nomi e prodotti, è soprattutto sintomatica di una distinzione meno rigida tra arte e design. Ponti apprezzava le capacità dell'artista/artigiano, da un lato, e il contributo da lui dato al progetto per la serie, dall'altro. Ponti affermava che imparare dall'uno portava al successo nell'altro.

Quando gli chiedevano se un suo mobile era "di serie", rispondeva "lo sarà, quando il pubblico lo adotterà".

Arte e serie diventano momenti diversi nella storia dell'opera dell'artista: l'oggetto di serie nasce come oggetto d'arte, ne ha la stessa dignità.

La funzione o il materiale non sono parametri di definizione di un lavoro artistico.

Per Ponti non esiste differenza di valore tra i materiali: argento o carta indifferentemente possono rappresentare terreno di indagine. E' solo il lavoro di progetto, il tempo e l'immaginazione spesi dal progettista sulla materia che la nobilitano, rendendola preziosa. Ponti afferma a tale proposito: "Non il cemento, non il legno, non la pietra, non il ferro, non l'acciaio, non l'alluminio, non la ceramica, non il vetro, sono le materie prime più durevoli: ma l'arte, nel costruire, è la materia prima più durevole; è sempre la materia prima". Per Ponti è solo la qualità del progetto che conta.

This relationship with La Pavoni, as many others which bonded Giò Ponti to other names and products, above all suggested a distinction between art and design which was not too strict. Ponti appreciated artists' and artisans' skills, on one side, and the contribution provided to projects meant for large-scale production on the other. Ponti used to say that learning from the former would lead to the success of the latter. When somebody asked him if a piece of furniture designed by him was a "current production model", he replied "it will be, once the public adopts it". Art and current production models were to become different stages in the history of the artist's output: current production models were born as a work of art and had the same dignity.

Their function or materials were not parameters whereby the artistic work could be defined. For Ponti there were no differences in value among different materials: both silver or paper could be indifferently explored. It is only the work done on a project, the time and imagination devoted by the designer to the material that grant it value and make it precious.

In this regards, Ponti said: "The most durable raw materials are not cement, wood, stone, iron, steel, aluminium, pottery or glass: but art in manufacturing is the most durable raw material; it is always the base raw material". For Ponti only the project quality counted.

Modello 47 "La Cornuta"
Model 47 "La Cornuta"



Osserviamo più da vicino il modello D.P 47. Già il nome preannuncia una nuova era in casa Pavoni: 47 è l'anno della presentazione del prototipo della macchina, da questo momento per parecchi anni sarà consuetudine battezzare le nuove macchine con l'anno di nascita. Aspetto interessante che ci permetterà di cogliere la accelerazione nella produzione a partire dagli anni '50. Il modello D.P 47 è, innanzitutto, la prima macchina per caffè orizzontale: fatto più che rilevante dal punto di vista tecnologico e del design industriale. Ogni tecnologia che sia realmente rivoluzionaria ha effetti chiaramente percepibili dal punto di vista concreto. Gli italiani si abitueranno da questo momento in poi a bere un nuovo tipo di caffè. Il nuovo sistema operante nella macchina a sviluppo orizzontale prevede il prelievo dalla caldaia in pressione di sola acqua, fatta filtrare attraverso il caffè tramite un pistone spinto da una molla ad una pressione di 10 atmosfere. Il caffè non avrà più sapore di bruciato. La collaborazione con Giò Ponti, Antonio Fornaroli ed Alberto Rosselli porta alla produzione di un modello esteticamente all'avanguardia per l'epoca. La cui peculiarità risiede nell'evidenza dei gruppi erogatori, che si stagliano dal corpo cilindrico del serbatoio e che le fanno guadagnare l'appellativo di "La Cornuta". Sfogliamo il catalogo:

coerentemente a quanto prodotto sin'ora, La Pavoni presenta il suo ultimo modello nelle versioni Normale, Gigante, Mignon, Lilliput. Let us take a closer look at model D.P 47. The name itself announced the beginning of a new era for the Pavoni enterprise: 47 was the year in which the prototype of the machine was presented; as from this time and for several years to come, it became customary to name machines with their year of birth. This is an interesting aspect, which will enable us to clearly perceive the quickening experienced by production as from the '50s. Model D.P 47 was first of all the first horizontal coffee machine: this was a remarkably important factor both from a technological and an industrial design point of view. Each technology that is truly revolutionary has clearly perceivable effects from a tangible point of view. As from this time, Italians were to get used to drinking a new type of coffee. The new system regulating operation of the horizontal machines provided for drawing from the boiler under pressure of water only, which was filtered through the coffee by means of a piston pushed by a spring at a 10 atm. pressure. Coffee would no longer have a burnt taste. The cooperation with Giò Ponti, Antonio Fornaroli and Alberto Rosselli led to the production of a model that was aesthetically in the forefront for those days. Its peculiarity lay in the prominence of the delivery units which stood out from the body of the cylindrical tank and which earned it the nickname "la Cornuta" ("horned"). Let us look at the catalogue: in line with the articles produced so far, La Pavoni presented its last model in the Normale, Gigante, Mignon and Lilliput versions.

Il modello Normale presenta tre gruppi erogatori, fornendo la possibilità di preparare fino a sei tazzine. La base di questo cilindro orizzontale è di 85x32cm. L'altezza è di 49 cm e l'ingombro totale è di 94x50 cm. La macchina è fornita in dotazione di filtri, coppa porta caffè, cucchiaino dosatore, chiavi. Il modello Mignon è prodotto nella versione a due e tre gruppi erogatori. La prima si sviluppa su una base di 59x25 cm, ha un'altezza di 52 cm ed un ingombro totale di 68x50 cm. Permette di preparare quattro tazzine di caffè. Il modello a tre gruppi ha una base di 76x32 cm, un'altezza di 49 cm, un ingombro totale di 84x50 cm e permette di preparare fino a sei caffè. La versione Lilliput si differenzia di poco rispetto alla Mignon due gruppi: base 54x28 cm, altezza 48 cm, ingombro totale 62x48 cm. Arriviamo quindi alla versione Gigante con una base di 100x32 cm, un'altezza di 49 cm ed un ingombro totale di 107x50 cm. La macchina è dotata di ben quattro gruppi erogatori e prepara fino ad otto tazzine di caffè.

Il modello D.P 47 riscuoterà un grande successo, scelta a Zurigo per la mostra "la forme parfaite" (la forma perfetta) nel suo anno di uscita sul mercato, farà bella mostra di sé non solo sui banconi dei bar ma anche in numerosissime fiere.

L'acciaio cromato la rende lucidissima, futuribile, le dimensioni più ridotte rispetto alle precedenti macchine verticali ne fanno una The Normale model displayed three delivery units, which made it possible to prepare up to 6 cups of coffee. The size of the base of this horizontal cylinder was 85 x 32 cm. The height was 49 cm and the total volume was 94 x 50 cm. The machine was equipped with filters, coffee-bowl, dosing spoon and keys. The Mignon model was produced in the two- and three-delivery-unit versions.

The former had a 59 x 25 cm base, a 52 cm height and 68 x 50 cm total volume. It made it possible to prepare four cups of coffee at a time. The three-delivery-unit model had a 76 x 32 cm base, a 49 cm height and an 84 x 50 cm total volume, and it made it possible to prepare six cups coffee at a time. The Lilliput version was only slightly different from the two-delivery-unit Mignon version: it had a 54 x 28 cm base, a 48 cm height and a 62 x 48 cm total volume. As regards the Gigante version, this had a 100 x 32 cm base, a 49 cm height and a 107 x 50 cm total volume. The machine was provided with as many as four delivery units and made it possible to prepare up to eight cups of coffee at a time. The D.P 47 model was to meet with great success. It was selected in Zurich for the "la forme parfaite" (the perfect shape) exhibition in the year in which it was launched on the market, and it was to make a fine show not only in coffee bars, but also in many trade fairs.

The chromium-plated steel made it extremely glossy, suitable for future production; its smaller size, compared to previous vertical machines,

presenza meno imponente ma decisamente più accattivante. I gruppi erogatori comunicano potenza.

La forma è armonica, sfuggente, quasi aerodinamica. Il primo istinto è di accarezzarla, di seguirne le linee morbide.

Soprattutto, “La Cornuta” è nuova. E’ davvero nuova in tutto e per tutto. Esteticamente nuova nelle linee, nell’utilizzo dello spazio; tecnologicamente nuova nel suo sviluppo orizzontale; nuova la bevanda più cremosa che produce; nuovo l’ambito in cui si inserisce, ovvero il disegno industriale. Capace quindi di entrare nella storia, a testa alta, su ben due fronti: quello commerciale-industriale legato al suo essere oggetto di consumo; quello artistico, nel suo essere pezzo di design.

Per la seconda volta La Pavoni entra nella storia, per la seconda volta intuisce il genio di un uomo e lo traduce in qualcosa di commercialmente concreto. La Pavoni vende la genialità: nel 1905 quella di Luigi Bezzera- messa a punto dalla lungimiranza di Desiderio Pavoni; nel 1948 quella di un grande artista, Giò Ponti, che fa dell’ecletticità il suo stile, che traduce, in un momento storico che anela alla novità e alla rinascita, in modo più esplicito, una tendenza che avevamo già osservato proprio nella produzione Pavoni: la ricerca di legittimazione estetica del prodotto industriale.

made its presence less imposing but definitely more charming. The delivery units conveyed power.

The shape was harmonic, receding, almost streamlined. The first impulse you got was to touch it and lightly follow its soft lines. Above all, “la Cornuta” was new. It was really new through and through. Its outline made it new from an aesthetic point of view, and it was also new in its use of space; it was technologically new owing to its horizontal structure; and the creamier drink it produced was new as well; new was also the context in which it introduced itself, that is industrial design.

It was therefore capable of proudly becoming story on two fronts: on the commercial and industrial front, because of the role it played as a consumable; on the artistic front as a piece of design. For the second time La Pavoni made history; for the second time it sensed the genius of a man and translated it into a commercially tangible product. La Pavoni sold geniality: in 1905 it was Luigi Bezzera’s genius – defined by Desiderio Pavoni’s far-sightedness; in 1948 it was that of a great artist, Giò Ponti, who adopted eclecticism as his own style and who, in a historical period that longed for new things and for rebirth, translated in a more explicit way a trend we had already seen in the Pavoni production: a search for an aesthetic seal of approval on the industrial product.

1950-1960: entusiasmo e design

1950-1960: Enthusiasm and Design

Arriviamo ai gloriosi anni ’50. Come abbiamo già avuto modo di sottolineare, l’Italia del dopoguerra è un paese dall’economia prostrata, la cui società è sostanzialmente la medesima di inizio secolo: agricola, arretrata, provinciale. Quarant’anni più tardi, lo stesso paese è uno dei sette più industrializzati del mondo, saldamente integrato nel sistema occidentale di mercato, il tenore dei cittadini è tra i più elevati del mondo. Il volto dell’Italia è dunque decisamente cambiato da allora, e per certi versi addirittura irriconoscibile, trasformato da un processo di accumulazione, di urbanizzazione e secolarizzazione tanto rapido e profondo da avere pochi altri riscontri nella storia europea del dopoguerra. Già nel 1968 le rivolte studentesche potranno essere lette come un fenomeno di rifiuto della società dei consumi. Che differenza rispetto a soli vent’anni prima, quando da consumare c’era ben poco e per moltissime famiglie era difficile mettere insieme il pranzo con la cena! Cosa aveva reso possibile una tale trasformazione della società italiana? I fattori di cambiamento furono molteplici e distribuiti nel tempo, ma il fulcro di tutto va cercato in un periodo relativamente limitato, che va approssimativamente dalla metà degli anni ’50 al 1963. Anni del cosiddetto “miracolo economico”. In effetti, abbiamo a che fare con mutamenti socio economici del tutto fuori dall’ordinario, ma certo non inspiegabili. Dal 1947 prevarrà una politica economica di stampo neo-liberista.

And now we come to the glorious ’50s. As we have already mentioned, in the post-war period Italy was a country with a shattered economy, whose society is basically the same as at the beginning of the century: an underdeveloped, provincial and agricultural society. Forty years later, the same country was one of the seven most industrialised countries in the world, firmly integrated in the western market system, and the standard of living of its citizens was among the highest in the world. Italy had therefore significantly changed since then and in certain ways it was almost unrecognizable, having been transformed by such a fast and deep accumulation, urbanisation and secularisation process that very few other countries could match it in the post-war European history. Ever since 1968, the student revolts could be interpreted as a rejection phenomenon protesting against consumer society. What a change since only twenty years earlier, when there was hardly anything to be consumed and many many families had difficulties making ends meet! What was it that had made such a deep change possible in the Italian society? There were many change factors, which were also spread across time, but the heart of the matter can be found in a relatively limited time span, running from the mid ’50s to 1963; the years of the so-called “economic miracle”. Indeed, we are dealing here with social and economic changes that were absolutely extraordinary but certainly explainable. As from 1947, the economic policy was ruled by an approach marked by

Reparto saldatura caldaie, 1948
Boiler Welding Department, 1948



Grazie a questa linea politica verranno gettate le basi per il passaggio dell'Italia da un'economia chiusa ad un'economia sempre più integrata agli scambi commerciali e finanziari internazionali. Altro fattore non trascurabile fu l'afflusso dei macchinari e del know-how americani che, grazie al piano Marshall, aprì nuovi orizzonti a molte imprese italiane e le spinse a rinnovarsi. Ma è il combinarsi di più variabili che determina un dato processo storico, ed è anzi difficile stabilire quale sia il coefficiente di importanza di ciascuna: agli inizi degli anni '50, un elemento senza il quale il "miracolo" non sarebbe avvenuto, fu il basso costo del lavoro che si riscontra in Italia, dovuto agli alti livelli di disoccupazione. La combinazione data dal basso costo del lavoro e dall'apertura ai mercati esteri è presumibilmente la scintilla che dà il via al boom economico. In realtà, tra il 1951 e il 1958, la crescita della produzione fu stimolata dalla domanda interna e gli investimenti indirizzati a settori poco dinamici quali lavori pubblici, edilizia, agricoltura. E' tra il 1958 e il 1963 che il tasso di crescita del prodotto interno lordo raggiunge il livello record del 6,3% annuo. Questo risultato straordinario fu trainato dalla domanda dei mercati esteri e diede vita al "dualismo" della struttura produttiva. Infatti, nonostante l'Italia presentasse un vantaggio competitivo nei costi di produzione, la domanda estera dei paesi ricchi e industrializzati premeva per prodotti nuovi ad alto tasso di capitale

neo-libertarianism. Thanks to this policy, the foundations were laid for Italy's transition from a closed economy to an economy increasingly integrated by international transactions of a commercial and financial nature. Another not negligible factor was the inflow of machinery and know-how from the United States which, thanks to the Marshall plan, opened up new horizons for many Italian enterprises and caused them to undergo radical changes. But it is the combination of a number of variables that determines a historical process and, in fact, it was difficult to establish which was the importance ratio for each of these: in the early '50s, an element without which the "miracle" could not have taken place was the low cost of labour in Italy, due to the high unemployment level. The combination of low labour costs and the opening of foreign markets is what presumably triggered the economic boom. In fact, between 1951 and 1958, the growth in production was stimulated by the domestic demand and investments were directed on sectors which were not too dynamic, such as public works, building and agriculture. It was between 1958 and 1963 that the Gross Domestic Product growth rate reached a record level with 6.3%/year. This extraordinary result was driven by foreign market demand and gave birth to the "dualism" of the production structure. Indeed, although Italy displayed a competitive advantage in production costs, the foreign demand from wealthy and industrialised countries

Reparto caldereria, 1948
Boiler Department, 1948



e di tecnologia. L'assoluta necessità di soddisfare questa domanda implicò lo sviluppo dei settori interessati (chimica, meccanica, metallurgia) che si rivelarono sempre più dinamici. Nasce così la sfasatura tra una struttura industriale modellata sulle esigenze della domanda estera e una domanda interna che giustificherebbe solo la produzione dei beni più necessari (alimentari, tessili):

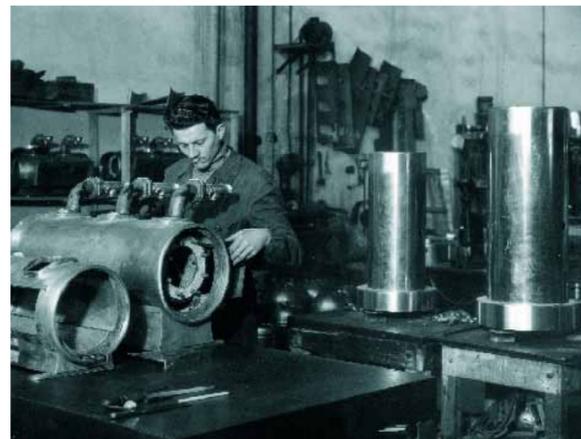
il primo settore si rivela sempre più dinamico, quello rivolto al mercato interno sempre più statico. In questo periodo l'aumento di produttività nei settori tessile e alimentare è del 4,5% in quello chimico, automobilistico, siderurgico varia tra 8,5% e 11%.

