

**Tradizioni** L'azienda Jewels' Joy da Milano si è trasferita in città per riproporre la nobile fragranza

## La Violetta di Parma celebra i 200 anni dell'incoronazione della Duchessa

**Il profumo** caro a Maria Luigia sarà rilanciato e accompagnato da gioielli e accessori

**Lorenzo Centenari**

L'olfatto e la vista, il profumo e il bijoux. Anche l'occhio vuole la sua parte, e così un prodotto storico come la Violetta di Parma si sottopone oggi a completo restyling. Ispirando inoltre una intera collezione di ornamenti donna, efficacemente coordinati sia in senso stilistico, sia filosofico. A ravvivare i colori del fiore prediletto di Maria Luigia è Jewels' Joy, giovane marchio di bigiotteria e accessori che da qualche tempo ha abbandonato la sede di Milano per trasferirsi definitivamente a Parma, patria di gran parte del proprio personale, nonché - dopotutto - della Violetta stessa. A Jewels' Joy, azienda membro del consorzio per la promozione della moda Parma Couture, si deve dunque non solo la rivisitazione in chiave «premium»

di uno dei simboli più conosciuti della tradizione ducale parmigiana, ma anche la moltiplicazione dei valori di freschezza ed eleganza racchiusi nelle sue particelle profumate in una esclusiva gamma di gioielli e accessori per la casa. Dalla collana agli orecchini, dal bracciale al ciondolo, lasciando spazio in ogni caso anche a prodotti più affini alla categoria merceologica della Violetta, come il profumatore d'ambiente e la saponetta decorata. Tutto questo mentre la città si accinge a celebrare il bicentenario (1816-2016) dall'incoronazione a Duchessa di Parma di Maria Luigia d'Austria. «Trovo che il punto di forza del progetto - sostiene Stefania Avanzini, titolare di Jewels' Joy - risieda proprio nella nostra linea di bijoux, accessori attentamente coordinati alla Violetta di Parma che invitano la donna ad associare all'Eau de

Parfum un set di gioielli che ne richiamino l'essenza». A distinguere Violetta di Parma by Jewels' Joy, anche l'etichetta «100% Made in Italy». «Il viola, colore dell'arte e della fantasia, è la tinta che la nostra azienda - aggiunge la Avanzini - ha tradotto in parure dai cammei incorniciati con cristalli preziosi e smalti retrò che rifioriscono sotto moderne resine cristalline. Per l'Eau de Parfum, invece, la fragranza resta quella originale voluta dalla Duchessa. La tradizione si intreccia alla massima modernità». Una Violetta da versarsi delicatamente su polsi e collo, ma anche una Violetta da infilare al dito o appendere al lobo dell'orecchio. Un «classico» torna ad essere prodotto a Parma, un fiore torna dove cadde il primo seme. E stavolta, promette un'esperienza multisensoriale. ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### La storia

## L'antica formula dei frati dell'Annunziata

«Effimera e romantica, blasonata e riservata. Così la violetta di Parma, un mito sbocciato in una realtà ancor più affascinante, ci riporta indietro nel tempo. Dalla passione della Duchessa agli alambicchi di una storica azienda del San Leonardo che ha fatto grande il nome della nostra città. Ma andiamo con ordine e torniamo alla prima metà dell'Ottocento. Esattamente a quando, tra il 1816 e il 1847, la sovrana austriaca Maria Luigia, seconda consorte dell'imperatore Napoleone Bonaparte, divenne amatissima reggente del Ducato di Parma, Piacenza e Guastalla. Lei, che seppe conquistare la fiducia

e l'affetto dei parmigiani, fu la prima estimatrice di questo fiore. Tanto che spesso era proprio la violetta a sostituire la sua firma nelle lettere ed era ricamata sul suo abito da sposa. Tutti i suoi mantelli erano di colore viola e - leggenda narra - anche i suoi paggi, la servitù e i cortigiani erano obbligati a vestirsi di questa tonalità. Fu proprio Maria Luigia la prima a studiarne l'essenza, nelle serre della Reggia di Colorno, sua dimora estiva, dove le violette venivano coltivate in gran quantità. Per soddisfare le sue richieste, i frati del Convento dell'Annunziata si diedero da fare finché non riuscirono a estrar-

re, dalla viola e dalle sue foglie, un'essenza profumata identica a quella che ha il fiore in natura. Nacque così la violetta di Parma, ancora oggi il simbolo della nostra città. Il profumo rimase un'esclusiva di Maria Luigia per lunghissimo tempo: una formula segretissima studiata solo per lei e solo a lei destinata. Solo successivamente venne il momento di allargare la cerchia dei fruitori e appassionati. E fu per opera di Ludovico Borsari, imprenditore lungimirante. Nel 1870 venne in possesso della formula e iniziò a produrre artigianalmente quello stesso profumo con l'idea di venderlo al pubblico. E nacque la

«casa del profumo», che sventava in via Trento. Fu un successo: in pochi anni la «Borsari» diventò la più grande industria di essenze italiana, conosciuta in tutto il mondo col marchio «Violetta di Parma». Oggi il punto vendita della collezione Borsari 1870 si trova in via Repubblica, nello storico negozio Parma color viola. Ma non più tardi del 2012, la violetta è stata protagonista del festival «Parma Color Viola», con la mostra monotelematica al Museo Glauco Lombardi e una nutrita serie d'iniziative spalmata tra città e la Reggia di Colorno. ♦ Ch.Poz.

© RIPRODUZIONE RISERVATA