

Vetri e Profumi: un connubio perfetto (2ª parte)

Rinuccia Marabotto Cometto

Col Novecento nessun altro prodotto come il profumo è indissolubilmente legato al suo contenitore. Esso diventa una piccola opera d'arte, elemento di richiamo più importante del prezioso liquido contenuto, e di grande influenza per la moda ed il costume del tempo.

Inizia il sodalizio tra le Case di profumo ed i grandi artisti: il profumo ha un nome ed uno specifico flacone; per certi versi il "packaging" diventa più importante della fragranza stessa, risultando inimmaginabile senza il suo contenitore.

E' François Coty, profumiere d'avanguardia, che unisce il suo talento a quello di René Lalique trasformando i flaconi in raffinati oggetti d'arte. Lalique arriva al vetro improvvisamente allontanandosi quasi del tutto dall'arte orafa. L'avventura inizia nel 1908 con la richiesta di Coty di disegnare per il profumo "Effleuré" un'etichetta di vetro da inglobare ad un flacone di produzione Baccarat (C. Cerutti, 1993). Riuscito l'esperimento seguono ordini di flaconi completi, e tra questi "Styx", col pregevole tappo decorato da quattro vespe in rilievo destinato alla promozione delle Galeries Lafayette. Tutte le più importanti Maison si rivolgono a Lalique e le tipologie variano in base al periodo di creazione: nei primi due decenni appaiono leggere figure danzanti, animali, insetti alati, uccelli, fiori, foglie, nel periodo dell'Art Déco forme e decori risultano più stilizzati e geometrici ed i tappi possono essere assai più grandi ed elaborati rispetto al corpo. Il cristallo è generalmente trasparente o satinato e le decorazioni in basso rilievo, a volte, sono impreziosite da patine color terra di Siena o grigio-blu. Contemporaneo di Lalique è Lucien Gaillard che disegna e produce preziosi flaconi in vetro rosa satinato decorati a grandi corolle in rilievo, e con una di queste a fungere da tappo.

A Parigi tra le due guerre si affacciano nel mondo della profumeria i grandi sarti: Chanel, Lanvin, Patou, Schiaparelli, Worth, e da questo momento il binomio moda-profumo è inscindibile. René Lalique, nel 1924, idea per il couturier Worth la ricercata boccetta sferica in cristallo blu satinato con stelline in rilievo per il profumo "Dans la nuit", riprodotto poi anche in vetro incolore, e negli anni successivi, tra l'altro, l'originale Requête dal corpo sferico appiattito e lungo collo impreziosito da una decorazione dentellata blu: primo esemplare prodotto nel 1946 dal figlio Marc Lalique, subentrato alla guida dell'azienda.

Nel 1937 la stilista Elsa Schiaparelli ispirata dal manichino della diva americana Mae West che tiene nell'atelier di Parigi e sul quale realizza i vestiti, lancia il celeberrimo



Sopra: "Requête" con decorazioni blu e tre flaconi in cristallo incolore, Lalique, prima metà XX secolo.

Sotto: Vaporizzatore decorato a smalti; flacone e vaporizzatori patinati color terra di Siena e blu, Francia, primo quarto XX secolo.

profumo "Shocking" nell'originale "bustino" in cristallo.

Tra le grandi industrie vetrarie francesi si annovera la Pochet & du Courval strettamente legata alle più prestigiose Case di profumo. Nel 1933 mette a punto la prima linea di lavorazione semiautomatica che permette di produrre una elevata quantità di pezzi con inalterata qualità. Realizza per Guerlain una miriade di flaconi; nel 1900 i romantici flaconi "Fleuris", due anni dopo l'originale "Escargot" a corpo triangolare, poi il famoso "Bouchon cœur" e il raffinato "Chauve-Souris" per il profumo "Shalimar" ideato per l'Esposizione delle Arti Decorative del 1925. Del 1936 è l'originale forma schiacciata di "Montre" per l'acqua di Colonia.

Un'altra storia è quella di Henry Desjonquères, visionario e geniale industriale che la tradizione familiare spinge nel 1896 a continuare nel campo vetrario. Dopo la prima guerra mondiale ammodernò ed ingrandisce la fabbrica; nel 1924 trasferisce l'attività nel comune di Mers-les-Bains, e in mezzo secolo ha uno sviluppo folgorante. Per far fronte al mercato della profumeria che esplose si lancia in investimenti produttivi innovativi e nel 1939 acquista le prime macchine automatiche specializzandosi nella fabbricazione di flaconi per l'alta profumeria. Nel 1972 la Saint-Gobain e la Desjonquères si fondono diventando una delle maggiori vetrerie in questo settore con un alto standard qualitativo (M. Atlas et A. Monniot 1997).

Le Cristallerie Baccarat devono il successo certamente alla qualità del cristallo, ma anche alla collaborazione con validi artisti, basti ricordare tra tutti Georges Chevalier, ideatore d'innovative forme. Il nome Baccarat evoca profumieri come Guerlain, Coty, Houbigant, che all'inizio del secolo sono i tre "fari" che influenzano la storia del flacone da profumo. Per Guerlain figurano il "Quadrilobé" dalla linea essenziale, il famoso "Tartaruga" per "Parfum des Camps-Elysées" e il celeberrimo "Nœud papillon" blu o dorato per "Coque d'or". Ovviamente tra la clientela annovera altre firme prestigiose: Caron, D'Orsay, Gabilla, Lubin, Molinard, Schiaparelli. Dal 1920 circa, le Verreries Brosse producono con successo flaconi: basti pensare al mitico "N. 5" di Chanel del 1921 e la "Boule noir" per il profumo "Arpège" di Lanvin del 1927, entrambi ancora attuali.

Tra il 1920 ed il 1934 Les Cristalleries de Nancy creano flaco-

