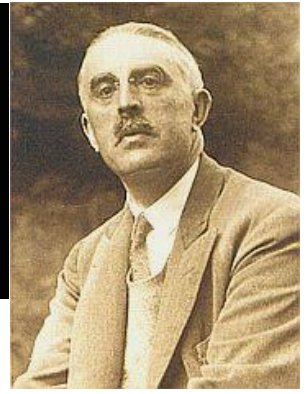


Julien Viard

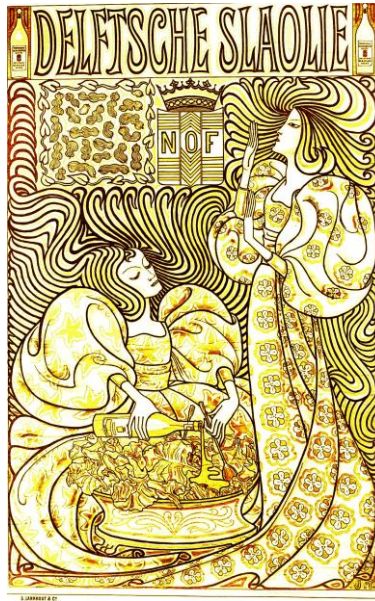


Createur des Flacons

Johan Soetens

In het algemeen laten kunstrichtingen weinig sporen na op het terrein van verpakkingsmiddelen. In de meeste gevallen is de vormgeving daarvan immers traditioneel of gebruiksgericht gebonden. Leerdam koestert natuurlijk de nalatenschap van een reeks ontwerpers van verpakkingsglas maar deze hebben geen gemeenschappelijk verband met enige stijlrichting.

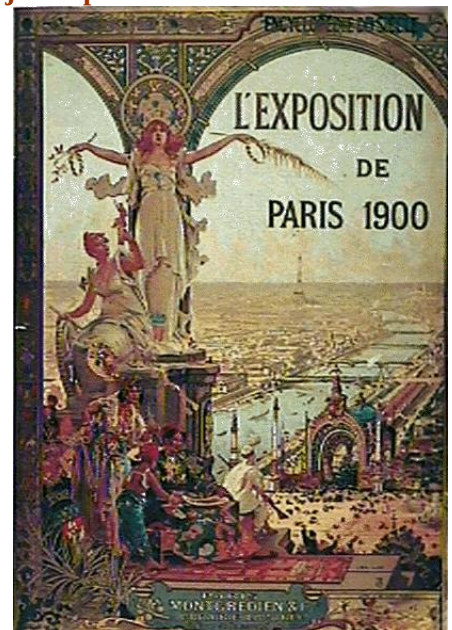
De grote uitzondering wordt gevormd door de Art Nouveau- en later de Art Deco kunststroming die vanaf 1900 het uiterlijk van de parfumverpakkingen grondig en voor altijd heeft veranderd. Het belangrijkste en meest bekende icoon daarvan is René Lalique. Diens positie is uniek als ontwerper die tevens twee glasfabrieken bestuurd: één nabij Fontainebleau en één (nog steeds bestaand) in de Elzas. Zijn oeuvre strekte zich uit naar een veelheid van glasobjecten en dito toepassingen en hij is in veel opzichten uitzonderlijk te noemen maar hij was beslist niet de enige die zich met het ontwerpen van flessen bezig hield.



Tegen het einde van de 19^e eeuw ontstond de kunstrichting die aangeduid wordt als 'Art Nouveau'. De naam komt van een destijds gelijknamig etablissement voor decoratieve kunst in Parijs, in die jaren het artistieke middelpunt van Europa. Het was een reactie op de vele imitatiestijlen zoals neogothiek en neo classicisme, de interieurs met pauwenveren, zware draperiën en verguldsels en de slordige massaproducten van de juist opkomende industrie.

Wij spraken hier in navolging van Duitsland trouwens eerder over 'Jugendstil' een term die ontleend was aan het sinds 1896 in München uitgegeven tijdschrift 'Die Jugend' waarvan de eerste jaargangen op karakteristieke manier waren geïllustreerd door de kunstenaar Otto Eckmann. Nadat de Nederlandse kunstenaar Jan Toorop voor de Delftsche Slaoliefabriek een affiche had gemaakt kwam hier tevens de term 'Slaoliestijl' in gebruik.

