

**PROFUMI**

# Il flacone è una **storia** d'amore

Acqua di Parma ha scelto un re di Instagram (amante dell'Italia) per i disegni di un profumo icona

di **Luca Bergamin**

**G**li animali li ha sempre disegnati sin da quando era piccolo, come l'uccellino che l'artista Clym Evernden ha ideato e liberato affinché si posasse sulle confezioni dell'edizione speciale di Colonia, uno dei profumi che hanno stregato da qualche tempo i nasi più avvezzi alle essenze pregiate di Acqua di Parma. «Volevo sviluppare un carattere costante che potesse fluttuare su tutta la collezione, qualcosa di naturale e animato, leggero e sofisticato — racconta nella boutique che il marchio possiede in Via del Gesù, nel quadrilatero milanese della moda —. Perciò eccolo protagonista di questo racconto grafico e visivo che riveste il flacone Art déco, in cui l'architettura dei palazzi si ispira alle dimore nobili e storiche italiane, accarezzate dalla luce che inonda

le facciate, attirando così festosi uccelletti».

Stuzzicato a disegnare su di un foglio di carta, l'illustratore mostra la rapidità della sua mano e la fantasia: il passerotto di Acqua di Parma compare in poche frazioni di secondo lunghe come un paio di battiti di ciglia, identico a quello che sul flacone del profumo pare sciare sotto un manto di stelle con una lunga sciarpa intorno al collo, oppure posizionato su di un calamaio con gli occhiali da sole come se fosse assiso sopra un belvedere, intento ad ammirare un paesaggio ameno. Così come lo vediamo posare di fronte alle arcate di un portico che ricorda molto La Scala di Milano, e ancora appollaiato sopra un lampione. Anche se la sua posizione preferita è mentre viene fatto volare tra le nuvole dalla matita di Evernden.

«Gli animali hanno istinto, sono internazionali, provocano reazioni nella gente, un po' come la tecnologia e un po' come i profumi», continua il disegnatore britannico, che ha

studiato fashion design alla Central Saint Martins di Londra e poi ha firmato artwork per brand globali da Samsung a Louis Vuitton, da Audi a Moët Hennessy, oltre ad avere disegnato per Tiffany & Co, The New York City Ballet.

E prosegue: «Per questo il mio metodo in questo lavoro è consistito nel mettermi il blocchetto davanti, annusare l'essenza Colonia. Ho sfiorato le confezioni, e quel giallo bello e forte che caratterizza il marchio mi ha spinto quasi inconsciamente a disegnare un uccellino che avesse i contorni neri e il petto del medesimo colore di Acqua Di Parma. Ed è stato bello e immediato immaginarlo con la borsa portata a spasso appesa al becco come se stesse andando a fare shopping in queste stesse vie di Milano. Forse c'entra molto la mia infanzia: quante volte mi sono fermato a guardare le orme dei passerotti sulla neve, ho immaginato il viaggio dei volatili che migrano da un continente all'altro, ricordandosi il tragitto grazie ai loro radar. E poi non hanno una

vera terra propria o un cielo di cui possono dirsi proprietari, sono sempre un po' *in between*, un po' come me. Il loro indirizzo è l'universo, come per tutti noi».

Clym sente di avere pagato un piccolo balzello a quel de-

bito che ritiene di avere nei confronti dell'arte italiana e delle sue città: «Amo molto Napoli, il suo caos dinamico e il Rinascimento, Caravaggio. L'arte dei secoli passati — racconta ancora Clym — mi tocca molto nel profondo ed emerge nelle mie opere. La moda non può prescindere, anche nell'epoca di Instagram, dalla bellezza tramandata nei secoli. Lo dice un artista come me che disegna dentro i Caffè perché gli piace incontrare il respiro della vita contemporanea. Ora creerò una linea tutta mia, cominciando da t-shirt coi miei disegni, e magari, chissà, un uccellino dallo yellow sunshine dell'Acqua di Parma potrebbe posarsi sopra le mie magliette e continuare ovunque il suo volo profumato».

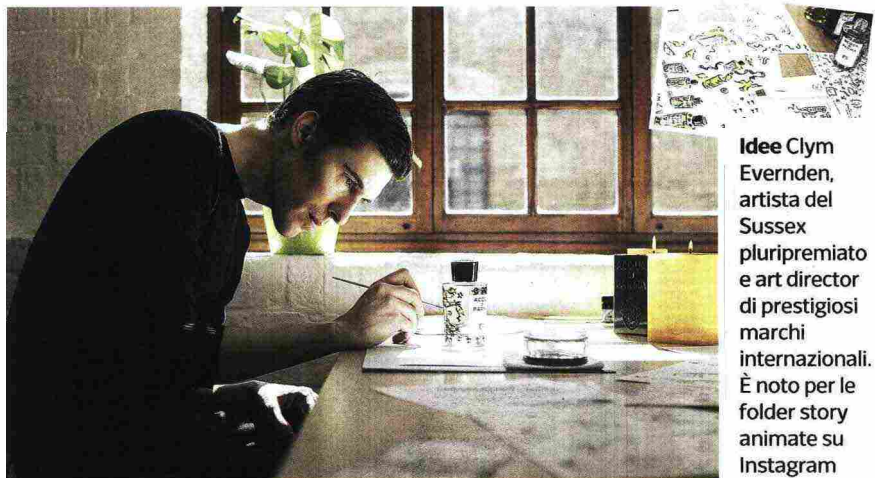
© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Volatili**