Tra il 1953 e il 1962 il margine di profitto nel settore tessile-alimentare aumenta dello 0-10%, nel settore dinamico del 28-55%. Come si vede, l'esistenza di due differenti velocità mostra come il boom economico porti con sé significative contraddizioni.

La velocità del settore dinamico risulterà sorprendente: nel 1947 la Candy produceva una lavatrice al giorno, nel 1967 una ogni quindici secondi. Nel 1951 furono prodotti 18500 frigoriferi, nel 1957 la cifra era di 370.000 e nel 1967 di ben 3.200.000.

L'Italia era diventata il primo produttore europeo di elettrodomestici. La produzione automobilistica costituiva inoltre un grosso fattore propulsivo per l'intera economia e l'industria si sviluppava anche fuori dalle grandi città. Tutti i settori produttivi citati si giovano dunque di yearned for new products displaying a high capital and technology rate. The absolute need to meet this demand led to the development of the fields in question (chemistry, mechanics, metallurgy) which proved increasingly dynamic. Hence a gap developed between the industrial structure moulded in line with the requirements of foreign demand and the domestic demand which only justified the production of the most necessary goods (food products and textiles): the first field proved increasingly dynamic, whereas the sector handling the domestic market appeared increasingly static. In this period the productivity increase in the textile and food sectors was 4.5%, whereas in the chemical, car and iron and steel sector it ranged between 8.5% and 11%. Between 1953 and 1962 the income rate for the textile-food sector increased by 0-10%, in the dynamic sector it increased by 28-55%. As we can see, the existence of two different growth speeds indicates that the economic boom involved significant contradictions. The speed of the dynamic sector was to prove amazing: in 1947, the company Candy produced one washing machine per day, in 1967 it produced one every 15 seconds. In 1951, 18,500 refrigerators were produced, whereas in 1957 the figure had increased to 370,000 and in 1967 it was as high as 3,200,000. Italy had become the leading European producer of electrical appliances. Furthermore, car production represented a great driving factor for the whole economy and industries also developed outside large towns. Therefore, all the mentioned production sectors

Reparto assemblaggio macchine orizzontali e verticali, 1948
Horizontal and vertical machine Assembly Department, 1948



un circolo vizioso in cui l'aumento della produttività produce un aumento dei profitti.

Combinato al basso assorbimento di manodopera, tutto questo consente alle aziende di autofinanziarsi più facilmente e dunque sviluppare il fattore capitale (cioè la tecnologia) rispetto al fattore lavoro. Ulteriore risultato è la stabilità dei prezzi che rappresenta la condizione più favorevole al contenimento dei salari, all'investimento produttivo e alla crescita dei consumi. E' facile constatare come ciascuno di questi elementi rafforzi l'altro, eppure non erano tutte rose e fiori. Uno degli aspetti più caratteristici del "miracolo economico" fu il suo sviluppo spontaneo e incontrollato. La politica non fu in grado di indirizzarlo e di correggerne i maggiori squilibri.

La cosiddetta "distorsione dei consumi" è un esempio clamoroso di scompenso strutturale dovuto a questo mancato controllo.

La distorsione dei consumi fu il prodotto di una crescita orientata all'esportazione che comportò un' enfasi eccessiva sui beni di consumo privati (spesso di lusso) a scapito di un adeguato sviluppo di consumi pubblici quali case, trasporti, scuole, ospedali.

Tale distorsione venne riscontrata anche a livello di consumi individuali, favorita dalla già citata doppia velocità: minor dinamicità del settore tradizionale implicava infatti che i beni primari risultassero proporzionalmente più costosi rispetto a quelli secondari o di lusso.

benefited from a vicious circle whereby the productivity increase led to an income increase. This factor, combined with the low manpower absorption, allowed companies to finance themselves more easily and therefore develop their capital factor (that is technology) versus the labour factor. A further result was the stability of prices, which represented the most favourable condition for wage containment, productive investment and growth in consumptions. It is easy to acknowledge how each of these elements strengthened the others; still it was not roses all the way. One of the most typical aspects of the "economic miracle" was its spontaneous and uncontrolled development. Politics was unable to address it and correct its major unbalances. The so-called "distortion of consumptions" was a resounding example of structural unbalance due to this lack of control. The distortion of consumptions was the result of a growth aimed at exportation, which involved and exaggerated emphasis on private consumables (often luxury products) to the detriment of an adequate development in public facilities, such as houses, transport services, schools and hospitals. This distortion was also found at individual consumption levels, aided by the double speed mentioned earlier: the smaller dynamicity in the traditional sector involved indeed that primary consumer goods proved proportionally more expensive compared to secondary or luxury goods.

Reparto lattonieri, 1948
Tinsmith Department, 1948



L'emulazione delle società più ricche, l'assimilazione troppo rapida della struttura dei consumi delle classi borghesi e cittadine da parte di una società ancora provinciale e contadina completavano un quadro paradossale (negli appartamenti comparivano i primi televisori ma mancavano i servizi igienici!). Due fenomeni però sopra tutti gli altri segnarono in modo drammatico il periodo del boom economico: l'urbanizzazione e l'immigrazione. L'esodo dalle campagne segna un aspetto drammatico dal passaggio da un'economia agricola ad una industriale. I sobborghi delle grandi città, i quartieri dormitorio, diventarono presto terreno di coltura per la microcriminalità urbana. Abbiamo visto alcuni costi del miracolo economico. Sull'altro piatto della bilancia sta uno straordinario aumento del reddito pro-capite, la cui rapidità è il principale motivo per cui il termine "miracolo" è tutto sommato giustificato.

Dal 1952 al 1970 il reddito medio degli italiani crebbe più del 130%. In paesi come Francia e Inghilterra l'aumento nel medesimo periodo fu del 36% e del 32%. Parallelamente crebbe anche la capacità di spesa e dunque il tenore di vita.

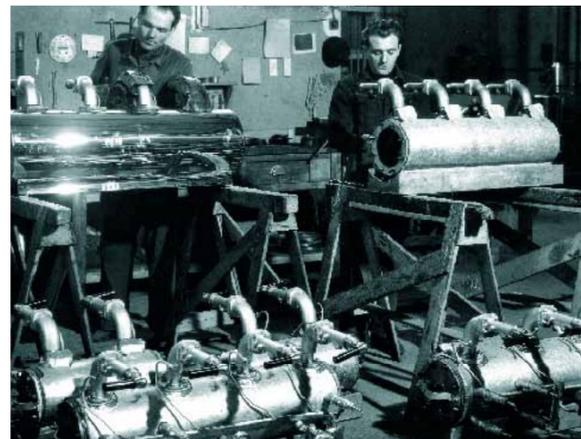
Nel 1958 i possessori di un televisore erano il 12%, nel 1965 erano quattro volte tanto. Nel 1938 solo 13 persone su 100 possedevano un frigorifero e 3 su 100 una lavatrice, nel 1965 le percentuali erano del 55 e del 23.

Emulation of wealthier companies and the too fast assimilation of the middle-class consumer structure by a society that was still provincial and rural completed a paradoxical picture (for instance there could be a TV set in a flat but there would be no bathroom!)

However, two phenomena above all dramatically marked the economic boom period: urbanisation and immigration. The exodus from the country represented a dramatic aspect of the switch from an agricultural economy to an industrial one. The suburbs of large towns, the sleeping quarters, soon became a culture medium for town microcriminality. We have seen some of the costs of the economic miracle. The other side of the coin displayed an extraordinary increase in per capita income, whose speed was the main reason for the term "miracle" all in all being justified. From 1952 to 1970 the average income of Italians grew by over 130%.

In countries such as France and England the increase over the same period was 36% and 32%. At the same time the spending capacity also grew, along with the standard of living. In 1958, 12% of the people owned a television set, whereas in 1965 this number was 4 times as large. In 1938, only 13 people out of a 100 owned a refrigerator and 3 out of 100 had a washing machine; in 1965, these percentages had grown to 55 and 23 respectively.

Reparto assemblaggio carrozzeria "La Cornuta", 1948
"La Cornuta" framework Assembly Department, 1948



In molti settori attorno al 1962 veniva raggiunta la piena occupazione e l'aumento conseguente dei salari imponeva alle aziende il ricorso al credito esterno anziché all'autofinanziamento. L'aumento degli investimenti negli anni precedenti sommato a quello della propensione al consumo diede origine ad un'inflazione per eccesso di domanda, alla quale la Banca d'Italia rispose con una stretta creditizia. Nell'ottobre 1963 l'espansione economica toccava il culmine per entrare in una fase di depressione. Era la fine della favola.

Il '68, celebrato o criticato che sia, viene giustamente considerato come un momento storico fondamentale della storia repubblicana, ma è forse dieci anni prima, con l'inizio del miracolo economico, che va individuata l'origine della vera rivoluzione che ha stravolto la società di un intero paese. Se il '68 fu un momento di contestazione dello sviluppo, al tempo stesso ne fu un prodotto e ne espresse la crisi.

Fu un momento di rottura con le istituzioni tradizionali ma tale rottura sarebbe stata impensabile senza il terremoto sotterraneo che la secolarizzazione di massa aveva già prodotto dietro la facciata del conformismo imperante. Questione sottile è poi determinare quanto le trasformazioni culturali siano state il prodotto di quelle economiche o viceversa. Quello che è certo è che l'Italia della metà degli anni '60, uscita quasi irriconoscibile da tutte queste trasformazioni, è per molti aspetti ancora parente stretta dell'Italia di oggi.

Around 1962, in many sectors, full employment had been reached and the consequent increase in salaries forced companies to resort to outside credit rather than autofinancing. The increase in investments over the previous years, combined with the tendency to consumption gave rise to inflation owing to excess demand, which the Bank of Italy reacted to with a credit squeeze. In October 1963, the economic expansion had reached its peak and entered a stage of depression. It was the end of the fairy tale. The 1968 events, whether celebrated or criticised, are rightly regarded as a crucial historical time for our republican age; however, the origins of the revolution which was to affect the society of our whole country, can probably be traced back to ten years earlier, with the beginning of the economic miracle.

Whereas the 1968 events marked a time of protest against development, at the same time they were the result of it and expressed its crisis. This was a time of break with traditional institutions; however this break would have been unconceivable without the underground earthquake that mass secularisation had already produced behind the façade of dominating conventionality. It is also a subtle task to determine how much cultural transformation was the product of economic transformation and not the other way round. Something we are sure about is that Italy as it was in the mid '60s, hardly recognisable after all these transformations, was in many ways closely related to Italy as it is today.

Reparto assemblaggio "La Cornuta", 1948
"La Cornuta" Assembly Department, 1948



Abbiamo visto che la fine degli anni '40 segna una tappa fondamentale nella storia de La Pavoni: il modello D.P 47 con la sua immediata fortuna inaugura il fortunato decennio degli anni '50. In questi anni assistiamo dal punto di vista tecnologico ad importanti innovazioni. L'avvento della macchina a leva. Queste macchine sfruttano la pressione ottenuta da una molla a spirale. Spingendo verso il basso la leva di erogazione, l'acqua della caldaia, mantenuta alla giusta temperatura da una resistenza o da un sistema a gas, entra nella camera del gruppo. Riportando la leva in posizione, un pistone comprime, tramite una molla, l'acqua presente nella camera, la spinge nel filtro e si ha così l'erogazione del caffè espresso. Anche alla Pavoni si respira l'entusiasmo che caratterizzerà tutta l'Italia del "miracolo economico", dopo il grande successo della prima macchina orizzontale la produzione continua a pieno ritmo.

I primi quarant'anni dell'azienda, all'insegna del consolidamento del nome Pavoni, sono caratterizzati da un ritmo di produzione tutto sommato non frenetico, per quanto costante in anni storicamente-economicamente critici. Gli anni '50 saranno invece caratterizzati da un diverso trend, modelli di grande successo si susseguiranno a gran velocità. Alle fiere internazionali la Pavoni vanta un "pezzo forte" - il celeberrimo modello D.P 47- eppure non dorme sugli allori.

We have seen how the late '40s were a milestone for the history of La Pavoni: model D.P 47, with its immediate success, marked the beginning of the lucky decade represented by the '50s. During these years, major innovations were taking place from a technological point of view. One of them was the introduction of lever-operated machines. These machines employed the pressure obtained from a spring. By pulling down the delivery lever, the water from the boiler, which was kept at the required temperature by a resistance or by a gas system, entered the unit chamber. By moving the lever backwards, a piston was caused to compress, by means of a spring, the water in the chamber, it pushed it into the filter and this resulted in the delivery of espresso coffee. La Pavoni also experienced the excited atmosphere characterising Italy during the "economic miracle"; after the great success of the first horizontal machine, full-scale production continued.

The first forty years of the company, which had been chiefly marked by the consolidation of the Pavoni name, had displayed a production rhythm which, all in all, had not been frantic, even though constant in years which had been critical from a historical and economic point of view.

The '50s, on the other hand, were to display a different trend, whereby very successful models followed one another at great speed.

At international fairs, Pavoni was able to boast a highlight – the very famous model D.P 47 – still, it did not rest on its laurels.



Fiera di Milano, 1930
The Milan Fair, 1930



Fiera di Vienna, 1936
The Vienna Fair, 1936



Fiera di Milano, 1939
The Milan Fair, 1939



Fiera di Milano, 1948
The Milan Fair, 1948



Fiera di Innsbruck, 1951
The Innsbruck Fair, 1951



Fiera di Milano, 1953
The Milan Fair, 1953



Fiera di Innsbruck, 1957
The Innsbruck Fair, 1957



Fiera di Frankfurt, 1957
The Frankfurt Fair, 1957



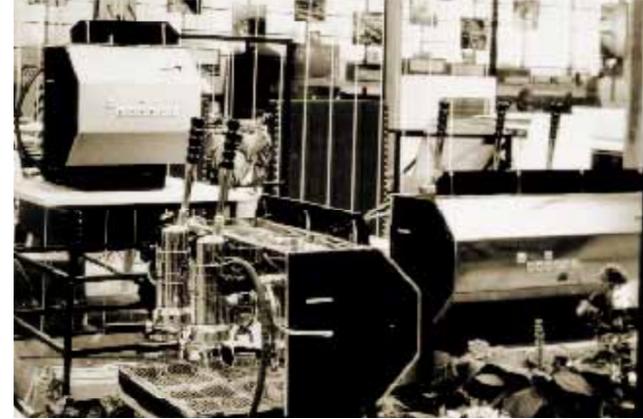
Fiera di Marsiglia 1963
The Marsiglia Fair, 1963



Fiera di Ginevra, 1963
The Ginevra Fair, 1963

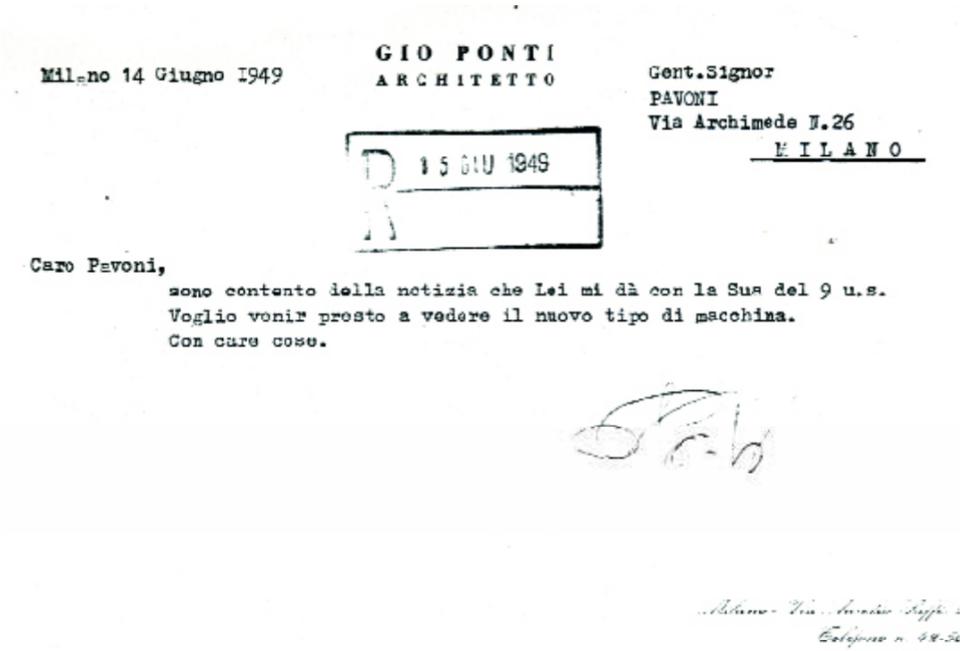


Fiera di Salonicco, 1964
The Salonicco Fair, 1964



Fiera di Milano, 1970
The Milan Fair, 1970





L'azienda è nelle condizioni ideali per sfruttare il positivo momento economico e intelligentemente spinge nuovi modelli su un mercato che, come abbiamo visto, non aspetta altro.

