

“Schat, haal jij nog eens wat champagne uit de automaat?”

Date : 10 februari 2019



Hij wordt wel eens de gouden graal onder de verkoopautomaten genoemd: de goudkleurige verkoopmachine in de receptiehal van het Ritz-Carlton, Naples hotel in Florida. De machine is gevuld met Imperial Brut en Imperial Rosé flesjes van 20centiliter Moët & Chandon. Kostprijs per flesje: 25 dollar. De vraag die trendwatchers zich stellen: is er een nieuwe hype geboren? Die van de luxe vending machines.

Het Ritz-Carlton, Naples moest in 2017 de deuren sluiten na de doortocht van hurricane Irma. Tijdens de renovatie kreeg de Moët & Chandon machine een plaats aan de receptie, mooi tussen twee bloemstukken. Gasten kunnen aan die receptie voor 25 euro een gouden munt kopen, kwestie van de leeftijdscontrole voor alcoholgebruik in de gaten te houden. De verdeelkast heeft een constante temperatuur van 0 graden celsius. Een zachte landing van de flesjes onderaan de machine zorgt er voor dat ze feilloos kunnen worden ontkurkt zonder verspilling.

De eerste champagneverdelers werd in de kerstperiode 2013 in een zelfbedieningszaak van Selfridges geplaatst in Londen. Het was ook al een initiatief van Moët & Chandon. De machine bood plaats aan 320 miniflesjes. Later dook de machine op in de All Bar One in Londen en in 2016 kwam de introductie in de VS in het Mandarin Oriental hotel, Las Vegas. De machines zijn nu vooral populair op digitale media. Mannen maken meer selfies met de champagneverdelers dan met hun vrouw, zo merkte één van de receptionisten op.