Art Nouveau werd gekenmerkt door het gebruik van golvende lijnen, of dat nu plantenstengels waren of vrouwenharen en door gestyleerde ornamenten, arabesken en Oosterse symboliek. In 1900 vond in Parijs gedurende zes maanden de *Exposition Universelle* plaats hetgeen algemeen beschouwd wordt als het hoogtepunt van de Art Nouveau beweging. Miljoenen bezoekers kwamen op deze tentoonstelling af om zich te vergapen aan al het moois dat daar te zien was.





**Boven: Pompeiaans fresco, 1^e eeuw. Rechts: Geslepen
parfumflessen, eind 19^e – begin 20^e eeuw. Fabrikaat Bacarat.
Hieronder: Glazen poederdoos D. 8,3 cm. uit 1920 en flacon
'Amour dans le coeur'**

Een van de toonaangevende producenten van parfumflessen was Bacarat, waar de flessen na gereedkomen zorgvuldig werden geslepen en gepolijst en van geslepen stoppers voorzien. Lalique daarentegen ontwikkelde onder invloed van de puissant rijke Corsicaan en parfumeur François Coty een productiemethode waarbij dit soort dure nabewerking achterwege kon blijven. Dat voerde tot een ware dijkdoorbraak in vormgeving want nu konden de parfumeurs hun product rechtstreeks aanbieden in een speciale, kunstzinnig vormgegeven flacon. Veel van deze luxe, voor de rijke klasse ontwikkelde Art Nouveau en Art Deco flacons hadden zorgvuldig ontworpen sluitingen waarvan een aantal de vorm hadden van miniatuur beeldhouwwerkjes. Niemand heeft meer van dit soort stoppers ontworpen dan Julien Viard die zich daarbij mede liet inspireren door het werk van zijn vader. Deze had in 1900 tijdens de zes maanden durende *Exposition Universelle* voor zijn bronssculpturen al een gouden medaille verworven.



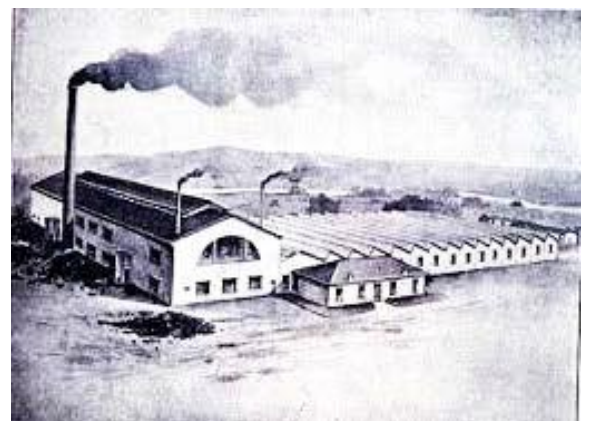


Boven van links naar rechts: Luxe stopper 'Garden of Kama' uit 1916. (Kama was de God van de liefde in India en speelt o.a. een rol in de Kama Sutra waarin naast vier en zestig manieren om de liefde te bedrijven ook tal van parfumrecepten staan vermeld teneinde de godin een handje te helpen). Verder: flacon 'Glyciane' uit 1925; Flacon 'Eva' uit 1920 en flacon 'Sentimental' uit 1922.

Hieronder: Flacon 'Fadette' (Richard Hutnut), 1923; Flacon 'Deauville' uit 1923 en 'l'Ambre des Pagodes' uit 1918.



Vader en zoon Viard waren na het einde van de Eerste Wereldoorlog een workshop begonnen waarin zij luxe parfumflessen bewerkten doormiddel van vergulden, slijpen, patineren, enz. Spoedig begon Julien zelf flessen te ontwerpen waartoe hij opdrachten kreeg van zowel glasfabrieken als parfumhuizen. In tegenstelling tot Lalique produceerde hij niet zelf. Buiten zijn werken in brons en de honderden door hem ontworpen parfumflacons en figuratieve stoppers zijn mij van hem geen werken bekend. Zijn ontwerpen werden uitgevoerd door o.a. de Cristalleries de Nancy (1920-1935) maar ook door de uit 1764 stammende Cristallerie Baccarat die onder dwang van de nieuwe stijlrichting hun oude traditie van zwaar geslepen flacons moesten loslaten.