Siamo nel giugno 1949, l'entusiasmo per la "Cornuta" è ancora vivo e Antonio Pavoni già scrive a Ponti relativamente ad una nuova macchina: "Egregio Sig. Arch. Giò Ponti..., sono lieto di comunicarLe che è allo studio, per quanto riguarda la parte "tecnica", il nuovo tipo di macchina. Mi riprometto per tanto di aver presto l'onore di richiedere la sua valida collaborazione per l'estetica della stessa..."

Giò Ponti risponde in toni altrettanto entusiastici:

"Caro Pavoni, sono contento della notizia che Lei mi dà con la Sua del 9 u.s. Voglio venir presto a vedere il nuovo tipo di macchina..."

Il nuovo tipo di macchina in questione è il modello 51, come vedremo la collaborazione di Giò Ponti si rivelerà di nuovo determinante. Lo sviluppo orizzontale, visto il successo del modello D.P 47, sarà mantenuto anche nel nuovo modello.

Sempre viva l'attenzione all'aspetto estetico, Giò Ponti deve abbandonare le cromature della "Cornuta" e trovare soluzioni altrettanto attraenti e nuove. Il grande designer ha l'intuizione di proporre una macchina personalizzabile a seconda delle esigenze di ogni cliente.

The company was in the ideal conditions to exploit the positive economic trend and intelligently placed new models on the market which, as we have seen, could not have asked for anything better. This was June 1949; there was still a lot of excitement over la "Cornuta" and Antonio Pavoni was already writing to Ponti in connection with a new machine:

"Dear Mr. Arch. Giò Ponti..., I am glad to inform you that the new machine is currently being worked on from a "technical" point of view. I shall therefore soon have the privilege of asking for your valuable cooperation for its aesthetics ..."

Giò Ponti replied with equally enthusiastic words: "Dear Pavoni, I am very pleased with the piece of news contained in your letter of 9 June last. I would like to soon come and see the new machine ...". The new machine in question was model 51; as we shall see, Giò Ponti's cooperation proved again of crucial importance. In view of the success achieved by model D.P 47, the horizontal structure was also maintained for the new model. The care for the aesthetic appearance was still remarkable and Giò Ponti would be abandoning the chromium-plating adopted with la "Cornuta" and finding equally attractive and new solutions.

The great designer had the idea of suggesting a machine that could be customised according to the requirement of each individual user.

Tenendo sempre sotto mano la corrispondenza tra Giò Ponti e La Pavoni, a questo proposito leggiamo in una lettera del 25 novembre 1950: "Egr. Sig. Pavoni, dietro Vostro incarico ho studiato il nuovo modello Pavoni orizzontale sviluppando in esso quella mia invenzione della quale Vi parlai fin da un anno fa: la trasformabilità dell'aspetto con l'introduzione secondo desiderio del cliente del colore, dell'ornamento, delle decorazioni, della luce, della pubblicità. Per questa ragione e per andare in fondo alla invenzione che vi fornisco, Voi mi farete in metallo ambedue i modelli a e b con o senza portatazzine, eppoi farete questi frontali intercambiabili:

- 1) argento (tipo normale)
- 2) alluminio anodizzato oro pieghettato (tipo lusso)
- 3) alluminio anodizzato a diversi colori (tipo colore)
- 4) cristallo specchiato e dipinto
- 5) cristallo inciso
- 6) cristallo dipinto pubblicitario."

Again referring to the correspondence between Giò Ponti and La Pavoni, in this regard we are quoting from a letter dated 25 November, 1950: "Dear Mr. Pavoni, following your assignment, I have worked on the new horizontal Pavoni model and applied to it the invention I started mentioning to you a year ago: the possibility of changing the looks of the machine by introducing the colour, ornaments, decorations, light and advertising in line with the customer's desires. For this reason and to go into the invention I am supplying to you, I ask that you make both models a and b in metal, with or without cup-holder, and also that you make these interchangeable fronts:

- 1) silver (normal type)
- 2) anodised aluminium – pleated gold (luxury type)
- 3) anodised aluminium in different colours (colour type)
- 4) one-way mirror and painted crystal
- 5) engraved crystal
- 6) advertising painted crystal."

CIO PONTI
ARCHITETTO

Milano 25 Novembre 1950

27 NOV 1950

Caro Signore

TARDEI

LA FAVINI

Via Archimede 25

MILANO

Egr. Sig. Pavoni,

Glielvo Pagine ha studiato il nuovo modello fuso
orizzontale collegando in esso quella mia funzione che vuole il parli
fin da un anno fa, la trasformabilità dell'oggetto con l'introduzione degli
isole scandole nel colore (colori e no), dell'ornamentazione
decorativa, della lucida, della visibilità.

Per questa ragione e per venire a fronte della difficoltà
che vi fornisco, vi ho fornito in metallo nobilitato i modelli A e B con a sen-
za porte lucine, eppoi trovate questi frontali intercambiabili:

- 1) argenteo (tipo normale)
- 2) alluminato lucidato con riflettore (tipo lucido)
- 3) alluminato smaltato a diversi colori (tipo colore)
- 4) cristallo spazzolato e dipinto (Zigurat Milano Via Fog
gi 4)
- 5) cristallo lucido (Pavoni) alluminato o no.
- 6) cristallo dipinto polidimensionale.

La differenza dell'intero volto della quale avete trascritto
te le modigliare avrete farle della forma e del colore che indicherà.

Vi sarebbe largo gli spazi e poter apportare alla Telesele
con impugnatura per Vol. capacità di due scandole e di due nuove ma-
chine. Se il modello avrete presentato con la scandola di colore e
del colore che avete indica.

Per le prestazioni che vi fornisco vi costano di 250.000 delle
quali vi pergo il versare un importo di 100.000.

Con miei saluti.

P.S. Sto studiando anche la collocazione più buona, mi avrete avvicinato con
vi al riguardo sentite nuove soluzioni.

Da vi ho defugando

Milano, Via Archimede, 25
Telefono n. 12.500

Corrispondenza, 1950
Correspondence, 1950

Riconosciamo nell'idea di Giò Ponti la sua predilezione per il lavoro artigianale, ovvero il tentativo di produrre un oggetto di serie che fosse personalizzabile e vicino alle esigenze del singolo cliente tanto quanto solo il prodotto uscito dalle mani di un artigiano poteva essere.

Inoltre risulta chiara, sempre dall'analisi della preziosa corrispondenza, la grande attenzione prestata da Ponti nella scelta dei materiali: è il designer stesso che fornisce precise direttive sulle ditte da scegliere per alcuni materiali, sui materiali o i colori da evitare.

Giò Ponti, come abbiamo già avuto modo di sottolineare, è convinto della dignità artistica di ogni suo pezzo ed esorta la Pavoni ad iscriversi alla Triennale di Milano. Così leggiamo in una telegrafica lettera inviata alla Pavoni in data 5 dicembre 1950:

"Cari Pavoni, iscrivetevi alla Triennale(sezione industrial Design). Costa 1000 lire."

Nel 1951 questa nuova macchina personalizzabile esce sul mercato: arriva il modello '51. In un dépliant dello stesso anno vediamo la presentazione di tale modello affiancato all'ormai celebre modello D.P 47. Leggere la presentazione che la Pavoni fornisce delle due macchine rende ancora più palesi gli aspetti che stiamo sottolineando nell'ambito della cura estetica del prodotto. Di nuovo la Pavoni mostra di avere "quella marcia in più", in un periodo in cui la tecnologia è ormai appannaggio anche dell'agguerritissima concorrenza .

We can recognise in Giò Ponti's idea his predilection for artisan work and the attempt to produce an article belonging to a range but customisable at the same time and close to the requirements of the individual customer as only a handicraft product could be.

Furthermore from the analysis of the precious correspondence clearly transpires the great attention provided by Ponti to the choice of materials: it was the designer himself who provided strict directions on the firms to be chosen for the selection of certain materials, and on materials or colours to be avoided. As we have already mentioned, Giò Ponti, was convinced about the artistic dignity of every piece he produced and he encouraged the Pavoni company to take part in the Milan Triennial Exhibition. So we read in a very brief letter sent to Pavoni on 5 December, 1950: "Dear Pavoni, Join the Triennial Exhibition (Industrial Design section). It only costs 1000 lire."

In 1951, the new customisable machine was launched on the market: it was model '51. In a brochure dating back to the same year, this model was presented side by side with the now famous model D.P 47. By reading the presentation supplied by Pavoni for the two machines, we are even more openly aware of the aspects we are emphasising here as regards the aesthetic care provided to the product. Once again, Pavoni demonstrated it was a cut above, at a time in which technology was also a prerogative of very aggressive competitors.

Modello "La Gigante 51"
"La Gigante 51" model



Modello "La Gigante 47"
"La Gigante 47" model



La Pavoni 47 viene presentata in questi termini:

"La Pavoni 47 scelta a Zurigo nella mostra "la forme parfaite", è tuttora la macchina tipo di linea moderna, non superata da alcun modello nella espressione pura di "macchina" senza quelle contaminazioni ornamentali che sono rifiutate da un educato gusto moderno."

Accanto leggiamo la presentazione del modello '51:

"La Pavoni '51 a frontale intercambiabile è la nuova macchina di linea rigorosa che permette tuttavia per ogni bar, caffè, ristorante, nave, ecc, di intonare la macchina-come materia, colore ed espressione d'arte di semplicità e lusso al carattere dell'ambiente.

I frontali sono esclusivamente forniti da "La Pavoni" a garanzia, propria ed altrui, del gusto più moderno".

Come già anticipato, in questo decennio i modelli si susseguono a gran velocità e già nel 1953 abbiamo una nuova linea di macchine. Dal punto di vista tecnologico nessuna sostanziale novità: le macchine ora sono disponibili con il funzionamento con e senza vapore.

Le innovazioni sono prettamente estetiche: le linee dure del modello 51 vengono smorzate nel modello 53.

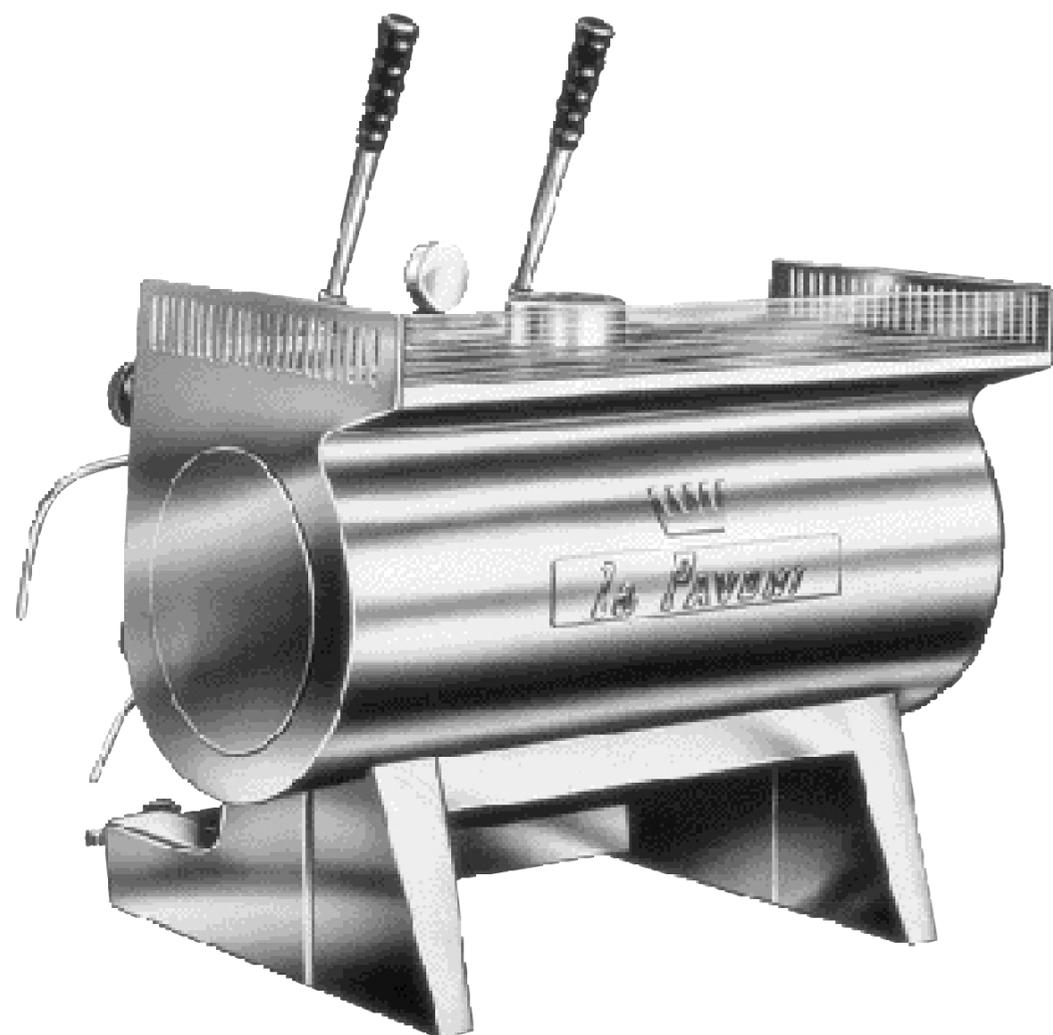
Le linee curve e morbide del modello 47 vengono riprese: il grande cilindro orizzontale viene fatto sormontare da un pratico scaldatavvino.

The Pavoni model 47 was presented as follows:

"Pavoni 47, which was selected in Zurich during the exhibition "la forme parfaite", continues to be the typical modern line type machine, which has not been exceeded by any other model in the pure expression of "machine" without those ornamental contaminations that are rejected by a refined modern taste."

Next to this we read the presentation of model '51: "La Pavoni '51 with interchangeable front is the new machine displaying a terse line, which however allows for each coffee bar, restaurant, ship, etc. to attune the machine in terms of material, colour and expression of plain or luxury art with the environment features. The fronts are exclusively supplied by "La Pavoni" as a guarantee for itself and others of the most modern tastes". As already mentioned, during this decade, new models followed each other very fast and in 1953 the new range of machines was available. From a technological point of view, there was no significant novelty: the machines were now available with or without steam operation. Innovations merely related to appearance: the strong lines of model 51 were softened with model 53. The soft curving lines of model 47 were reproduced: above the large horizontal cylinder was a handy cup-warmer.

Modello 53
Model 53



Modello 55
Model 55



Le versioni presentate sono le consuete tre misure: Lilliput, Mignon, Gigante. Due anni più tardi ecco arrivare i modelli 55, ulteriormente affinati da Giò Ponti. La concezione della macchina non è troppo distante dal modello 51, il portatazzine viene coperto da un elemento in vetro che meglio si accorda alle linee arrotondate della macchina. Anni di frenetica produzione, in cui La Pavoni si dimostra attentissima su tutti i fronti, per produrre macchine che si innalzino dallo standard della concorrenza. Giò Ponti ha un ruolo di primo piano in questa fase nella storia dell'azienda: sempre attento nel far sì che La Pavoni mantenga una dignità nell'ambito dell'industrial design, spinge l'azienda a bandire un concorso. Giò Ponti inventa un vero e proprio evento: il concorso "Domus/Casabella/Stile industria Pavoni per una macchina per caffè." Il progetto vincitore sarà quello di altri due grandi nomi del design: Bruno Munari ed Enzo Mari. Bruno Munari nato a Milano nel 1907, fu artista, grafico, designer. Segue da principio gruppi futuristi milanesi e romani.

Si allontana via via dal futurismo e si dedica alla grafica e all'editoria. Intensa la sua sperimentazione visiva quanto l'attività nell'ambito della progettazione. Designer puntuale, attento protagonista della modernità, si distingue nel mondo del design per la sua schiva e un po' discosta presenza, per la semplicità e modestia dei suoi oggetti.

