

Il piccolo grande scrigno del profumo

Società. A Milano un museo privato raccoglie migliaia di esemplari da collezione e lotta da solo contro l'oblio. In vetrina una storia di costume ma anche economica: «Nel dopoguerra 150 aziende, poi il declino»

ROSARIA MARCHESI

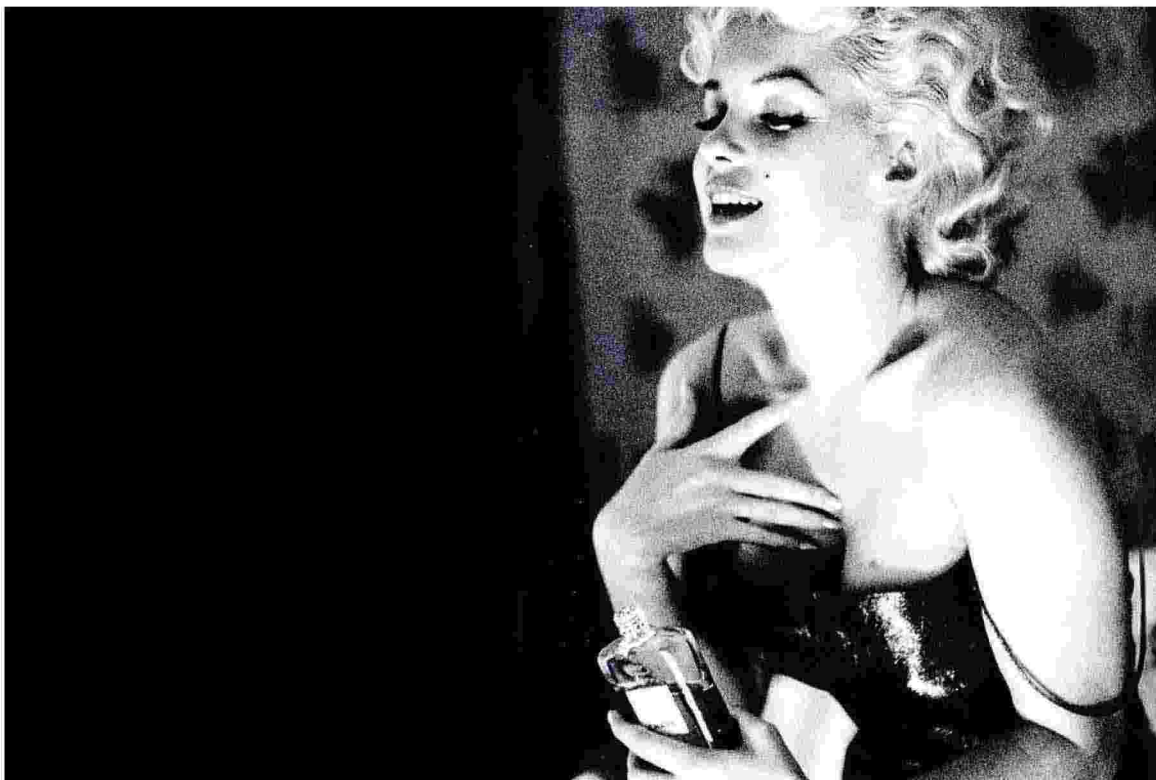
Un piccolo, grande Museo, è quello del Profumo, a Milano (via Messina, 55), unico nel suo genere in Italia. Gli spazi sono purtroppo ridotti (ha cambiato sede, ma le difficoltà permangono, è privato e non ha sovvenzioni), esposto nelle vetrine c'è solo il 20% di una ricchissima collezione di svariati e fascinosi flaconi, ciprie, creme, cosmesi varia, ma anche cartellonistica e immagini. Il resto è nei magazzini. La visita è solo su prenotazione ed è guidata dal direttore, Giorgio Dalla Villa, esperto di Profumeria d'Epoca.

Una storia che comincia trent'anni fa, con sette fondatori e oggi il Museo è anche Centro di studi sulla profumeria d'epoca (mondiale). Pure questo un unicum, come la ventennale rivista "Profumeria da Collezione". La curatrice del Museo è Daniela Candio, il "naso" Elisabetta Invernici. Il sogno nel cassetto: arrivare a creare un centro universitario che studi la storia del profumo, la creazione di essenze, il packaging, la pubblicità.

Nessuna scuola

Dalla Villa lo dice chiaro: tutto questo in Italia non esiste e se un giovane volesse studiare per diventare profumiere non c'è una scuola, a meno di andare a Grasse, in Francia. Guardiamo le vetrine (e viene in mente una vecchia canzone "Balocchi e profumi") e Dalla Villa continua: «Nessuno si è mai interessato alla profumeria d'epoca, dall'Ottocento agli anni Settanta del Novecento, argomento sconosciuto anche a Milano che ne è stata la culla». Ma quanti sono gli esemplari posseduti? «Arrivati a 50.000 - dice Dalla Villa -, abbiamo smesso di contarli...». In quelle vetrine c'è la Storia tout court. Un profumo ha una confezione firmata da un grande architetto, Carlo Scarpa, ci sono i quattro flaconi realizzati da Fulvio Bianconi, nella vetreria Venini, per il profumo "Le quattro stagioni", prodotto nel 1947 dalla Gi. V. Emme di Giuseppe Visconti di Modrone. Bianconi è poi diventato un grande dell'arte vetraria.

