

# Nel giardino delle meraviglie tra otto profumi dimenticati

Le installazioni di design e nuove fragranze fanno rinascere essenze scomparse dal mercato

di **Silvia Nani**

**E**tereo, impalpabile, eppure permanente. Concentrato di elementi voluttuari ma capaci di essere prepotentemente voluttuosi. Il profumo. Siamo abituati a sceglierlo irrazionalmente, per identificazione. Importanti ma non decisive, la suggestione del marchio e l'estetica affidata al flacone. Un'alchimia perfetta che nasce dal lavoro congiunto di un brand e del suo «naso». Persino se il marchio oggi non c'è.

Milano, Orto Botanico, giardino settecentesco nascosto alle spalle della Pinacoteca di Brera: in questo *hortus conclusus*, tra piante in fiore, arbusti, alberi da frutto, otto marchi di profumi dimenticati rinascono nella esposizione «The Garden of Wonders. A journey through senses», installazioni ideate da famosi designer con la regia dell'architetto Ferruccio Laviani, assieme a fragranze create per l'occasione. Gerald Ghislain, il «naso», l'artefice, si guarda attorno soddisfatto, lui che questa volta ha creato otto nuovi profumi dalla sintesi di suggestioni: brandelli di notizie su manifatture famose cento anni fa in Europa e oltreoceano ma decadute e poi scomparse con l'avvento delle grandi case profumiere, e la loro interpretazione fatta dai designer. «Un lavoro di puro istinto, lasciandomi trasportare esclusivamente dall'ispirazione», rivela.

Marchi dimenticati: di alcuni, le tracce si riducevano a rari documenti, per altri a qualche flacone transitato su Ebay o stampe di vecchie pubblicità. Di Waldes et Spol, fondato a Praga nel 1930, per esempio c'erano solo i nomi dei suoi profumi



**Creativo** Il profumiere Gerald Ghislain è l'autore delle fragranze di «The Garden of Wonders». È un famoso «naso» francese che nel 2000 ha creato il suo marchio di profumi Histoires de Parfums

di maggior successo e la foto di un flacone trovata per caso sul web, nient'altro: «Tord Boontjie si è ispirato alla psicanalisi che nasceva in quegli anni, con la rappresentazione suggestiva di uno studio freudiano», spiega Ghislain, mentre aspira il profumo che emana dall'installazione, «Patchouli, rosa, legno: nel mio immaginario questa è la Boemia». Per Lundborg's, marchio fondato nel 1850 a New York da un emigrante svedese, un ventennio di gloria, poi la cessione e la scomparsa: lo studio Lissoni lo rievoca ricostruendo un laboratorio di un profumiere-alchimista e flaconi citazione dell'epoca. «Il suo profumo più famoso era alla violetta. Io sono nato a Tolosa considerata la capitale di questo fiore, per cui ho pensato a una violetta contemporanea, che diventa «bianca» miscelandola con l'iris».

Koehler & Co, nato a Mosca nel 1862 come produttore di bevande ed essenze per caramelle, scopri poi l'etanolo, ingrediente nella manifattura dei profumi. Per il collettivo giapponese Nendo, due flaconi stilizzati evocativi del contrasto caldo-freddo del clima russo, la cannuccia blu o rossa

## I laboratori (immaginari)



### Misterioso

Un grande tavolo e un armadio pieno di flaconi di profumo e altri accessori tipici dell'attività di un alchimista: è il padiglione Kuriopotek, studio di un creatore di profumi immaginato dal designer spagnolo Jaime Hayon per il marchio Felix Boissard

### L'incanto

Fino al 30 maggio nell'Orto Botanico di Milano rivivono marchi storici grazie a una mostra che mescola invenzione, mistero e nostalgia