The versions supplied included the usual three sizes: Lilliput, Mignon and Gigante. Two years later came the 55 models, further refined by Giò Ponti. The idea for this machine was not too distant from that of model 51; the cup-holder was covered by a part in glass which better suited the rounded shape of the machine. Years of frantic production, during which La Pavoni proved to be extremely alert on all fronts, in order to produce machines rising above the standard of competition. Giò Ponti played a major role during this stage of the company history: always careful in ensuring that La Pavoni maintained a dignity within the field of industrial design, he encouraged the company to announce a competition. Giò Ponti invented a real event: a competition called "Domus/Casabella/Stile Pavoni industry for a coffee machine". The winning project was devised by two other big names of the world of design: Bruno Munari and Enzo Mari. Bruno Munari was born in Milan in 1907; he was an artist, graphic designer and designer. At first, he followed Futurist groups from Milan and Rome. He then gradually abandoned futurism to devote time to graphic design and publishing. His visual experimentation was just as profound as his involvement in the field of designing. Bruno Munari was an accurate designer, a careful protagonist of modernity, and he stood out in the field of design owing to his shy and slightly detached presence and to the simplicity and modesty of his articles.

E' sempre interessante analizzare la concezione del design di chi, come Munari, intreccerà il proprio percorso con quello della Pavoni:

"il design dà qualità estetica alla tecnica. Non nel senso dell'arte applicata, come si faceva una volta quando l'ingegnere che aveva ideato la macchina per cucire, chiamava un artista che gliela decorasse in oro e madreperla, bensì nel senso che l'oggetto e la sua forma estetica siano una cosa sola ben fusa assieme, senza alcun riferimento a estetiche preesistenti nel campo dell'arte cosiddetta pura.

Un oggetto progettato dal designer non risente dello stile personale dell'autore (dato che il designer non dovrebbe avere, a priori, uno stile col quale dar forma a ciò che progetta, come avviene quando un artista si improvvisa designer); l'oggetto prodotto dal designer dovrebbe avere quella "naturalzza" che hanno le cose in natura: una cavalletta, una pera, una conchiglia, una scarica elettrica; ogni cosa ha la sua forma esatta. Sarebbe sbagliato pensare queste cose in stile: una cavalletta a forma di pera! Un settore diverso dal design è lo styling, dove si progetta moda, dove la fantasia e la novità sono dominanti, per un consumo rapido della produzione.

Il vero design non ha stile, non ha moda; se l'oggetto è giusto, (nel design non si dice bello) dura sempre."

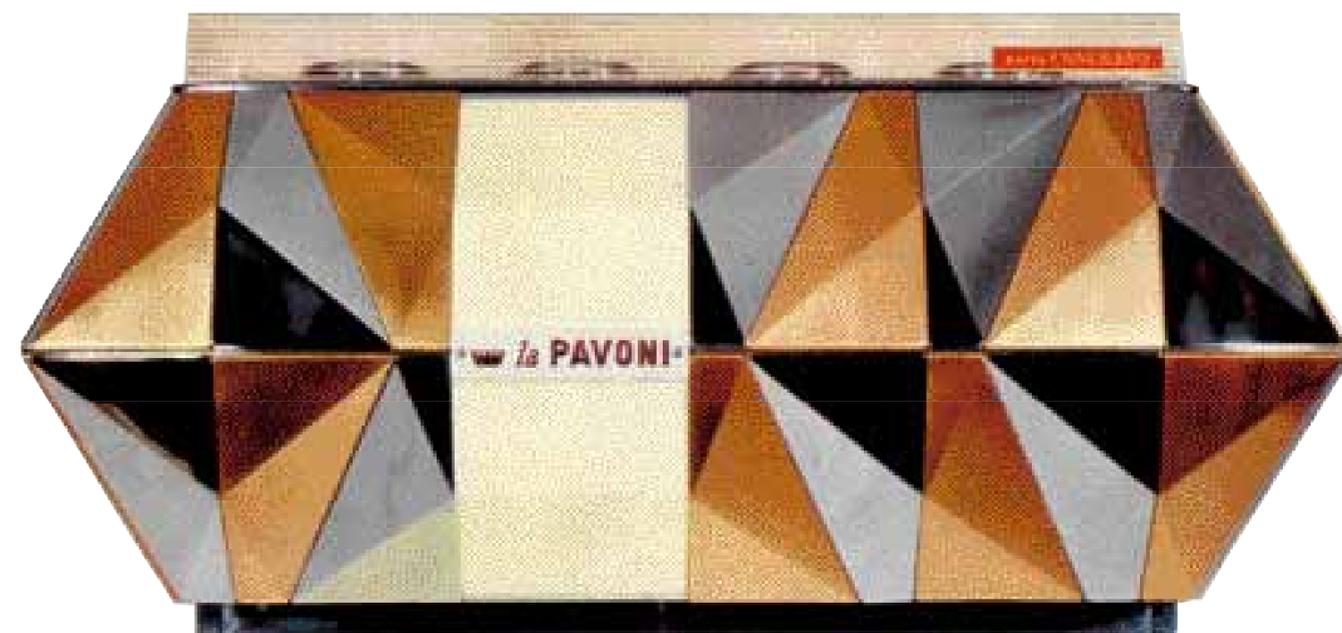
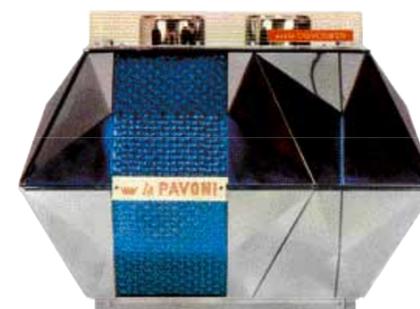
Leggendo le parole di Munari salta all'occhio la vicinanza di quest'ultimo alla concezione del design pontiana.

It is always interesting to analyse the idea of design conveyed by somebody, such as Munari, who was to intertwine his own path with that of Pavoni: "Design grants technique aesthetic qualities. This is not meant in the sense of applied art, as it once used to happen when an engineer who had conceived a sewing machine asked an artist to decorate it in gold and pearl, but rather to suggest that the article and its aesthetic shape blend into one, with no reference to pre-existing standards in the field of so-called pure art.

An article devised by a designer is not impacted by the author's personal style (since the designer is not entitled to have a specific style with which to give form to his projects, as it happens when an artist suddenly decides to act as a designer); an article produced by a designer should display the same "naturalness" displayed by creatures in nature: a locust, a pear, a shell or an electric discharge; each thing has its perfect shape. It would be wrong to think of these things according to a style: a pear-shaped locust!

A sector other than design is styling, where fashion is designed, where imagination and novelty play a crucial role, for fast consumption of the production. Real design is detached from style and fashion; if the article is right, (in design you would not use the word 'beautiful') it will last for ever."

Modello "Concorso"
"Concorso" model



Inoltre, è perfettamente ravvisabile nell'evoluzione designata da Munari, la situazione della Pavoni prima e dopo Ponti.

Come abbiamo già avuto modo di notare la prima produzione Pavoni si dimostra attenta all'aspetto estetico nel "decorare" le proprie macchine. I primi imponenti cilindri Pavoni vengono fregiati in stile liberty, decorati, arricchiti, impreziositi. Alla macchina sono imposti "travestimenti" per renderla più consona al gusto dell'epoca. Il gusto muta di decennio in decennio e, come abbiamo visto, le macchine seguono questi mutamenti (dai fregi liberty al rigore dell'Italia fascista).

Con l'inizio della collaborazione di Ponti tali travestimenti vengono meno.

Il modello D.P 47 è la forma pura della macchina per caffè, le famose "corna" non sono un ornamento per rendere la macchina più accattivante, bensì gruppi d'erogazione! Per quanto studiati nella forma, essi "sono" la macchina così quanto il corpo cilindrico orizzontale.

Il modello D.P 47 è quindi il primo modello di design, possiede quella naturalezza cui fa riferimento anche Munari.

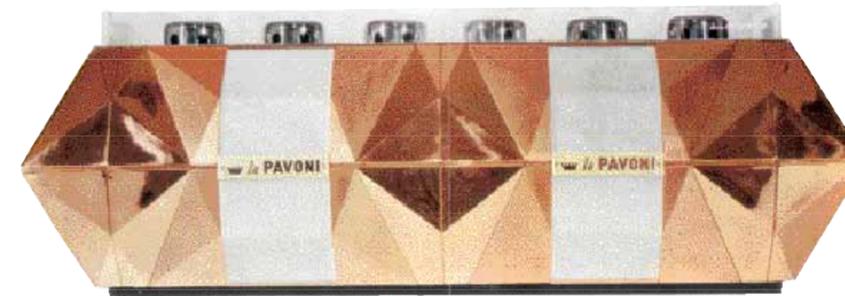
Con Munari lavora al progetto vincitore Enzo Mari. Artista e designer nasce a Milano nel 1932. Mari si dedica proprio negli anni '50 ad un'intensa attività artistica. Partecipa a diverse triennali di Milano e biennali di Venezia.

As we read Munari's words, we notice how close he appears to be to the Ponti idea of design. Furthermore, in the evolution indicated by Munari, the Pavoni situation prior to and after Ponti can be clearly perceived. As we have already had the opportunity to mention, the earliest Pavoni production displays care for the aesthetic aspects in "decorating" its machines. The first large Pavoni cylinders displayed ornaments in an Art Nouveau style and were decorated, enriched and made more valuable. The machines are somehow "dressed up" in order to better suit the period's tastes. Taste changed decade after decade and, as we have seen, the machines followed these changes (from the Art Nouveau decorations to the strict lines of the fascist period). With the beginning of the cooperation with Ponti these dressing-up trends started disappearing: model D.P 47 displayed the pure shape of the coffee machine; the famous "corna" (horns) were not an ornament to make the machine more captivating but coffee delivery units! Despite the attention devoted to their shape, these "are" the machine to the same extent as the horizontal cylinder.

Model D.P 47 was therefore the first design model and had that naturalness that Munari also referred to. Together with Munari, Enzo Mari had also worked on the winning project. Enzo Mari was an artist and designer and was born in Milan in 1932. During the '50s, Mari devoted himself to an intense artistic activity. He took part in a number of Triennial Exhibitions in Milan and in Biennial Exhibitions in Venice.



Modello "Concorso"
"Concorso" model



Parallelamente e conseguentemente all'attività artistica si dedica a quella grafica, al disegno di prodotti, allestimenti e mostre. Definito "coscienza critica del design" sfugge ad ogni definizione, famoso per la continua ricerca e sperimentazione di nuove forme, talvolta anche in contrapposizione con gli schemi tradizionali del disegno industriale. Autore di pezzi che hanno fatto la storia del design, non solo italiano, ha vinto tre volte il compasso d'oro. Lavora con le più prestigiose aziende del panorama italiano e internazionale. Il progetto vincitore di Munari e Mari è la macchina professionale Diamante. Protagonista di questa macchina è la carrozzeria, in lamiera metallica preverniciata, formata da elementi geometrici e modulari che, composti tra loro, variandone il numero ed il colore danno vita a macchine di diversa lunghezza e ai più vari accostamenti cromatici. Apprezzata non solo dall'esperta giuria di designer del concorso, soprattutto dai clienti, come testimoniano numerose fotografie che la ritraggono nei locali di tutta Europa. In questo apprezzamento, Diamante conferma ulteriormente la sua essenza di oggetto di design, ovvero un oggetto che si "nutre di quotidianità", un oggetto che è solo e pienamente se stesso e non aspira ad essere altro. Come nostra consuetudine, rivolgiamoci al catalogo dell'epoca per capire come la Pavoni sceglie di comunicare il suo nuovo capolavoro:

At the same time and as a result of his artistic activity, he devoted his time to graphic design, product design, trade fair arrangements and exhibitions. He was defined "critical conscience of design" but in fact eluded any definition, being famous for his constant search and experimentation of new shapes, occasionally also in conflict with traditional standards of industrial design. He was the author of pieces which have made history for design not only in Italy and he won the "compasso d'oro" award three times. He cooperated with the most prestigious enterprises of the Italian and International setting. The winning project by Munari and Mari was the professional machine called Diamante. A leading role for this machine was played by the framework in pre-painted sheet metal, formed by geometrical and modular elements which, once combined together, by varying the number and colour, created machines in different lengths and the most varied colour combinations. This machine was not only appreciated by the competition expert designer jury, but above all by the customers, as proved by the many photographs displaying it on different premises throughout Europe. Through this appreciation, Diamante further confirmed its essence as a design article, that is an article designed for day-to-day use, an article that is only and fully itself and that does not aim at being anything else. As usual, let us take a look at the catalogue from those days to find out how La Pavoni chose to present its new masterpiece:

"La Pavoni serie Concorso è nata da un Concorso indetto fra tutti gli ingegneri, architetti e progettisti italiani. Una Giuria di esperti ha premiato questa macchina ricercando, con il suo giudizio, quei principi di nobiltà e di essenzialità del disegno che distinguono la "linea italiana".

La Pavoni sottolinea l'essenzialità della macchina riconoscendola come una caratteristica fondamentale del gusto italiano. Riconosciamo nettamente in questa operazione il desiderio di spingere la nuova nata anche sui mercati esteri, in cui l'Italia è vista come paese del buon gusto per antonomasia.

Dal punto di vista tecnologico, la macchina, come i precedenti modelli dall'inizio anni '50, è presente sia nella versione automatica che a leva. Un'ultima interessante osservazione va dedicata alla frase conclusiva della presentazione della macchina sul dépliant:

"Da oltre mezzo secolo rimane ne La Pavoni la stessa ambizione: la finitura più accurata, il materiale più selezionato, i meccanismi più semplici per il prodotto migliore. Queste ultime righe chiariscono in modo completo la filosofia aziendale che rimarrà immutata nel tempo: una bella sfida da vincere prodotto dopo prodotto.

"The Pavoni Concorso range was born from a Competition announced to all Italian engineers, architects and design engineers. A jury made up of experts has awarded a prize to this machine, searching with its judgement those principles of design nobleness and plainness distinguishing the "Italian Line".

Pavoni stressed the plainness of the machine and acknowledged this aspect as a fundamental feature of the Italian taste. In this operation, we clearly detect the desire to also launch this newest model on foreign markets, on which Italy was viewed as the country of good taste par excellence. From a technological point of view, the machine, as well as the previous models from the early '50s, existed both in the automatic and lever-operated version.

One last interesting remark should be devoted to the closing sentence to be found on the brochure presenting the machine:

"For over 50 years, Pavoni had held on to the same ambition: the most accurate finishing, the best selected materials, the plainest mechanisms for the best product." These last lines fully clarify the corporate philosophy which was to never change: a great challenge to be won, for each individual product.



1960-80: rivoluzioni moderne 1960-80: Modern Revolutions

Negli anni '60 e '70 nella società italiana si innesca e manifesta in dosi sempre più intense ed estese una crisi che non risparmia nessuna delle sue istituzioni, dei suoi universi di valore, dei suoi sistemi, delle sue culture e subculture, dei suoi attori politici e soggetti sociali.

A prima vista ci troviamo di fronte ad un paradosso: le determinanti della crisi sociale italiana sono, in qualche misura, coeve ad una fase di intenso sviluppo. Il riferimento è al ciclo del mutamento rappresentato dal miracolo economico (1956/1962).

Nella storia dell'Italia post-unitaria nessun periodo storico ha fatto registrare un così intenso e prolungato ciclo di sviluppo.

L'integrazione dell'Italia nei cicli accumulativi internazionali è sproporzionalmente subordinata alle ragioni dell'economia americana e agli interessi strategici del sistema sovranazionale incardinato attorno agli USA. Il capitalismo italiano che va costruendosi nel secondo dopoguerra nasce con strutturali debolezze: arretratezza in alcuni settori, mancanza di lavoro a basso costo, livello insufficiente di domanda interna che, per quanto consumistica, non cresceva in misura sufficiente per sostenere un'economia orientata alle esportazioni, in periodi di recessione internazionale. Inoltre le variabili principali del sistema economico italiano, nel periodo del miracolo economico, appaiono fortemente squilibrate, a partire dal dualismo storico nord sud.

In the '60s and '70s the Italian society started to experience in increasingly deep and extended ways a crisis that did not spare any of its institutions, of its sets of values, of its systems, of its cultures and subcultures and of its political and social figures.

At first sight, we find ourselves facing a paradox: the causes of the Italian social crisis were, to a certain extent, contemporary with a phased marked by intense growth. We are referring here to the transformation cycle represented by the economic miracle (1956/1962).

In the history of Italy following unification, no other historical period has ever displayed such an intense and prolonged development cycle. Italy's integration in international accumulative cycles was disproportionately subject to the principles of American economy and to the strategic interests of the supranational system appointed around the USA. Budding Italian capitalism in the second post-war period was born with structural weaknesses: backwardness in certain sectors, absence of low-cost labour, an insufficient domestic demand level which, even though consumeristic in nature, did not grow at a speed that could support an export-oriented economy during times of international recession. Furthermore, the chief variables of the Italian economic system, during the period of the economic miracle, appeared strongly imbalanced, starting with the age-old north/south dualism.



