



PARFUM-PACKUNGEN

weiß gepudertes Perücke zeigt ebenso die Parfums Ninon, die ihren Namen von Ninon de Lenclos, der berühmten Kurtisane aus der Zeit Ludwigs des Vierzehnten, entlehnt haben.

Die Firma Tolmer hat in diesem Sinne »alter Kunst« sehr schöne Schachteln geschaffen, deren Motive den großen legendären Fahrten vergangener Jahrhunderte entnommen sind. Diese Packungen, bei denen schon die Namen »Zaire«, »Für ewig«, »Abschied des Seefahrers« Erinnerungen wachrufen, zeigen sehr naive Bilddekorationen in starken lebendigen Farben voller heftiger Kontraste. Die ganze französische Volkssage, die Legenden, die Märchen haben hier als Stoff gedient.

Eine andere, auch recht köstliche Art ist die absolut moderne Tendenz, die hauptsächlich die Stilisierung des Dekors und die Vereinfachung der Formen erstrebt. Schachteln von rein geometrischen Formen, kubistisch, zylindrisch, dreieckig, pyramidenförmig. Hier wird die Originalität hauptsächlich durch die Kostbarkeit des Materials erreicht: Silberstoffe, Samte, Brokate, Hüllen, Beschläge und Verzierungen aus Edelmetallen, Platten aus gestanztem Kupfer und Messing und aus Email.

Schließlich zeigt besonders die Parfümeriebranche eine ausgesprochene Neigung zu absonderlichen Formen: Flakons in der Gestalt von

Ces coffrets, dont le nom lui-même est évocateur, »Zaire«, »Pour toujours«, »Le départ du marin«, sont décorés d'images naïves, violemment enluminées de vives couleurs, avec de brutales oppositions de tons. Tout le folklore français, les légendes, les contes, ont été utilisés de la même manière.

Une autre tendance, très riche elle aussi, est la tendance purement moderne qui vise surtout la stylisation du décor, et la simplicité des formes: boîtes au contour géométrique, cubiques, cylindriques, triangulaires, pyramidales. Ici l'originalité est obtenue surtout par la richesse de la matière employée: étoffes d'argent, velours, brocarts, gaines de métal précieux, ferrures, guillochages, estampages, cuirs et métaux repoussés, émaux.

Enfin, dans la parfumerie surtout, il faut noter une recherche extrême dans l'originalité des formes: flacons figurant des personnages ou des animaux, boîtes qui s'ouvrent comme une armoire ou comme un livre etc.

Mais là vraiment, l'on commence à s'écarter du programme que je m'étais tracé: il ne s'agit plus de paquetages, mais bien plutôt d'object d'art qui valent souvent beaucoup plus cher que le produit qu'ils recouvrent.

C'est toute l'industrie, tout l'art du cadeau. Et il faudrait consacrer à ce sujet une étude spéciale.