«Migrano da un continente all'altro, ricordandosi il tragitto grazie ai loro radar»

**Voli di fantasia**

Clym Evernden ha ideato un uccellino per l'edizione speciale della celebre Colonia



**Idee Clym**  
Evernden, artista del Sussex pluripremiato e art director di prestigiosi marchi internazionali. È noto per le folder story animate su Instagram seguite da più di 85mila follower

# Emma Stone e Sam Mendes, due acchiappa-sogni da Oscar

L'attrice e il regista per il video del profumo Vuitton. Che unisce il viaggio vero a quello metaforico

di **Flavia Fiorentino**

**G**razia, bellezza, ma anche grinta e coraggio per affrontare un mondo sempre più complesso e globale. Con questo intento iconografico Louis Vuitton esordisce nella sua prima campagna video dedicata a un profumo (il nono della collezione Les Parfums). E per celebrare la capacità di stupire di *Attrape-Rêves*, («Acchiappa sogni») creato dal mastro profumiere Jacques Cavallier Belletrud, con note brillanti e sensuali, sorprende con un corto interpretato e di-

retto da due premi Oscar: Emma Stone e Sam Mendes.

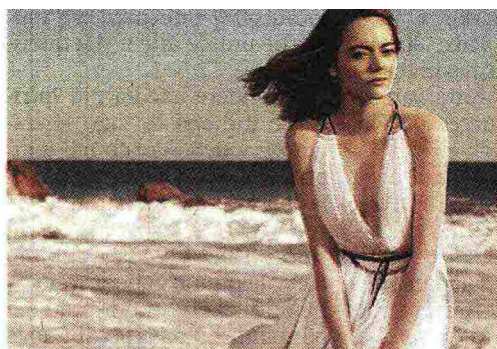
La talentuosa attrice di *La La Land*, già testimonial per abiti e accessori della maison francese, è protagonista di un viaggio attraverso diversi momenti della vita di una donna: al lavoro in classico tailleur, mentre cammina su una spiaggia con abito in chiffon celeste dello stesso colore del cielo, leggiadra sul maestoso palco di un teatro, incuriosita dai riflettori. E poi ancora, abbracciata a una bimba dai capelli d'oro in sella al cavallo di legno di una vecchia giostra, mentre percorre al tramonto una bucolica scarpata erbosa o procede sicura sul tetto di un grattacielo. L'obiettivo del regista, assistito dal direttore

della fotografia Hoyte Van Hoytema, si sofferma però anche su immagini che ritraggono la star in un viaggio, tema da sempre caro a Vuitton, non solo metaforico: la Stone è alla guida di una cabrio vintage con baule di lusso sul retro e poco dopo avanza sorridente sullo sfondo di una pagoda che richiama l'Estremo Oriente.

Un percorso al femminile che rappresenta anche un caleidoscopio di emozioni e stati d'animo: la sensualità e il fascino si legano alla fiera di uno sguardo tenero e tenace che affronta l'ignoto. Ma si volge anche alla propria infanzia e al desiderio di essere madre. Come gli ingredienti preziosi di *Attrape-Rêves*, dal ca-

cao africano al bouquet di peonia e patchouli, si mixano tra loro in un rincorrersi di contrasti e scenari mutevoli, così il corto d'autore sprigiona nello spettatore sogni e aspettative.

Vincitore di cinque premi Oscar nel 1999 con *American Beauty* (tra cui miglior film e miglior regia), Mendes ritrova in quest'occasione Emma Stone che aveva diretto a Broadway in una versione rivisitata del musical *Cabaret*. A suo agio sia con il dramma psicologico (*Revolutionary Road*, *Jarhead*) sia nella realizzazione di produzioni spettacolari, come gli ultimi due episodi di successo della serie di James Bond, *Skyfall* e *Spectre*, oggi Mendes è anche un affermato regista teatrale.



**Premio Oscar**  
Emma Stone, è la testimonial della campagna, un cortometraggio firmato da Sam Mendes



**Attrape-Rêves**, «Acchiappa sogni», creato da Jacques Cavallier Belletrud, è il nono dei profumi femminili della collezione Vuitton

## Fragranza



**Originale** Acqua di Parma,

marchio simbolo dello stile di vita italiano, ha scelto la creatività di Clym Evernden (foto a destra) per un'interpretazione originale della fragranza icona, Colonia. Colonia Artist Edition (solo

100 pezzi numerati) racchiude le note frizzanti e solari di limone, bergamotto di Calabria e arancia dolce. Nel cuore della fragranza si incontrano le essenze fiorite della lavanda, della verbena e

della rosa bulgara. E nel fondo le note di vetiver, sandalo e patchouli. Per i disegni del flacone, con protagonista un uccellino, l'artista si è ispirato ai palazzi italiani inondati di luce



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.