Nei primi anni del decennio ci troviamo però ancora in pieno boom economico, gli ultimi anni di espansione economica, di miglioramento della qualità di vita. Il consumismo, il desiderio di possedere e comprare è ormai innescato e, anche quando i redditi saranno troppo bassi, l'italiano medio continuerà sconsideratamente ad acquistare indebitandosi con cambiali. Verso il 1963 inizierà il lento declino dell'economia italiana: il miracolo economico lascia agli italiani cumuli di lamiere!

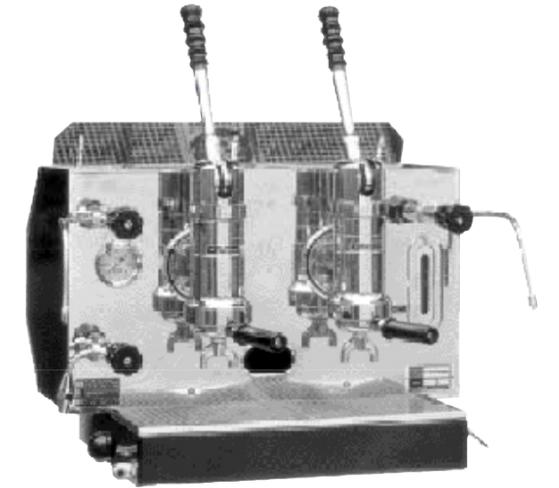
Gli anni '70 furono altrettanto complessi dal punto di vista economico-sociale. Inizia l'austerità: l'energia scarseggia a causa dell'embargo petrolifero. Per la grande industria il momento è difficile, a resistere meglio sono di nuovo le piccole e medie imprese.

Questo decennio sarà tragico dal punto di vista socio-politico: sono anni di terrorismo e movimenti studenteschi. Insomma la vita italiana subirà sconvolgimenti e cambiamenti che la porteranno fino agli sfrenati anni 80. La Pavoni continua ad avere i ritmi di produzione che furono propri dei decenni precedenti. Dal punto di vista delle tecnologie fondamentale sarà l'avvento delle macchine ad erogazione continua, macchine che, grazie ad un particolare gruppo idraulico, sfrutteranno la pressione dell'acqua. In una macchina ad erogazione esistono due circuiti idraulici separati: il primo fornisce l'acqua per l'erogazione del caffè, il secondo provvede a mantenere costante il livello dell'acqua

During the first years of this decade, however, the country was still fully experiencing the economic boom, going through the last years of economic expansion and improvement in the standard of living. Consumerism, the desire to possess and purchase, had by now been triggered and, even when wages proved too low, the average Italian citizen was to inconsiderately continue to buy, running into debt. Towards 1963 the slow decline of Italian economy started: the economic miracle left Italians with piles of sheet metal! The '70s were equally complex from a social and economical point of view. The so-called 'austerity' period started: there was a lack of energy owing to the oil embargo.

This was a difficult time for the major industries and, once again, it was the small and medium-sized businesses that found it less difficult during this time. This decade was to be a tragic one from a socio-political point of view: these were the years of terrorism and of the student movement. On the whole, Italian life was to undergo upheaval and changes which were to lead up to the frenetic '80s. La Pavoni was to continue with the production rhythms that had characterised it during the previous decades. From a technological point of view a milestone was represented by the advent of continuous-delivery coffee machines, machines which, thanks to a special hydraulic unit, were to exploit the pressure of water. In a delivery coffee machine two separate hydraulic circuits exist: the first one supplies water for coffee delivery and the second one keeps

Modello "Brasilia" leva
"Brasilia" lever-operated model



in caldaia. Tali circuiti sono separati perchè lavorano a diversi valori di pressione e temperatura:

la miscela acqua-vapore della caldaia ha una pressione che può oscillare tra 0,8 e 1,4 bar e conseguentemente una temperatura che varia tra 120 e 135 °C; l'acqua utilizzata per il caffè ha una pressione tra i 7 e i 9 bar ed una temperatura compresa tra 88 e 92 °C.

La temperatura dell'acqua della caldaia viene controllata da un pressostato, che inserisce o disinserisce l'elemento riscaldante.

L'acqua proveniente dalla rete idrica viene portata da una pompa alla pressione di circa 9 bar e immessa in uno scambiatore di calore che si trova all'interno della caldaia. Lo scopo dello scambiatore è quello di permettere all'acqua di raggiungere la temperatura ottimale in breve tempo: pertanto il rendimento termico di questo importante elemento viene calcolato in modo da garantire una temperatura il più possibile stabile al variare della produzione di caffè.

Nel 1961 dalla collaborazione di Alberto Rosselli con Angelo Tito Anselmi nasce "Brasilia". Ennesima macchina Pavoni uscita dallo studio di Giò Ponti, ovviamente esteticamente studiata. Presenta caratteristiche comuni all'altrettanto celebre modello Concorso: uno sviluppo orizzontale e una struttura modulare la rendono facilmente adattabile alle più diverse esigenze di spazio.

the level of water in the boiler constant. These circuits are separate because they work at different pressures and at different temperatures: the water-steam mixture in the boiler has a pressure ranging between 0.8 and 1.4 bar and consequently a temperature ranging between 120 and 135°C; the water employed for coffee has a pressure ranging between 7 and 9 bar and a temperature ranging between 88 and 92°C. The water temperature in the boiler is controlled by a pressure switch, which switches the heating element on and off. The water coming from the water mains is brought by a pump to a pressure of approximately 9 bar and introduced into a heat exchanger situated inside the boiler. The purpose of the heat exchanger is to allow the water to reach the optimal temperature in a short time: therefore the thermal yield of this important element is calculated in such a way as to guarantee a temperature that is as stable as possible when the production of coffee changes. In 1961 "Brasilia" was born from Alberto Rosselli's cooperation with Angelo Tito Anselmi.

This was the umpteenth Pavoni machine produced by Giò Ponti, which was of course very carefully designed from an aesthetic point of view. This model displayed features in common with the equally famous Concorso model: a horizontal and modular structure made it easily adaptable to different space requirements.

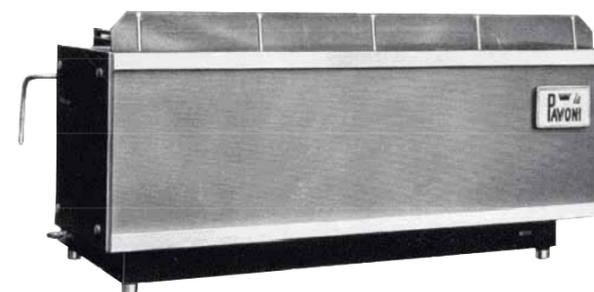
Modello "Brasilia" automatica
"Brasilia" automatic model



Modello "Brasilia" automatica
"Brasilia" automatic model



Modello MS
MS model



Leggiamo nel catalogo: "I gruppi automatici ed i gruppi a leva, di cui la macchina è munita, rappresentano quanto di più semplice e perfetto sia capace di produrre la tecnica moderna. Solidità e praticità sono i requisiti tradizionali che si aggiungono alle doti tecniche delle nuova serie. Disegnati nello studio Ponti-Fornaroli-Rosselli, i modelli Brasilia rappresentano l'espressione più pura ed armonica del moderno disegno industriale."

La serie Brasilia risponde in modo egregio alle esigenze del nuovo mercato nella vasta gamma di modelli presentati.

Dall' automatica a sei gruppi, perfetta per grandi esercizi e ristoranti al modello a leva singolo ideale per il piccolo bar.

La macchina per caffè guadagna ormai la collocazione odierna dietro il bancone del bar. Anche quando verrà ancora collocata in prima linea, davanti al cliente, non sarà più motivo di attrattiva. L'avventore del bar è ormai sempre più di fretta e avvezzo ad ogni tipo di tecnologia. La gamma Brasilia si arricchirà nel 1965 del modello MS: forma squadrata, semplice, funzionale come per molti anni a venire saranno le macchine Pavoni, così come l'ultima gamma degli anni '60, vale a dire la P67.

Un catalogo del 1966 riporta a caratteri cubitali "Un successo veramente successo", un gioco di parole per presentare il nuovo modello

Quoting from the catalogue: "The automatic units and the lever-operated units the machine is equipped with represent the simplest and most perfect solution that modern technology can produce. Solidity and functionality are the traditional requirements which the technical features of this new range integrate. Designed in the Ponti-Fornaroli-Rosselli studio, the Brasilia models represent the purest and most harmonic expression of modern industrial design."

The Brasilia range excellently met the new market's requirements with the broad range of models it included, ranging from the six-unit automatic machine, which was perfect for large commercial businesses and restaurants, to the single-unit lever-operated machine, ideal for small coffee bars. By now, the coffee machine had earned the place it occupies today behind the bar. Even when it was still placed in full sight, right in front of the customers, it was no longer an attraction. The coffee bar customer was more and more in a hurry and used to all sorts of technological appliances. The Brasilia range was expanded in 1965 to include model MS: this was a square shaped, plain and handy machine, just like the Pavoni machines were to be for many years to come, and like the last range launched in the '60s, that is P67. A catalogue dating back to 1966 said in big block capitals "Un successo veramente successo" - a play upon words that literally meant

Modello P67 - LP
P67 - LP model



MS ed i vantaggi della nuova macchina ad erogazione volumetrica. La MS consente un notevole risparmio idrico: consuma solo l'acqua che serve per fare il caffè; consente maggior libertà all'operatore mantenendo costante il livello di riempimento delle tazze; accontenta ogni tipo di cliente erogando sia caffè ristretti che lunghi; permette l'uso in contemporanea di tutti i gruppi della macchina. L'arrivo della P 67 è annunciato all'insegna dell'economia di esercizio.

E' una macchina semplice in quanto non richiede pressione d'acqua nella rete; è veloce, perché ogni gruppo prepara due caffè in 20 secondi; è termostabile visto che fornisce sempre la bevanda alla giusta temperatura; è completa perché viene fornita con pompa, depuratore e filtro; è sicura perché garantisce un lungo servizio senza bisogno di riparazioni.

Successivamente La Pavoni sceglierà di pubblicizzare, la P67 con il claim: "Una forma razionale. Un servizio sicuro".

Al di là della singola macchina, questo concetto caratterizzerà la produzione Pavoni nei decenni successivi. Nel decennio successivo il primo nuovo modello comparirà nel 1974: il modello DP9. Si tratta di un modello semi-automatico con gruppi a valvola magnetica. Nel 1975 è la volta del modello DP10, disponibile sia con leva che ad erogazione continua ed un modello particolare con riserva.

"a success that has really occurred" but also "a success that is a real success" – to present the new model MS and the benefits of the new volumetric-delivery machine. MS allowed significant water savings: it only used the water required to make the coffee; it granted the operator greater freedom while keeping constant the level at which the cups were filled; it met all requirements, by making both strong and weak cups of coffee; it also enabled contemporary use of all the machine units. The arrival of P 67 was announced by stressing the savings involved in running it. It was an easy machine to use since it did not require water pressure in the water mains; it was fast, because each unit prepared two cups of coffee in 20 seconds; it was thermostable because it always delivered the drink at the right temperature; it was complete, because it was equipped with a pump, a purifier and a filter; it was reliable because it guaranteed a long life without the need for repairs. Later on, La Pavoni was to decide to advertise model P67 with the words: "A rational shape.

A reliable service". Apart from this individual machine, this is a concept that was to characterise the Pavoni production over the following decades. During the following decade, the first new model appeared in 1974: it was model DP9. This was a semi-automatic model with magnetic-valve units. In 1975 it was the turn of model DP10, available both in the lever-operated version and in the continuous-delivery version, as well

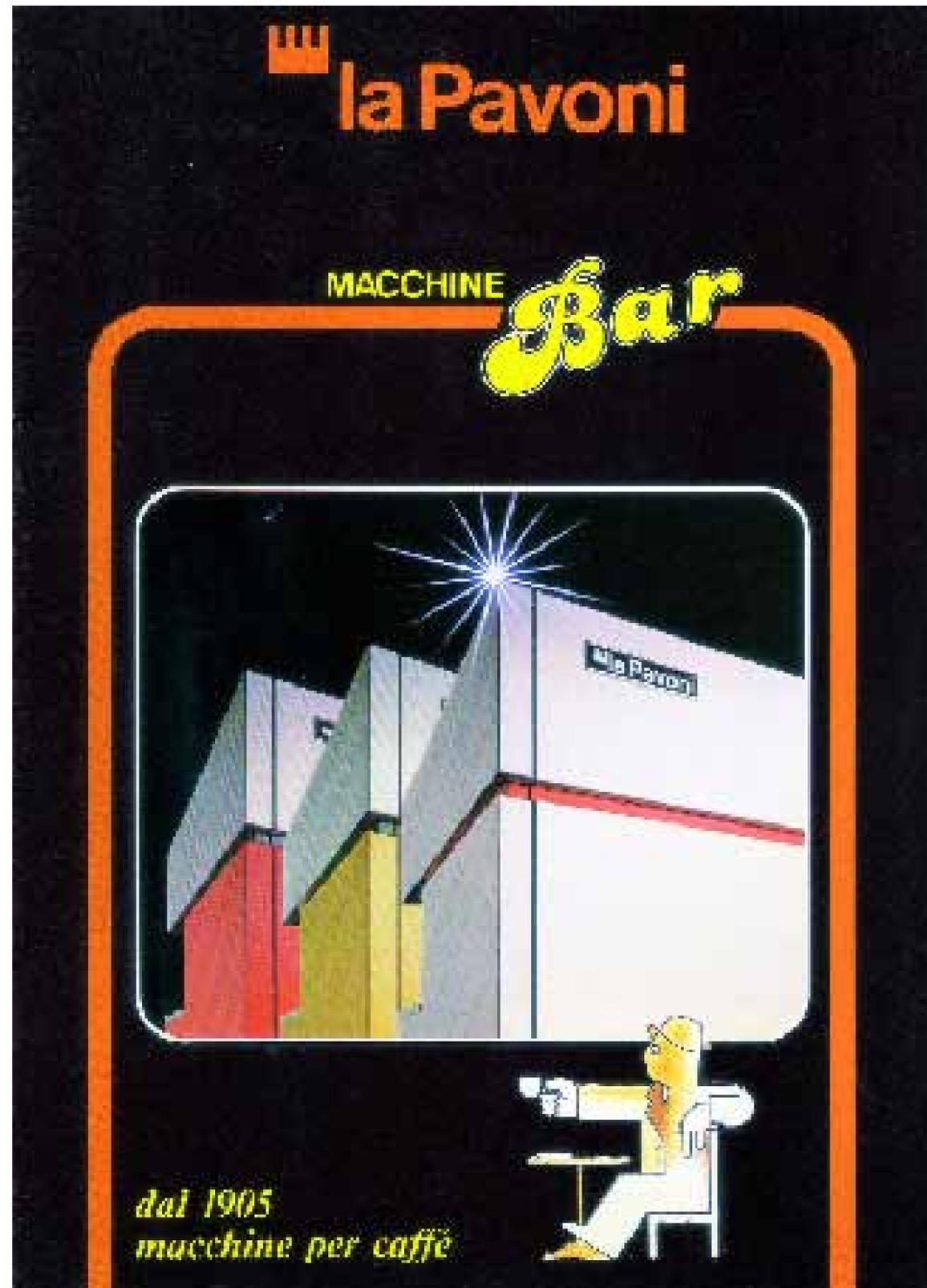
Modello DP9
DP9 model



Quest'ultimo modello, fornito di un gruppo "riserva", era in grado di preparare rapidamente fino a 2,5 litri di caffè, concentrato o diluito a piacere, e di mantenerlo caldo, grazie ad uno speciale contenitore che garantiva una temperatura costante. La macchina ebbe particolare successo presso Hotel e ristoranti fornendo la soluzione ideale al problema della frenetica preparazione di caffè per le colazioni. La macchina, oltre al caffè espresso era in grado di preparare anche caffè filtrato, un gusto più internazionale e apprezzato soprattutto al momento della colazione. Siamo ormai arrivati ad un punto di equilibrio per quel che riguarda la produzione di macchine professionali: a livello estetico linee pulite, a livello tecnologico ormai ogni modello sarà disponibile ad erogazione automatica, semiautomatica, a leva. La vera novità caratterizzante questi anni sarà l'inizio della produzione dei modelli domestici. Abbiamo visto la rivoluzione operata all'inizio del secolo dalla Pavoni che trasforma un prodotto eminentemente domestico in un prodotto fruibile pubblicamente, ora assistiamo all'operazione opposta.