Spiega Dalla Villa: "Fino all'inizio del '900, per le case profumiere era importante il contenuto, non il contenitore. Nel 1907 François Coty (un corso, di origini liguri, che si chiamava Francesco Spotorno) chiede a



Marilyn Monroe e Chanel N°5: forse l'abbinamento più famoso di tutti i tempi. Nato quasi un secolo fa, resta il profumo più venduto al mondo

La curiosità

Visconti di Modrone L'innovatore italiano



Nel periodo in cui in Italia spopolava la "Violetta di Parma" Giuseppe Visconti di Modrone con la sua Gi. V. Emme ebbe il coraggio di osare, con due profumi fuori dagli schemi nostrani. Pensava ad una profumeria italiana, come Rosa Genoni (che

lui conosceva tramite la moglie) ad una moda svincolata da Parigi. Lanciò "Contessa azzurra", nome inventato da Gabriele D'Annunzio, nel 1910. Un profumo rimasto sul mercato fino agli anni Settanta.

Non solo, ma da consigliere della Scala fece in modo che vi si esibisse Mata Hari, con la sua danza dei veli, che svelava poi tutto e usò questo spettacolo e la vedette per il lancio dell'ancora più osé "Dimmi di sì", altro nome dannunziano. Le signore della Milano bene mandavano i mariti a chiedere alla sfortunata maliarda (poi fucilata come spia) il nome della fragranza "proibita", ma ambiziosissima. I loro flaconi sono esposti. Come un braccialetto porta cipria creato per splendida Joséphine Baker al suo esordio in Europa, nel 1926. Informazioni: museodelprofumo.it R.MAR.

René Lalique (con bottega di fronte alla sua, in place Vendôme a Parigi) una etichetta per un suo nuovo profumo. Lalique crea una etichetta in vetro, un piccolo bassorilievo, con una fanciulla che si materializza dal profumo e la incolla a caldo su un normale flacone rettangolare, nasce il primo flacone appositamente realizzato per un profumo».

Gli stilisti

Oggi sono gli stilisti che, grazie ai profumieri (e qui si parla di Grasse) lanciano nuove proposte nel settore. «Il profumo deve essere molto aderente al sociale - afferma Dalla Valle che di formazione è uno storico -, oggi i profumi durano per tre o quattro anni, ma esistono profumi che restano per più generazioni». Già come il mitico Chanel N°5. «Sì, ma non solo - specifica l'esperto -. Per esempio, Mitsouko di Guerlain è del 1917, Chanel N°5 è del 1921 (quasi un

secolo, eppure resta il più venduto nel mondo) ed è vero che Marilyn Monroe disse che per dormire indossava solo cinque gocce di questo, anche altri profumi hanno ancora i loro acquirenti. Shalimar è del 1925, Arpège del '27 e Joy del '31. Un profumo si "indossa" come un abito».

Ma ci sono profumi che sono legati a particolari momenti storico-sociali. «È il caso di Patchouli, indossato da tutte le ragazze negli anni '70, oppure per uomo (oggi è normale che un uomo usi il profumo) Brut negli anni '50/'60 e prima Victor lanciato dalla Gi. V. Emme nel 1945, con un successo europeo». Chi sono i "nasi" e che caratteristiche hanno queste persone?

«Naturali, di solito si dice che un naso ha nella sua mente olfattiva circa 3.000-3.500 odori e/o profumi, prima di iniziare a realizzare un profumo manualmente, lo crea nella sua mente». Al Museo si vedono stupendi

esemplari, si ascolta la storia, ma non ci sono "assaggi" olfattivi. Francesi e italiani per anni produssero profumeria quasi in parallelo, poi nostri "cugini" decisero di lanciarsi su fragranze molto più sensuali, con nomi seduttivi «per una donna che voleva conquistare l'amato. Gli italiani, invece, crearono profumi per la donna che voleva sapere di buono».

La nostra storia

Una vicenda che fotografa la nostra storia, anche se pure da noi gli innovatori non mancarono, come lo stesso proprietario della Gi.V.Emme. La profumeria italiana ebbe ancora il suo cuore in Milano anche in tempi recenti. «Nel secondo dopoguerra - conclude Dalla Villa - Milano e il suo hinterland avevano 150 aziende che si occupavano di profumi e di cosmesi e li distribuivano in tutta Europa». Poi il declino e l'oblio, fino alla nascita del Museo.



MASSIMARIO MINIMO di FEDERICO RONCORONI

Parlare d'amore fa bene all'amore

Una ragazza intelligente lascia prima di essere lasciata. Marilyn Monroe