Il profumo del “bello e ben fatto”. Lo stile Made in Italy dei gioielli Mattioli.

Klee y Kandinski all’ascoltare musica vedevano colori. **Kandinsky** affermava che i colori diventavano “un coro” sulla tela e si augurava che anche gli altri potessero “ascoltare” i suoi dipinti. Di **Marilyn Monroe** si diceva che potesse vedere le vibrazioni di un brano rock; lo scrittore russo **Vladimir Nabokov** nella sua autobiografia descrive le tonalità cromatiche che associava a ogni lettera; **Richard Feynman**, padre delle nanotecnologie e premio Nobel per la Fisica nel 1965 asseriva di vedere le equazioni con cifre a colori. E potremmo citare altri nomi importanti.
Si tratta di personaggi affetti da **sinestesia visiva**, cioè una capacità -naturale o indotta da vari fattori anche patologici- di associare suoni e colori: il sinestetico può percepire -non si tratta di immaginazione, ma di percezione reale!- la musica come colori, i colori come suoni, concetti astratti come forme proiettate nello spazio circostante.

Ma se è possibile sentire un colore e vedere un suono, non possiamo anche vedere il bello e sentire un profumo? Vedere una serie di oggetti belli -una collezione di gioielli ad esempio- e sentirla in un modo nuovo come se in essa potessimo percepire le note di un profumo? Proviamoci. Lo facciamo con le collezioni del brand di **Licia Mattioli.**

Le **“Note di testa”** sono i primi sentori che percepiamo quando applichiamo un profumo. Sono leggeri, generano un’impressione iniziale di gioia e freschezza. I componenti sono spesso gli agrumi, frutti e erbe leggere.

Sì, la leggerezza è la nota di testa attraverso cui **Licia Mattiol**i – genio creativo e fonte inesauribile di energia e passione-, ridisegna – lei che confessa di non sapere disegnare- il gioiello classico, lo rende tenue e vivace attraverso linee accattivanti e contemporanee, creando collezioni originali ed inedite.
I gioielli Mattioli sono gioielli dinamici come la donna che li indossa. Sono gioielli capaci di

trasformarsi, con cui giocare; basta sostituire un elemento, il colore, un materiale; o combinare pezzi diversi per adattarli a quelle diverse situazioni cui può andare incontro chi lo possiede. Persino le colorate madreperle e i preziosi elementi in diamanti e pietre sono intercambiabili. Consentendo di creare infinite combinazioni personalizzate di colori e stili.
Quanti accostamenti diversi è possibile operare con 22 colori ispirati al mondo dell’arte! Cosa si può ottenere scegliendo tra i 3 colori dell’ oro 18k e i diamanti bianchi o brown e le madreperla!

Le **“Note di cuore”** definiscono il carattere generale del profumo, sono fiori, spezie e aromi più robusti; segnalano l’essenza distintiva che rende unica ogni fragranza.

Quale è l’essenza distintiva dei gioielli Mattioli che stiamo esaminando?
Si tratta comunque di un gioiello sofisticato. Se prima abbiamo parlato di leggerezza e dinamicità ora ci sembra di dover identificare una delle **note di cuore** nel fatto che si tratta di un gioiello importante, frutto di tante esperienze, che ha come fonte di ispirazione il mondo dell’arte, la natura, le esperienze di viaggio della loro creatrice.
Vi ritroviamo un omaggio all’arte dell’astrattismo e alle forme geometriche dei maestri come Calder, Mondrian.
Ma anche un omaggio alla natura come nella **collezione Sakura**. Sappiamo che i fiori di ciliegio (Sakura) racchiudono tutta la sensibilità estetica della cultura giapponese, sono un motivo decorativo molto presente nell’arte giapponese. Gli artigiani Mattioli hanno catturato le forme delicate dei petali di Sakura in una raffinata collezione di gioielli in oro 18 carati. Catene che ondeggiano dolcemente ad ogni movimento e orecchini pendenti che celebrano la grazia e la bellezza della natura.

In contrasto i movimenti ipnotizzanti di un serpente che striscia sulla sabbia sono

magistralmente reinventati nelle catene e nei bracciali in oro 18 carati della **collezione Aspis** che include anelli, catene, orecchini: sono questi gioielli eleganti e sofisticati.

Realizzati secondo la migliore tradizione orafa italiana, il design unico degli **anelli Navettes** reinterpreta il taglio più raffinato delle gemme preziose, sono leggeri e romantici: forme allungate, punte preziosamente incassate di diamanti bianchi e doppiette di madreperla naturale.

E potremmo enumerare altre collezioni.

Note di fondo

Le **“Note di fondo”** sono quelle che conferiscono longevità al profumo. Sono legni, resine e muschi.
Quale è il valore permanente delle collezioni che stiamo esaminando?
Le competenze proprie del brand sintesi di tecnica, passione e ricerca e la sua stessa storia.
Guardiamo tutto più da vicino.
Notiamo innanzi tutto il rispetto della tradizione artigianale orafa italiana, che garantisce un prodotto che si distingue per gli elevati standard di qualità ed esclusività. L’azienda racchiude in sé tutto il *savoir-faire* e tutto il *know-how* italiano nel campo della gioielleria.
Indubbiamente il brand Mattioli è un esempio di prodotto Made in Italy: **è bello e ben fatto**. Il team dei maestri orafi e incastonatori sanno maneggiare con straordinaria competenza materia di valore duraturo, diamanti, gemme di colore, madreperle, legni di pregio, ecc..
Una maestria integrata da una continua ricerca sui materiali e dall’uso delle tecnologie più evolute.

Il profumo del “bello e ben fatto”. Lo stile Made in Italy dei gioielli Mattioli.

Anche se è solo nel 2000 che nasce il marchio Mattioli, la storia del brand ha radici lontane: a Torino quando nel 1860 nella città sabauda viene rilasciato alla **Ditta Marchisio**, antico e apprezzato laboratorio orafo artigianale, il primo marchio ossia lo storico punzone “**1TO**” che ancora oggi contraddistingue l’azienda **Mattioli.**

Nel 1995 la famiglia Mattioli acquisisce il laboratorio Marchisio ed inizia una grande fase di rinnovamento. Nel 2013, l’azienda cede l’attività al gruppo Richemont, ricominciando sostanzialmente da zero come Mattioli SpA, ma avvalendosi di un know-how importante già acquisito, ereditato dai maestri orafi della Ditta Marchisio.
Oggi l’azienda, mantiene vive due anime complementari che la compongono: quella produttiva dedicata ai grandi marchi della gioielleria mondiale e quella relativa al brand proprio, ormai distribuito in 30 Paesi.