L'azienda inizia a produrre macchine che tecnologicamente non hanno nulla da invidiare a quelle del bar. Le esigenze dei consumatori sono cambiate: l'espresso al bar è sempre più veloce, non più un rito ma un'abitudine cui è difficile rinunciare.

as a special model with supply. This last model, equipped with a "supply" unit, could quickly prepare up to 2.5 litres of coffee, either strong or diluted, and keep it warm thanks to a special container that guaranteed a constant temperature. The machine was especially successful with hotels and restaurants, as it offered the ideal solution to the problem of frantic breakfast preparation. Besides preparing espresso coffee, the machine could also prepare filtered coffee, which met with a more international taste and was especially appreciated at breakfast time. By now, a point of balance had been reached as regards the production of professional machines: neat outlines as far as looks were concerned and, at a technological level, from now on all models would be available in the automatic and semi-automatic delivery version, as well as in the lever-operated version. The real innovation characterising these years was to be the beginning of the production of models for home use. We have seen how, at the turn of the century, Pavoni had transformed a chiefly home-related product into a product that could be served on public premises; now the reverse phenomenon was taking place. The company started to produce machines which technologically were in no way inferior to those employed in coffee bars. Consumers' requirements had changed: the time you could spend at the coffee bar drinking an espresso coffee was increasingly short; it was no longer a ritual but rather a habit people were unable to give up.



Catalogo DP10 - 1975
DP10 - 1975 catalogue

Gruppo riserva (brevetto internazionale)
Supply unit (international patent)



La "crema caffè" si può gustare però solo al bar: il consumatore inizia ad essere assuefatto a questo nuovo gusto ed è logica conseguenza di ciò il successo che incontreranno le nuove macchine domestiche. La Pavoni, nuovamente, mostra di essere lungimirante e di sapersi rinnovare in un momento in cui il mercato è ormai saturo di offerta, per quel che riguarda la produzione di macchine per bar.

Senza esitazioni, l'azienda sa riproporsi in un nuovo ambito e la produzione domestica diverrà parte fondamentale dell'offerta Pavoni fino ai giorni nostri. Di nuovo quindi salta all'occhio il ruolo di apripista di questa azienda, il suo saper essere attenta alle esigenze del momento storico, vicina in ogni ambito, allo spirito del tempo. E' il 1961 e sul mercato esce l'"Europiccola".

Mai nome fu più azzeccato, per una macchina che ha il suo punto di forza nelle dimensioni davvero ridotte e che rimarrà negli anni punto di riferimento per la produzione domestica. Una macchina da bar in miniatura con un gruppo a leva e una caldaia. L'"Europiccola" fu immediatamente un successo anche europeo: la vediamo esposta già nel 1961 alla fiera di Strasburgo.

Come tutti i modelli di punta e di successo l'"Europiccola" subirà diversi restyling, prima nel '62, poi nel 1965 e la forma "azzeccatissima" con la piccola leva continuerà a mietere successi fino ai giorni nostri.

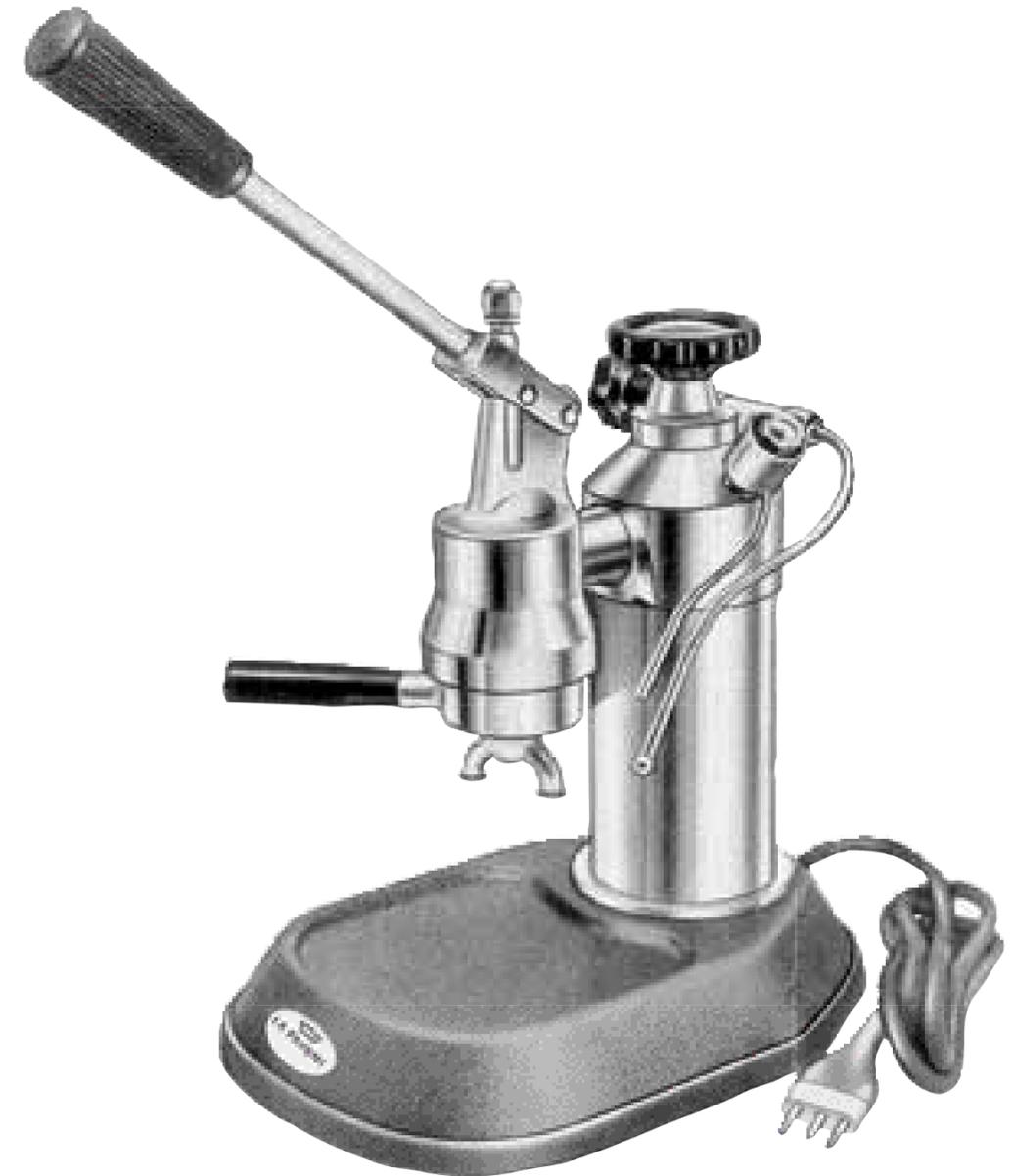
But the "coffee cream" was something you could only enjoy at the coffee bar: consumers had began feeling addicted to this new taste and, as a logical consequence, the new home machines met with great success. Once again, La Pavoni displayed far-sightedness and the ability to introduce radical changes at a time in which the market was overstocked, as regards the production of bar coffee machines.

Without hesitation, the company was able to present its products and its coffee machine production for home use was to become a key component of Pavoni's supply up to today. Therefore, once again the forerunner role played by this company stands out, as well as its ability to pay attention to the specific requirements of the historical period, being close in every field to the spirit of its age.

In 1961, Europiccola was launched on the market. Never had a name been so suitably selected, since the strengths of the machine were in its really small sizes (piccola means "small"), which was to remain over the years a point of reference for the home production.

A tiny coffee bar machine with a lever-operated unit and a boiler. Europiccola was an immediate success, also at a European level.

It was already exhibited in 1961 Strasburg trade fair. As all leading and successful models, Europiccola underwent several restyling sessions: first in 1962, then in 1965 and the absolutely perfect shape with its small lever was to have a run of successes to this day.



Bisognerà attendere il 1974 per il modello Professional, più grande rispetto all'Europiccola, con la stessa forma e con la stessa storica leva. La Professional consente la preparazione di una quantità doppia di caffè; l'applicazione di un manometro oltre a migliorarne l'estetica permette di rilevare in ogni momento la pressione all'interno della caldaia.

Il ventennio sarà frenetico anche per la continua presenza della Pavoni alle fiere, presenza che come abbiamo visto è una costante fin dagli albori dell'attività, ma che in questo periodo raggiunge mercati nuovi. Nel 1963 alla fiera del Levante troneggia sullo stand Pavoni la scritta: "La Pavoni nel mondo significa "espresso". Di tutti i claims trovati dai creativi Pavoni questo è, nella sua semplicità, forse uno dei più adatti nel comunicare l'essenza di questa grande industria.

La Pavoni significa espresso e da un secolo si dedica con successo alla produzione di macchine per la preparazione di ottimi espressi. Non ha indirizzato la sua produzione ad altri elettrodomestici (frullatori, frigoriferi o quant'altro!) come in alcuni casi la concorrenza ha scelto di fare. La Pavoni si occupa di un solo prodotto e lo fa al meglio. Le macchine Pavoni non rispondono a logiche di mass marketing, in compenso sono prodotti d'alta qualità, qualità riconosciuta a livello mondiale.

It took up to 1974 before the Professional model was born: it was larger compared to Europiccola, but displayed the same shape and the same memorable lever. The Professional model allowed the preparation of a double amount of coffee; the introduction of a manometer, besides improving its looks, enabled detection at any time of the pressure inside the boiler. This twenty-year period was also to prove frantic owing to the presence of the company Pavoni at trade fairs, a presence which, as we have seen, was constant ever since the very earliest years of business, but which in this period reached new markets. In 1963, at the "fiera del Levante" (the Eastern Fair) the Pavoni booth was dominated by the writing: "La Pavoni means "espresso worldwide". Out of all the advertising phrases conceived by the Pavoni experts, this one with its straightforwardness is probably one of the most suitable in conveying the essence of this great industry.

La Pavoni means espresso and for a century it had successfully devoted its activity to the production of machines for the preparation of excellent espresso coffee. It had not directed its production towards other electrical appliances (such as mixers, refrigerators or others!) as competitors had in certain cases chosen to do. La Pavoni chose to focus on one product only and it did it in the best of ways. The Pavoni machines did not follow mass marketing criteria, but on the other hand were high-quality products, a quality acknowledged worldwide.

Anni 80 - giorni nostri: il mito e l'evoluzione. **From the '80s to Our Days: Myth and Development**

Arriviamo con il nostro viaggio Pavoni in epoche più recenti. Abbiamo attraversato anni drammatici e carichi di eventi storici tragici. L'ultimo ventennio del XXI secolo e i giorni nostri non sono meno rilevanti dal punto di vista storico, è soprattutto la velocissima evoluzione culturale che ci colpisce. Se forse la quotidianità di tutti noi è colpita in modo più indiretto dai fatti della storia (abbiamo avuto la fortuna di non vivere altre guerre direttamente sulla nostra pelle ma solo in diretta tv), i cambiamenti culturali sono talmente frenetici da divenire spiazzanti. La Pavoni attraversa gli edonistici anni '80 ed i minimalisti '90 approdando in un nuovo secolo "globalizzato", per usare un termine molto in voga.

Di nuovo viene spontaneo credere che tali cambiamenti abbiano toccato in qualche modo anche questa storica casa, di nuovo è bello ribadire come La Pavoni rimanga prima di tutto se stessa.

In questa capacità di rimanere se stessi è insita, come abbiamo precedentemente notato, la camaleontica capacità di essere sempre il meglio, il gradino più alto di tecnologia, estetica, cura verso il prodotto, attenzione alle esigenze del consumatore e capacità di comunicazione. Fondata su un valore forte, come quello della qualità, capace di mantenere una propria identità pur sapendo dialogare con

So finally we reach more recent days with our Pavoni tour. We have been through dramatic years, marked by tragic historical events.

The last twenty-year period of the twentieth century and our days are not less important from a historical point of view.

Above all we are struck by the very fast cultural development characterising these years.

Whereas our every day life is more indirectly involved by history (we have been lucky enough not to personally experience more wars, but only watch the developments through live TV broadcast), cultural changes have been so frantic that they tend to catch us off-guard. La Pavoni went through the hedonistic '80s and the minimalist '90s and then landed in a new "globalized" century, to use a very fashionable word. Once again, we wonder if these changes have somehow impacted this epoch-making business and once again we are proud to state that La Pavoni has first of all preserved its own identity through the years.

In this ability to preserve its identity lies, as we have previously pointed out, the chameleonic skill to always be at its best, from the point of view of technology, aesthetics, care for the product, attention for the consumers' requirements and communication skills.

Founded on a strong value, such as quality, it has always been capable of preserving its identity while successfully interacting with the complexity of

la complessità del suo tempo. La Pavoni si fa largo con calma olimpica nella frenetica e frammentata realtà postmoderna, ben sicura di voler continuare a fare ciò che da ormai un secolo fa con eccellenza: macchine per caffè espresso. Non potevamo trovare periodo migliore per volgere lo sguardo al passato e prendere atto della portata culturale del percorso Pavoni. Una realtà che non solo ha dato origine ad un fenomeno, quello di bere un espresso anziché un caffè, ma che ha saputo portarlo avanti alimentandone il mito, allineandolo alla concezione italiana di “cibo di alta qualità”, “design di alta qualità”, “stile di vita di alta qualità”. L’Italia nel mondo è ancora “Il bel paese” anche se, come spesso accade a chi non ha abbastanza distanza critica per dar giudizi, noi italiani non ci crediamo più molto.

La Pavoni, per la parte che le compete, ha costruito un prodotto forte a livello internazionale, senza scostarsi troppo dall’aspetto “artigianale” nella cura del prodotto, soprattutto per la produzione di alcune macchine “lusso” destinate a pochi fortunatissimi clienti. Nell’ultimo ventennio il mercato delle macchine per caffè si è rivelato decisamente inflazionato.

L’offerta è ricchissima, la concorrenza sempre più agguerrita. La Pavoni ovviamente non resta a guardare e come suo solito, è pronta ad its times. La Pavoni makes its way with Olympian calm through the frantic and fragmented post-modern reality, absolutely certain about wanting to continue doing what it has now done so excellently and successfully for the last century: espresso coffee machines. There could not have been a better time to look back at the past and acknowledge the cultural significance of the Pavoni history. This is a reality which has not only originated a new phenomenon, that of drinking espresso coffee rather than just coffee, but which has successfully created a myth out of it, placing it side by side with the Italian idea of “high-quality food”, “high-quality design” and “high-quality living standards”. For the world Italy continues to be “Il bel paese” (“the beautiful country”) even though, as it often happens to those who are not sufficiently able to detach themselves from a situation and remain non-judgemental, as Italians we tend to no longer believe in this idea. As far as it is concerned, La Pavoni has created a product that is strong at an international level, without detaching itself too much from the “artisan” approach that calls for care for the product itself, especially in manufacturing certain “luxury” machines designed for just a few extremely lucky customers. Over the last twenty-year period, the coffee machine market has proved distinctly overcrowded. The supply is truly abundant and competition is increasingly aggressive. La Pavoni, of course, does not stand on the sidelines, and as usual it is prepared to face the new challenges

affrontare le nuove sfide così come a sfruttare le nuove opportunità dell’appena trascorsa fin de siècle.

Opportunità come quelle fornite dall’utilizzo di nuovi materiali che daranno davvero un volto nuovo alle macchine Pavoni.

Prima fra tutti a sconvolgere non solo la produzione Pavoni, ma a ben persarci l’umanità intera, fu l’avvento della plastica.

Stiamo vivendo in un mondo di plastica e, al di là della forza anche metaforica di quest’immagine, è innegabile il fatto che questo materiale, di cui per alcuni versi e periodi si è sicuramente abusato, ci abbia cambiato la vita.

Non solo i materiali termoplastici consentono una maggiore libertà in ambito di progettazione ma consentono un deciso snellimento a livello di produzione. Ovviamente nella produzione Pavoni trovano ancora spazio altri materiali, ma la plastica resterà la regina incontrastata, ovviamente in riferimento ai modelli meno di “nicchia” della produzione. Un’attenzione particolare verrà dedicata in questi anni ai materiali della macchina. La Pavoni continua a presentare ogni modello nelle versioni sia a leva che ad erogazione continua (automatiche, semi-automatiche). Con l’avvento dell’elettronica si arriva alla realizzazione di macchine che escludono completamente la manualità dell’operatore, garantendo comunque una facilità d’utilizzo.

as well as to make the most of the new opportunities offered by the fin de siècle that has just gone by.