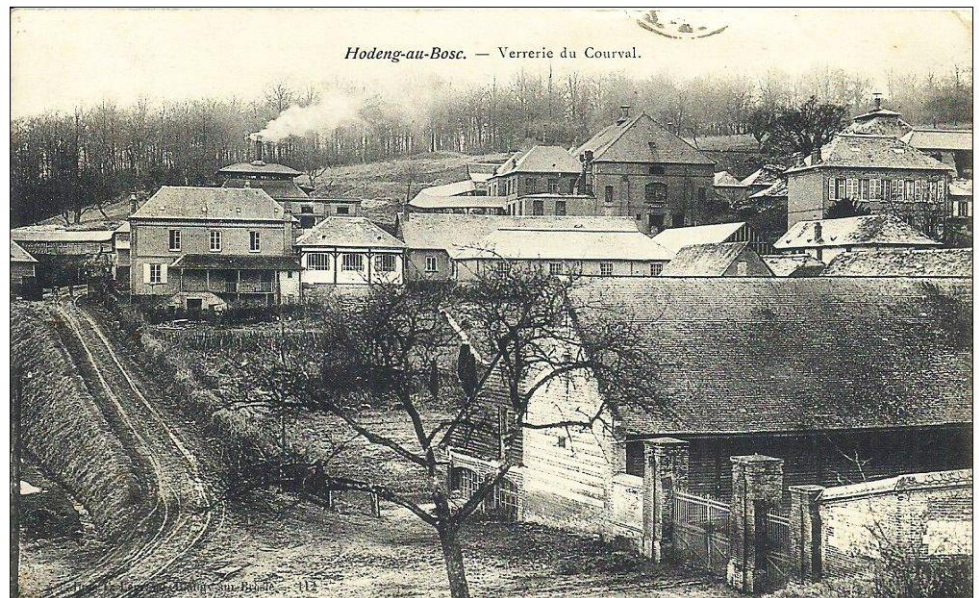


De Cristallerie Bacarat in 1910.
Rechts enkele bladen uit oude catalogi met 'Flacons de Toilette' en 'Garnitures de Toilette'.

Een belangrijke producent was het nog altijd bestaande Pochet & du Courval, gelegen in de oude glasmakersstreek van de Vallée de Bresle en met dertien vol-automatische productielijnen tegenwoordig waarschijnlijk Frankrijks meest prestigieuze flaconfabriek. Eén van mijn Franse studievrienden werd daar directeur en, zelf komende uit een bedrijf waar bierflessen en jampotten de standaard waren, heb ik vaak met bewondering staan kijken naar de ingenieuze en zorgvuldige manier waarop de productie daar plaats vond van wat, in vergelijking met de vroeg 20^e eeuwse flacons, toch vrij eenvoudige modellen waren.



De fabriek van Pochet et du Courval in 1920.



Een bijzondere verhouding bestond tussen Viard en het Parijse handelshuis annex glasproducent C. Depinoix & Fils waarvan de eigenaar, Maurice Depinoix, ook zelf flessen ontwierp. Het bedrijf verspreidde internationaal catalogi waaruit parfumbabrikanten een model konden kiezen, in combinatie met een keur aan fraai uitgevoerde stoppers. Daardoor komen Viard's ontwerpen onder verschillende fabrikantenamen en verschillende parfummerken voor. Door het huwelijk tussen Viard's dochter en de zoon van Depinoix werden de banden nog versterkt.





*Twee uitvoeringen van de flacon 'Gotic' uit 1920.
Boven: twee catalogusbladen van het 'glashuis' Depinoix.*

Ronduit spectaculair zijn de ontwerpen die Julien Viard maakte voor het Spaanse huis Myrurgia. Zijn flacon voor het nog altijd bestaande merk "Maja" had een sluiting die verwees naar de spuitende fonteynen van het Alhambra. De door Lalique ingezette trent om mét de fles ook de omhulling te ontwerpen voerde tot een reeks schitterend uitgevoerde en ingenieus vormgegeven verpakkingen. Dat alles was natuurlijk niet bestemd voor het gewone publiek maar uitsluitend gericht op de zeer rijke en uiterst verwende bovenlaag die telkens verrast wilde worden met nieuwe parfums en die iedere nieuwe trend direct in de vormgeving terug wilde zien, of dit nu de Egyptisch geïnspireerde mode betrof, na het ontdekken van Tut Anch Amon's graf in 1922, of het optreden van les Ballets Russes.



