

# Il lusso a miami diventa semiautomatico

DI TIZIANA NENEZIC\*

Sprezzante della recessione che ormai grava sui consumatori del globo intero, piomba a Miami il primo (e l'ultimo?) distributore semiautomatico di articoli di lusso. Ospitato dall'impeccabile lobby del Mondrian Hotel a South Beach, un cinque stelle di prima classe con viste mozzafiato della magic city, questo dispensatore di gratificazione immediata a caro prezzo si staglia bianco, laccato, luccicante e imponente come le porte di un paradiso consumistico (e anacronistico?). Il marchingegno è dotato di touchscreen technology e una gamma di opzioni frivole che include manette d'oro a 24 carati di Kiki de Montparnasse (la boutique più sexy e chic di tutta New York), esotici gilet fatti con piume di marabù, amuleti d'oro a forma di zampa di coniglio, corvette fiammanti... Altro che merendine farcite e bustine di Ciccio polenta! Il Semi-Automatic, come lo chiamano affettuosamente quei pochi che se lo possono permettere, vende persino automobili di ultralusso, e per la modica cifra di \$90,000 vi si può acquistare addirittura una Bentley (lo chauffeur è opzionale). Funziona così: si inserisce la carta di cre-

dito, si passa in rassegna il catalogo elettronico sull'apposito schermo e poi si pigiano i tasti corrispondenti ai propri desideri. Per gli oggetti di piccola e media taglia, un braccio meccanico all'interno del distributore preleva le selezioni consegnandole direttamente al cliente, proprio come accade con gli snack e le lattine di Coca-cola in vendita presso i distributori automatici per comuni plebei; mentre per gli articoli di una certa portata viene stampato un voucher al compratore col quale riscuotere l'articolo prescelto (ecco perché si chiama "semiautomatico"). Una raccomandazione: se il Semi-Automatic dovesse incantarsi, resistete all'impulso di scuoterlo con forza e soprattutto non prendetelo a calci: la diavoleria, installazione inclusa, è costata al Mondrian appena un quarto di milione di dollari. Fra la merce di lusso spiccano anche articoli relativamente a buon mercato, come la serie di T-shirts spiritose con slogan che si prendono gioco della recessione dilagante, perfette per quei pochi privilegiati che si possono permettere di ridere della crisi economica globale, ammanettati al volante di una Bentley nuova di concessionaria, ricoperti di piume di marabù. \*Inviata da Miami