These are opportunities such as those offered by the use of new materials, which were to really provide the Pavoni machines with a new look. First of all, not only the Pavoni production, but in fact mankind as a whole, have been incredibly impacted by the advent of plastic and it is unquestionable that this material, of which in a certain way and for certain periods, an excessive use has been made, has literally and not only metaphorically changed our lives. Not only do thermoplastic materials allow greater freedom in terms of design, but they also significantly lighten the production process.

Of course, the Pavoni production continues to involve the employment of other materials, but plastic shall remain the undisputed leader, even though in connection with the more popular models, rather than with niche articles. Special care was to be devoted in these years to the materials in which the machines were made. La Pavoni continued to produce each model both in the lever-operated and continuous-delivery versions (automatic and semi-automatic). With the arrival of electronics, it was possible to create machines that completely excluded the operator’s manual intervention, while remaining user-friendly.

Portafiltro Espresso Magic
Espresso Magic filter-holder



Queste macchine sono dotate di un sistema meccanico, controllato elettronicamente da un microprocessore in grado di automatizzare tutti i processi necessari per l'erogazione di un caffè espresso.

Alla semplice pressione di un tasto si attivano i comandi delle varie funzioni in sequenza: macinatura del caffè, pressatura, erogazione ed espulsione dei fondi. Altra innovazione da non sottovalutare riguarda i portafiltri. La Pavoni è stata in grado di concepire particolari portafiltri pressurizzati dotati di un dispositivo automatico che consente lo sfruttamento ottimale di ogni tipo di miscela di caffè e di correggere i difetti dovuti a macinatura, pressatura o quantità di caffè macinato. Inoltre questi portafiltri sono predisposti per l'utilizzo di tutti i tipi di cialde in carta, morbide o pressate. Nel nostro percorso abbiamo notato la costante attenzione della Pavoni per il design, atteggiamento che rimarrà costante anche nella produzione degli ultimi anni.

Dai primi anni '80 ad oggi i prodotti Pavoni saranno firmati dal designer Carlo Galizzi.

Ovviamente non tutti i prodotti Pavoni di questo ventennio sono curati da Galizzi, come abbiamo già notato, i nuovi frenetici ritmi di produzione, permettono di immettere sul mercato un numero di modelli largamente superiore rispetto al passato.

These machines are equipped with a mechanical system, electronically controlled by a microprocessor capable of automating all processes required for the delivery of an espresso coffee.

By simply pressing a button the controls of the various functions are activated in sequence: coffee grinding, pressing, delivery and coffee grounds ejection. Another innovation that should not be underestimated relates to the filter-holders. La Pavoni was able to devise special pressurised filter-holders, equipped with an automatic device that allows the user to make the most of any type of coffee blend, as well as correcting any defects due to grinding, pressing and amount of ground coffee. Furthermore, these filter-holders are arranged for the employment of any kind of single-dose paper containers, whether soft or pressed. During our journey through the Pavoni history, we have noticed the constant care devoted by the company to design, an approach which has also continued over these last years.

From the early '80s to today, the Pavoni products have been designed by Carlo Galizzi. Of course not all the Pavoni products from this twenty-year period have required Galizzi's involvement as a designer. As we have seen, the new frantic production rhythms make it possible to place on the market a significantly higher number of articles than in the past.

Ci occuperemo quindi di quelle macchine che riteniamo più significative, vuoi per motivi estetici, vuoi per aspetti tecnici particolarmente innovativi. Certo occuparsi di design nel 2000 non è esattamente come farlo nel 1950.

Interrogando Carlo Galizzi sulla sua esperienza in Pavoni, ci accorgiamo di come oggi, ancor più che in passato, fare design significhi tenere costantemente un dialogo aperto con le esigenze del mercato, con il marketing, con le nuove tecnologie ed i nuovi materiali.

Un compito complesso, in cui solo destreggiandosi sapientemente tra vincoli e opportunità è possibile ottenere prodotti in grado di vincere le sfide del mercato e, perché no, quelle del tempo.

Negli anni '90 la storia della Pavoni si arricchisce di un altro grande nome del design: Cini Boeri. Laureata al Politecnico di Milano nel 1951, dopo una lunga collaborazione con Marco Zanuso, inizia la propria attività professionale nel 1963, occupandosi di architettura civile, architettura degli interni e disegno industriale. Proprio nell'ambito del disegno industriale si è occupata in modo particolare del progetto di elementi per l'arredo e la tavola. Diverse sue realizzazioni sono presenti in musei ed esposizioni internazionali.

Per la Pavoni Cini Boeri, a differenza degli altri nomi illustri che l'hanno preceduta, non si occuperà di studiare il design di una macchina. We shall therefore touch on the machines that we deem most significant either from an aesthetic point of view or for particularly innovative technological features. Of course, dealing with design in the year 2000 is not exactly the same thing as it was in 1950.

As we interview Carlo Galizzi about his experience with Pavoni, we realise how today, even more than in the past, handling design involves keeping a constantly open dialogue with the market requirements, with the marketing sector, with new technologies and new materials.

This is a complex task, whereby only if we skilfully manoeuvre through constraints and opportunities can we obtain products capable of winning the challenges put forward by the market and (why not?) also by time. In the '90s the history of Pavoni was enriched by another big name from the field of design: Cini Boeri. Having earned a university degree from the Milan Polytechnic in 1951, after a long period of cooperation with Marco Zanuso, she started her own professional activity in 1963, in the field of civil architecture, interior architecture and design. As part of her work in the industrial drawing sector, she got involved in designing elements for interior decoration and the table. A number of her accomplishments are on display at museums and international exhibitions.

For Pavoni Cini Boeri, unlike other famous designers who had come before her, did not study the design of a coffee machine but that of a coffee

Modello "Opera"
"Opera" model

per caffè, bensì di una caffettiera. La Pavoni, sin dagli esordi, produrrà, accanto alle sue celebri macchine, anche caffettiere che, seppure ovviamente meno interessanti dal punto di vista tecnologico, sono comunque interessanti testimonianze dell'epoca in cui sono prodotte. Agli inizi del '900 la Pavoni produce la caffettiera a pressione di vapore Ideal, in ottone nichelato e riscaldamento con fornello ad alcol. Costituita da un contenitore d'acqua con un filtro per la polvere di caffè ed un tubo pescante.

L'acqua riscaldandosi attraversa la polvere di caffè e tramite il tubo pescante il caffè arriva ai beccucci esterni.

Negli anni '30 il modello, pur conservando lo stesso principio fisico, viene integralmente modificato ed il riscaldamento dell'acqua si ottiene tramite una resistenza elettrica. Nel 1991 Cini Boeri disegna Opera, una caffettiera a pressione di vapore, realizzata in acciaio inox.

E' costituita da due corpi distinti: una caldaietta sulla quale si avvita un contenitore sferico. L'applicazione di un disco piatto in rame alla base della caldaietta favorisce la termoconduzione. Nella caldaietta è sistemato un filtro per la polvere di caffè, l'acqua riscaldandosi produce una pressione che la spinge attraverso la polvere di caffè nel contenitore sferico. Opera è realizzata in due diversi modelli per quattro e sei tazze di caffè, ed è dotata di appositi riduttori che permettono di ottenere anche solo 2 o 3 tazze.

maker. Ever since its earliest years, while producing coffee machines, La Pavoni also manufactured coffee makers. Even though less interesting from a technological point of view, these items represent in any case interesting mementos from the period they belong to. In the early years of the twentieth century, Pavoni produced the steam-pressure coffee maker Ideal, in nickel-plated brass, with alcohol-stove heating. It was made up of a water container with a filter for the coffee powder and a tube. By heating, the water went through the coffee powder and then, by means of the tube, the coffee reached the outside spouts. In the '30s, while preserving the very same physical principle, this model was fully modified and water heating was obtained through an electrical resistance.

In 1991 Cini Boeri designed Opera, a steam-pressure coffee maker in stainless steel. It was made by two separate bodies: a small boiler on which a spherical container was screwed. The application of a flat copper disc at the bottom of the little boiler aided heat conduction. In the small boiler was a filter for the coffee powder; as it heated, the water produced pressure which pushed it through the coffee powder in the spherical container. Opera was made in two different models, designed for four and six cups of coffee, and was equipped with special reducers which made it possible to reduce the output to 2 or 3 cups.



Modello "P.90"
"P.90" model



Modello "P.6"
"P.6" model



Modello "P3"
"P3" model

Modello "Pub"
"Pub" model



E' realizzata in due versioni: acciaio inox 18/10 o rame e ottone. Questa moka è stata studiata nei minimi particolari: l'impugnatura in acciaio scavato impedisce l'accumulo di calore ed il trattamento con nichel alimentare all'interno della caldaietta evita l'ossidazione dei materiali. Di nuovo siamo di fronte ad un prodotto che mostra di essere curatissimo, non solo per l'originale design affidato ad un grande nome, ma per la scelta e lo studio dei materiali utilizzati.

Anche in un prodotto "minore" (non dimentichiamo infatti che la Pavoni si occupa principalmente di macchine per caffè espresso!) La Pavoni si impegna per ottenere la massima qualità possibile in ogni aspetto.

Osserviamo la produzione Pavoni professionale. Fino al 2000 esteticamente le macchine si presenteranno molto semplici e lineari. Ormai la macchina da bar verrà posta in nicchia dietro il bancone, in questo periodo la ricerca di un'estetica accattivante riguarda maggiormente la serie domestica.

Si susseguono le serie P90, P91, Compact, P/uno, P/sei, P/tre, Pub. Tecnicamente da segnalare l'introduzione della dosatura elettronica nel 1989 e, col passare degli anni, lo sviluppo di funzioni sempre più sofisticate.

It was made in two versions: one in 18/10 stainless steel and one in copper and brass. This coffee percolator was planned out in detail: the handle in hollow steel prevented heat build-up and the nickel-plating inside the boiler prevented material oxidation.

Once again, we are dealing with a product that proves very carefully designed, not only for the original creative input of a big designer, but for the careful selection of the materials employed. Even with a relatively "minor" product (let us keep in mind that Pavoni chiefly deals in espresso coffee machines!) La Pavoni commits to achieve the maximum possible quality level on all fronts.

Let us take into account the Pavoni professional production.

Up to the year 2000, the machines appeared very plain and linear. The coffee bar machines are now placed in a recess behind the bar, whereas the search for a captivating look is now more greatly concerned with the home-use machines.

The ranges produced are in sequence P90, P91, Compact, P/uno, P/sei, P/tre, Pub.

From a technological point of view, we need to mention the introduction of electronic dosing in 1989 and, as the years went by, the development of increasingly sophisticated functions. Metal materials still have the better of plastic.

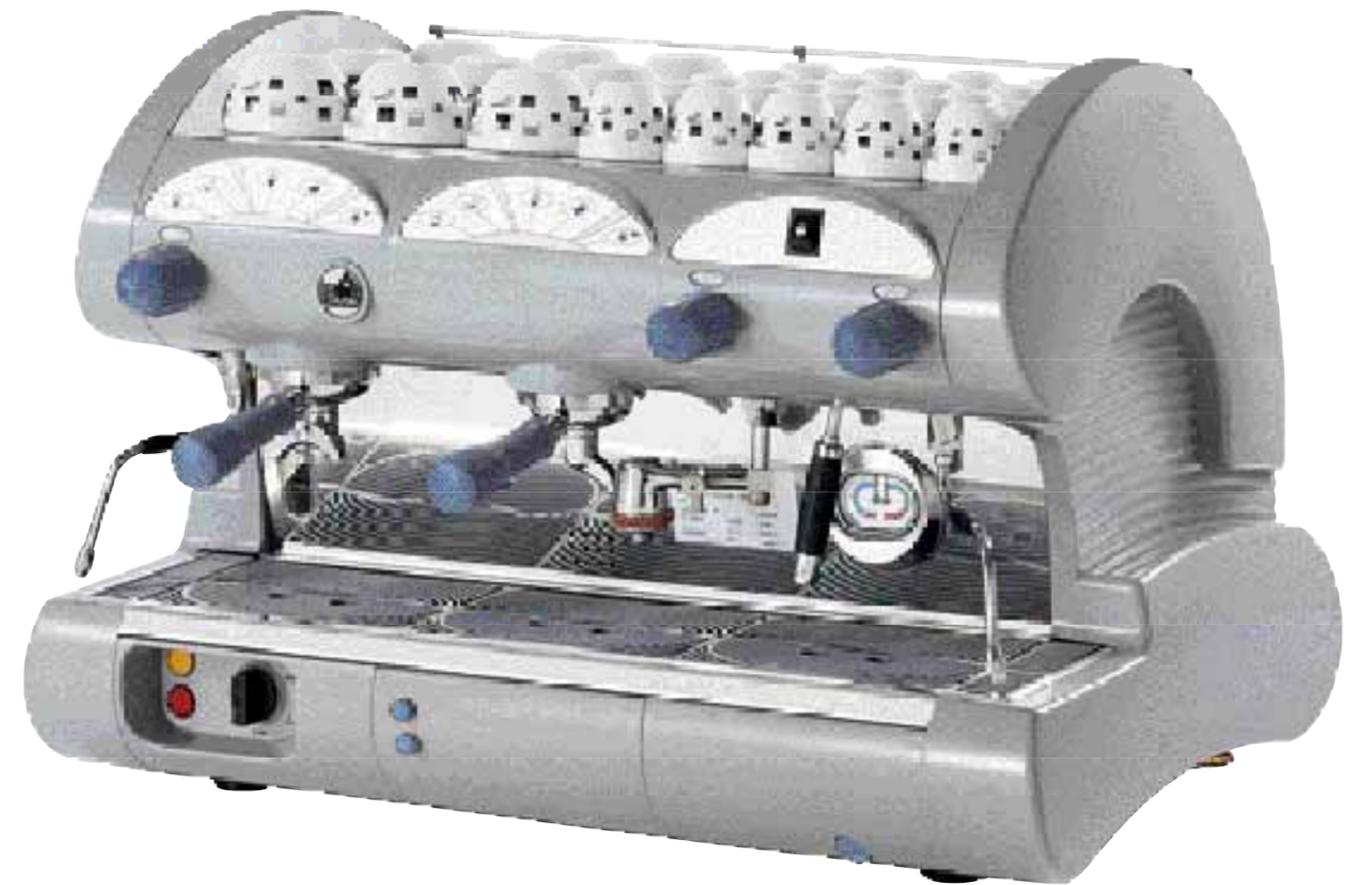
Modello "Bar TV3"
"Bar TV3" model



Modello "Bar Automatic EC"
"Bar Automatic EC" model



Modello "Bar Semiautomatica"
"Bar Semiautomatica" model



I materiali metallici hanno ancora la meglio su quelli plastici. Negli anni '90 continua il successo delle elettroniche nelle linee Bar e Pub. Nel 1993 verranno proposte le prime macchine superautomatiche. Nel 1994, La Pavoni è tra le prime aziende sul mercato ad utilizzare materiali termoplastici. Le linee attuali delle macchine sono: Pub Automatic, Bar Automatic, Daytona.

Queste macchine sono in grado di macinare caffè, erogarlo, espellerne i fondi con la semplice pressione di un pulsante.

La dosatura elettronica permette di ottenere diversi tipi di espresso dalla concentrazione ideale.

Grande successo di questi modelli si riscontra sul mercato estero, dove la preparazione manuale dell'espresso creerebbe forse qualche problema. Il modello Bar Automatic è stato realizzato in materiale termoplastico su disegno di Carlo Galizzi, nel 2002, ed è caratterizzato da una linea arrotondata che si stacca da quelle in metallo dal design spigoloso.

L'ultimo "gioiello" tra le superautomatiche è il modello Daytona del 2004. La macchina, costruita esternamente in materiale termoplastico, è dotata di un gruppo caffè automatico, di un pannello di comando con molteplici funzioni e programmazioni personalizzate e di una smart card multifunzionale. Ha una capacità di erogazione oraria fino a 240 tazze di caffè.

In the '90s, the success of the electronic machines continued with the Bar and Pub ranges.

In 1993, the first superautomatic machines were introduced. In 1994, La Pavoni was among the first companies on the market to employ thermoplastic materials. The current lines were: Pub Automatic, Bar Automatic and Daytona.

These machines were able to grind coffee, deliver it and eject coffee grounds as a result of simply pressing a button.

Electronic dosing made it possible to obtain different kinds of espresso coffee with an ideal concentration. These models are very popular on foreign markets where manual preparation of espresso coffee may possibly create some problems.

The Bar Automatic model is made in thermoplastic material and was designed by Carlo Galizzi, in 2002; it displays a rounded line, which is different from the angular design of certain metal machines. The latest "gem" among the "superautomatiche" is the Daytona model launched in 2004. The machine, whose outside is made in thermoplastic material, is equipped with an automatic coffee unit, with a control panel offering multiple functions, personalised programming possibilities and a multifunctional smart card.