*Vier Viard ontwerpen voor Myrurgia.
Met de klok mee: 'Besame' (1922);
'Maja' (1920; 'Suspiro de Granada (1922);
'Promesa' (1925).*





Tijdens het Interbellum kon het voor de rijke bovenlaag niet gauw te luxe zijn en men was dol op Oriëntaalse motieven. Het bedrijf 'Parfums Madhva' had als toevoeging 'Parfums des Divinité's de l'Inde' en bracht vijf door Viard ontwikkelde flacons uit waarvan hier afgebeeld 'Parfum van de Dalai Lama van Lhasa'. De vergulde flacons waren uitsluitend in Parijs te koop. De veilingprijs voor dit model ligt tegenwoordig ruim boven die van een Engelse 'shaft and globe'.

Flacons met Egyptische motieven werden o.a. door het parfumhuis Ramses uitgebracht. Geheel rechts de flacon 'Ambre de Nubie' uit 1917 gebaseerd op een afbeelding van de godin Sekhmet.



En toen was het plotseling over.

Op 24 oktober 1929 stortte de New Yorkse beurs in en jaren van crisis zouden volgen.

Het betekende het einde van de meeste kleine parfummerken, waaronder het merk Lerys, eigendom van het Amsterdamse bedrijf J.C. Boldoot maar dat mocht niemand weten en was alleen bij de directie bekend. Geen Franse vrouw van allure zou zich immers gewaagd hebben aan een parfum van een Hollandse Eau de Cologne en hoedenlakverkoper!

Het betekende ook het einde van de dure ontwerpen en exclusieve omverpakkingen. Voortaan zou de stijl industriëler worden en dure dozen kwamen er alleen noch maar als kerstcadeautje aan te pas.

De glorie tijd van de exclusieve parfumflacon, ruwweg tussen 1919 en 1929, kwam ten einde en zou ook niet meer aan de moderne smaak tegemoet zijn gekomen. Gladder vormgegeven, industrieel vervaardigde flacons hebben de democratisering van het parfumgebruik begeleid maar wie zijn ogen de kost geeft in speciaalzaken of in de tax-free afdeling van een luchthaven kan zich nog altijd verbazen over de vormenrijkdom er van. De eenvoud van de moderne parfumverpakking is in wezen een schijneenvoud. De vroeg 20^e eeuwse exemplaren zijn inmiddels door verzamelaars felbegeerde objecten geworden en de prijzen zijn navenant.

U bent dus gewaarschuwd!

... et sur le mur de l'ombre

de vieux parfums redessinent leurs fleurs...

Daniel Boulanger, 1922-2014

SUMMARY



Julien Viard: Figurative stopper for the Gueldy flacon 'Prestige', 1918 / 1922.

JULIEN VIARD CREATOR OF PERFUME BOTTLES

The 'Art Nouveau' movement, named after a Parisian establishment for decorative arts, was a late 19th century reaction to the decoration of the neo-gothic and neo-classical interiors with their heavy draperies and mass-produced objects of the newly developed industry. The Parisian exposition *Exposition Universelle* (Paris, 1900) is considered the summit of the movement with millions of visitors who came to admire the many beautiful objects on show. One of the exhibitors was René Lalique, at that time one of the most famous goldsmiths of France, whose work was popular with the upper class as well as with famous artists such as the eccentric actress, Sarah Bernhard. In search of a material that would allow him to meet with less competition and imitation of his work as a goldsmith, he began to study the possibilities of making glass objects.

However, Lalique was not the only one that moved from metal work to the creation of glass objects. At that same *Exposition Universelle*, a gold medal was awarded to Clovis Viard (1857-1927) for his sculptures in bronze.

After the First World War, together with his son Julien (1883-1938), he opened a workshop where they gilded, polished and patinated perfume

flacons that were made in various glassworks. Soon Julien Viard started to design his own bottles for which he soon became quiet renowned, first and foremost because he proved to be the most prolific creator of figurative bottle stoppers. Partly, he found his inspiration in the bronze sculptures that his father had made. Other bottle designers also designed bottles with figural stoppers, but no one created as many as Julien Viard. For that matter, more than three hundred bottle designs are attributed to him plus a number of glass powder boxes. It would be hard to find anyone more productive than he. His flacons came in an astounding variety of shape, colour and decoration, from the waving, flowery Art Nouveau style to motifs, based on Eastern symbolism. Many of those were packed in expensive boxes, the designs of which could compete with that of the bottle it was holding. His expertise in cold finishing work enabled him to apply delicate motifs that often were repeated in the small,



Left: 'Parfum Surfin', 1918. Bottle produced by Depinoix.

Right: Bottle and presentation box for Gueldy's 'Blue Lagoon', 1919.



non-figurative stoppers. It will be clear that the few pages in this magazine cannot give but a glimpse of it.

Unlike Lalique, Julien Viard did not produce bottles himself but worked for several flacon producers, such as the Cristalleries de Nancy, Baccarat, and de Pochet et du Courval glassworks, today still probably France's most sophisticated producers of perfume bottles. He had a special relationship with the trading company and glasshouse C. Depinoix & Fils in Paris.

**From left to right:
Flacon 'Ambre Exceptionnelle';
'Brisas de Ophir', 1925;
'Fantasio' (Myrugia) 1921.**

The owner, Maurice Depinoix, was a designer of perfume bottles himself and his son would become Viard's son-in-law by marrying his daughter. The company issued international catalogues from which clients all over the world could choose any bottle and stopper combination. That is why some of Viard's bottles can be found with different stoppers and under different brand names.

The outburst of artistry in bottles during the Art Nouveau and Art Deco period put an end to the tradition under which ladies from the 'Beau Monde' had their own, heavily decorated bottles made in which they poured their newly acquired perfumes and that were often more expensive than the liquid that went into it. The extremely rich members of the 'upper ten' were excited about the new variety of artistically designed bottles and their ingeniously created boxes and wanted to be surprised time and time again with new scents and designs that would follow the trends, whether that was based on Egyptian motifs, after the discovery of Tut Anch Amon's grave in 1922, on the latest esoteric philosophies from the Far East, or the performances of the immensely popular Ballets Russes.



Above: 'Ambre de Cathage' 1926.

Left: Powderbox and atomizer 'Viville' 1924.



On October 24, 1929, the New York Stock Exchange crashed and from that moment on things would not be the same. Small perfume companies, long accustomed to high prices and a wealthy circle of clients that

appreciated their luxurious presentations and exclusive, limited quantities, found themselves without a market and so did the companies that had been serving them, among them many small glass factories with their hand-made or semi-automatic production lines. In Paris, the prestigious fashion house of Paul Poiret, the first couturier to create his own line of perfumes, had been famous for the extravagance of its bottles and gift boxes, not to speak of the sumptuous parties in Oriental style, was hard hit by the recession, the more so since the owner had been following blindly the very poor advice by his financial adviser. In 1930 Poiret could no longer pay his debts, his famous couture house closed two years later. He himself had to collect unemployment payments and died, penniless, 65 years old, in 1944.

The crisis of the 1930's put an abrupt end to ten years of extravagance in bottle design. From now on the style became more industrial and expensive gift boxes became something exclusively for Christmas. All along the line, bottles became simpler while they accompanied the process of democratization of the use of perfume

Since then, the iconic perfume bottles from the Art Nouveau and Art Deco period have become highly sought-after collectors' items and the prices soar accordingly.

More about perfume bottles;

The International Perfume Bottle Association (IPBA), established in 1988, has about 1000 members in 20 countries, publishes a quarterly, full colour magazine and organises a yearly seminar with attendees from all over the world.

In the Netherlands, the 'Nederlands Parfumflessen Museum' located in the North of the country, has a beautiful collection perfume bottles and houses extensive archives. (Bosstraat 2, 1733 SE Wink).

The Lalique Museum in the old city of Doesburg, in the East of Holland, has a permanent display of Lalique's glass objects, among which many perfume bottles (Gasthuisstraat 1, 6981 CP Doesburg).

The best books on perfume bottles and the history of perfume are probably American and English:

Richard Stamelman: *Perfume: Joy, Obsession, Scandal, Sin*. New York 2006;

Roja Dove: *The Essence of Perfume*, London 2008;

Christie Mayer Lefkowitz: *Masterpieces of the Perfume Industry*, New York 2000.