It has an hourly delivery rate of 240 cups of coffee.

Tra le macchine tradizionali stanno avendo molto successo le nuove versioni delle linee Bar, Pub, Caffè e Hotel.

Negli ultimi decenni la linea domestica acquista rilevanza sempre maggiore all'interno della produzione Pavoni.

Un nuovo mercato con nuove esigenze. Tecnologicamente macchine che non hanno nulla da invidiare a quelle professionali, talvolta addirittura con tecnologie più sofisticate per rispondere alle necessità di miniaturizzazione (case più piccole-cucine più piccole-spazi sempre più limitati del moderno abitare) ed esteticamente sempre più curate.

Abbiamo già ampiamente rilevato, come la precedente attenzione estetica verso le macchine per caffè per esercizi pubblici sia andata scemando dagli anni '50 in poi.

Nel settore domestico questo sforzo torna, muovendo da esigenze diverse.

Innanzitutto il contesto odierno, lo scenario della società contemporanea bombardata da input visivi, ossessionata dalla bellezza e, paradossalmente, sempre più assuefatta ad essa, impongono sforzi sempre maggiori per rispondere alle esigenze di una clientela cresciuta nella cultura dell'immagine. La bellezza diventa un dictat, un' esigenza anche quando si parla di macchine per caffè.

Among the traditional machines, great success is being met with by the new versions of the Bar, Pub, Coffee and Hotel lines.

Over the last decades, the home line has acquired increasing importance within the Pavoni production.

This is a new market sector with new requirements. From a technological point of view, the coffee machines for home use are in no way inferior to the professional ones; occasionally they even display more sophisticated technologies in order to meet the needs brought about by miniaturization (smaller houses – smaller kitchens – increasingly smaller spaces made available by modern living standards).

From an aesthetic point of view, home machines prove increasingly attractive.

We have already mentioned how the previous care devoted to the looks of coffee machines designed for commercial businesses had been increasingly dropping as from the '50s. In the home sector, this care reappears as a result of different requirements.

First of all, the contemporary context, whereby our society is bombarded by visual inputs, obsessed by beauty and, ironically, increasingly addicted to it, causes us to make increasing efforts to comply with the requirements of customers, who were born and have grown with this cult of image. Beauty has become a must, a prerequisite even in the field of coffee machines.

Nella linea domestica resta costante la produzione dei modelli storici a leva Europiccola e Professional che riscuotono sempre un enorme successo. Non parliamo di un successo in termini meramente commerciali, siamo di fronte ad una più ampia operazione mediatica-comunicazionale portata avanti con estrema intelligenza dalla Pavoni nell'arco degli ultimi vent'anni e che ha sortito esiti nettamente superiori a quelli auspicati.

Nel momento in cui la Pavoni decide di continuare ad investire nella produzione di queste macchine che, diciamo, sono comunque un prodotto elitario e difficile, lontano anni luce dalle logiche del mass marketing, è spinta unicamente dalla volontà di continuare a produrre macchine di grande valore e qualità, una scelta in fondo non troppo diversa da quella di uno stilista che continua a credere nell'importanza della Haute Couture pur sapendo di fatturare soprattutto Pret-à-porter.

Ma l'esito di tale operazione è ben diverso: le macchine a leva Pavoni creano ed autoalimentano il proprio mito.

Esteticamente gradevoli, soddisfano il bisogno di "bellezza antica, di gusto retrò" tipico dei nostri anni, nello stesso tempo ripropongono il fascino e la poeticità di un gesto, "farsi un espresso", che poco ha a che fare con il premere un pulsante di una superautomatica! Ormai da

The home range constantly includes the production of the historical lever-operated models Europiccola and Professional, which are always extremely popular. This is not merely a commercial success, but also the result of a broader media and communication operation which Pavoni has conducted in an extremely intelligent way over the last twenty years and which has yielded significantly superior results compared to the expected outcome.

When Pavoni decided to continue investing in the production of these machines, which (we need to acknowledge) are elitist and difficult articles, light-years away from the mass marketing logic, it was only led by the desire to continue producing high-value and high-quality machines, a choice that is not much different from that of a stylist who continues to believe in the importance of the Haute Couture, even though he invoices above all Pret-à-porter. But the outcome of this decision is quite different: the Pavoni lever-operated machines create and fuel their own myth. These machines, which are aesthetically attractive, satisfy the need for "an ancient beauty and a retro taste" typical of our years and, at the same time, they revive the charm and poetry of "making oneself a cup of coffee" which has little to do with pressing the button of a superautomatica!

Modello "Europiccola"
"Europiccola" model

Modello "Professional"
"Professional" model



Modello "Tua"
"Tua" model



anni sia l'Europiccola che la Professional vengono proposte in diverse versioni per il gusto di chi vuole una macchina ricercata dal design più sobrio, con rifiniture in rame, ottone, legno.

Una Professional Pavoni del 1974 fa bella mostra di sé al Museo d'Arte Moderna di New York, forse questa è la legittimazione che ci consentirebbe di definirla arte? Rispondere a questa domanda sarebbe davvero troppo difficile, perlomeno presupporrebbe una definizione ben precisa di cosa è arte e cosa non lo è.

In un periodo in cui i canoni sono saltati la questione si complica eccessivamente... possiamo però decretare il successo di questa macchina e, se non possiamo definirla con certezza oggetto d'arte, possiamo affermare con sicurezza di trovarci di fronte ad un "oggetto del desiderio". Nella contemporaneità il cinema è il luogo per eccellenza di proiezione di desiderio per l'inconscio collettivo.

Il cinema, arte più attuale che mai, è capace nell'immediatezza dell'immagine di mostrarci ciò che vogliamo vedere (soprattutto se parliamo di un certo cinema americano o comunque commerciale); proprio al cinema fanno il loro ingresso le Pavoni.

Troviamo la Professional e l'Europiccola in molte produzioni Hollywoodiane dagli anni '70 ad oggi: "007 Live and let die" nel 1973; For years now both Europiccola and Professional have been presented in different versions to satisfy the taste of those who like a refined machine by the plain design, with elements in copper, brass and wood.

A Pavoni Professional model from 1974 makes a fine show at the Museum of Modern Art in New York. Will this authorise us to describe it as a work of art? Providing an answer to this question would really be too difficult; it would at least involve a clear definition of what art is and what it is not. At a time in which rules are no longer available, the question becomes even more complicated. We are however in a position to state that this is a successful machine and, even though we are unable to state for certain that it is a work of art, we can at least safely say that it is something that meets with people's desire.

In today's world, the cinema is par excellence the place in which the collective unconscious projects its desires.

Cinema is an art which is more topical than ever, capable through images to show us what we wish to see (especially if we consider a certain sector of American or at least commercial cinema); and movies are circumstances in which La Pavoni has made its appearance. We find the Professional and Europiccola models in many Hollywood productions from the '70s to today: "007 Live and let die" in 1973; "Ransom" in

Modello "Espresso Cappuccino"
"Espresso Cappuccino" model



Modello "Espresso In"
"Espresso In" model



“Ransom” nel 1996; “Il talento di Mr. Ripley” nel 1999; “About a boy” nel 2001, solo per citarne alcuni.

Le Pavoni vantano testimonials d’eccezione appartenenti ai campi più disparati: il premio Nobel Renato Dulbecco, la cantante Janet Jackson, il re di Svezia... Vendute in ogni parte del mondo nelle catene più conosciute (Harrod’s, ad esempio), la presenza mondiale di macchine a leva è stimata in 400-500 mila pezzi.

Alcune di queste macchine hanno più di trent’anni (ecco banalmente in cosa consiste la qualità!) quindi...lunga vita alle macchine a leva!

La linea domestica non si esaurisce certo nei modelli a leva.

Linee altrettanto popolari sono state trovate per le macchine ad erogazione, dotate di una piccola pompa ed una caldaietta tenuta a temperatura costante tramite termostati. Nel 1990 esce sul mercato il modello Tua.

“Tua: il modo più elegante di offrire il caffè” questo l’headline per una macchina di dimensioni davvero ridotte e di semplice utilizzo.

Anche per la linea domestica dagli anni ‘90 in poi il design delle principali macchine sarà curato da Carlo Galizzi, che esordirà con il modello La Pavoni nel 1987. Il materiale termoplastico che caratterizza la macchina permette maggiore libertà formale e quindi un design

1996; “The talented Mr. Ripley” in 1999; “About a boy” in 2001, to name but a few. The Pavoni machines have had very special endorsers from the most varied fields: Nobel-prize holder Renato Dulbecco, the singer Janet Jackson, the king of Sweden... The worldwide presence of lever-operated machines, which are sold all over the world and in the best-known points of sale (such as Harrods, for instance), is estimated to be in the range of 400-500,000 pieces. Some of these machines are more than thirty years old (here is what quality can merely consist of!). So, long live the lever-operated machines!

Of course, the home line is not restricted to the lever-operated machines. Ranges which are just as popular have been created for the delivery machines, equipped with a small pump and boiler, kept at a constant temperature by means of thermostats.

In 1990, the Tua model was launched. “Tua: the most elegant way of offering a cup of coffee”: this was the headline chosen for a really small-sized machine which was very easy to use. As from the ‘90s, Carlo Galizzi also took care of the design of the main articles from the home line ranges, the first one being the La Pavoni model in 1987.

The thermoplastic material characterising the machine, allows greater formal freedom and hence a design displaying a softer outline. Despite

dalle linee più morbide. Malgrado la tecnologia produttiva evoluta, la macchina mantiene un costo contenuto. Nel 1998 riscuote molto successo un’altra macchina dal design innovativo-futuribile: Espresso Inn.

L’ultimo successo di casa Pavoni: il modello Cellini, anch’essa realizzata in materiale metallico con una particolare forma ellittica.

Macchina d’avanguardia sia per quel che concerne il design che per le tecnologie. Dotata di una resistenza a candeletta per il riscaldamento del gruppo erogazione, si attiva all’accensione della macchina e consente di ottenere anche il primo caffè alla temperatura ideale; mantiene inoltre costante la temperatura del gruppo erogazione per i successivi caffè.

Nel giugno 2002 la celebre Cellini viene premiata dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Milano, con il “Premio all’innovazione di prodotto e di servizio nelle piccole e medie imprese”.

Un riconoscimento alla capacità d’innovazione mostrata dalla Pavoni con la Cellini, capacità che, come abbiamo già avuto modo di notare, è stata una costante negli ultimi cent’anni.

Siamo arrivati alla conclusione del nostro viaggio attraverso il secolo di vita Pavoni.

the advanced production technology, the machine maintained a reasonable cost.

In 1998, another machine displaying an innovative ultra-modern design met with great success: it was Espresso Inn.

The latest success from La Pavoni is the Cellini model, which is also made in metal and displays a special elliptical shape.

This is a state-of-the-art machine, from the point of view of both design and technology.

Equipped with a plug resistance for the heating of the delivery unit, it starts upon switch-on and ensures that even the first cup of coffee displays the ideal temperature; furthermore it keeps the temperature of the delivery unit constant for the cups of coffee that are to follow. In June 2002, the famous Cellini was awarded by the Milan Chamber of Commerce, Industry, Crafts and Agriculture “the product and service innovation prize for small and medium-sized businesses”.

This is an award for the innovation skills displayed by Pavoni with the Cellini model, skills which, as we have pointed out, have been a constant and distinctive feature over the last century.

We are now approaching the end of our journey through this century of Pavoni life.

Modello "Espresso Plus"
"Espresso Plus" model

Modello "Eurobar"
"Eurobar" model

Modello "Simpatico", "Simpaticissimo"
e "Simpaticone"
"Simpatico", "Simpaticissimo"
and "Simpaticone" models.



Modello "Domus Bar"
"Domus Bar" model

Modello "Bernini"
"Bernini" model

Modello "Daytona"
"Daytona" model

Modello "Romantica"
"Romantica" model



Cosa dobbiamo festeggiare di questi cento anni?

La presenza di un marchio per un così lungo periodo già di per sé sarebbe da festeggiare ma crediamo che questo nostro breve excursus abbia messo in luce caratteristiche e meriti che vanno riconosciuti a La Pavoni.

La capacità di un'azienda di dare una dimensione industriale ad un prodotto, la lungimiranza nel capire le esigenze di un nuovo secolo; la creazione e diffusione di una nuova cultura, la "cultura dell'espresso", in tutto il mondo.

Un'azienda che ha avuto costantemente tra i suoi valori il mantenimento di un'alta qualità di prodotto quanto un costante sforzo d'innovazione. Innovazione tecnologica e grande attenzione alla contemporaneità, la capacità interpretativa dello Zeitgeist di ogni epoca che si traduce anche nell'attenzione, nella cura estetica dei primi prodotti e del design.

Non è un caso forse che la storia Pavoni si sia incrociata con grandi nomi (come Giò Ponti) in questo suo percorso, probabilmente è solo la conseguenza della volontà di voler raggiungere sempre il meglio. La Pavoni di oggi continua ad essere attenta alle esigenze del mercato, dei consumatori e, più in generale, della società. Buon esempio di tutto ciò è sicuramente la costruzione di un ricchissimo sito Internet, capace

What shall we celebrate from this one-hundred year period?

The presence of a brand name for such a long period of time is already in itself something to celebrate; however we feel our brief excursus has pointed out Pavoni features and merits which should be acknowledged.

The ability of a firm to provide an industrial significance to its product and its far-sightedness in understanding the requirements of the new century; the creation and circulation worldwide of a new cultural awareness, that of espresso coffee.

Furthermore, this is a company that has constantly had among its values the need to stick to a high-quality product and to maintain a constant innovation effort. This results in technological innovation and great care for the current times, the ability to understand and interpret the Zeitgeist of each age, which also led to the attention and care devoted to the looks and to the design of the earliest products. Indeed, it may definitely be no coincidence that the Pavoni history has been linked to that of big names (such as Giò Ponti's) over the years. Possibly, this is simply the consequence of the will to always reach out for the best. Today La Pavoni continues to devote great care to the market requirements, of consumers and of society at large. A good example of all this can certainly be provided by La

di soddisfare esigenze istituzionali, commerciali, culturali. Nel sito, oltre alla presentazione aziendale, troviamo diverse pagine dedicate alla storia corredate da abbondante materiale fotografico, approfondite descrizioni dei prodotti, nonché la possibilità di acquistarli on-line. Cercando nella rete, ci si potrà fare l'idea di quanto sia conosciuta questa azienda nel mondo: troveremo per esempio, siti americani che spiegano, step by step, il funzionamento nonché l'utilizzo di una Professional così come siti giapponesi che propongono la Cellini o l'Espresso Inn. Dopo questo sguardo al passato ed al presente de La Pavoni, quale sarà la sfida per il futuro se non quella di continuare ad essere sempre, semplicemente, se stessa?

Continuare cioè a produrre quello che ha sempre prodotto, rimanendo fedele alla sua missione: macchine per caffè innovative e di alta qualità, anche se la scelta della qualità a tutti i costi forse l'allontana dalla possibilità di raggiungere un mercato più ampio convinta di voler produrre solo il meglio. Una celebre frase utilizzata tempo fa da un giornale tedesco definisce La Pavoni "Rolls Royce" delle macchine per caffè.

Ci piace utilizzare questa bella immagine per concludere il nostro viaggio:

La Pavoni che, come una Rolls Royce, viaggia verso il futuro, portando con sé sempre la sua storia e il suo valore.

Pavoni's extremely rich Internet website, capable of meeting institutional, commercial and cultural requirements.

Besides making the company known, the website includes several pages devoted to the history of the company, furnished with abundant photographic material and in-depth product descriptions, as well as offering the possibility of online shopping.

By searching the web, we can get an idea of how well known the company is worldwide: for instance, we find American websites explaining, step by step, how to use and operate a Professional machine or Japanese websites offering the Cellini or Espresso Inn models. After this glance at the past and at the present of La Pavoni, what will the challenge be for the future if not that of continuing to be always and simply itself? - that is continuing to produce what it has always produced, loyal to its mission: innovative and high-quality coffee machines, even though the search for quality at all costs may somehow prevent it from reaching a broader market, in an effort to only produce the very best. A famous statement made some time ago by a German magazine described La Pavoni as the "Rolls Royce" of the coffee machines. We would like to use this nice image to close our journey: picturing La Pavoni that, like a Rolls Royce, travels towards the future always carrying its history and values.

Modello "Cellini"
"Cellini" model



Modello "Stradivari"
"Stradivari" model







Magazzino stoccaggio macchine
Machine warehouse

Uffici
Offices





Finito di stampare
nel mese di ottobre 2005
a Milano, Italia

Printed October 2005,
in Milan, Italy