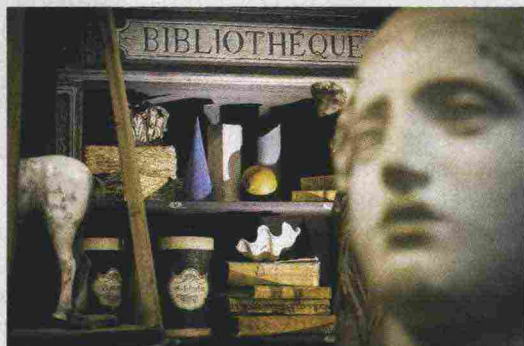


## Mercanteinfiera sogna con il bijou



**PARMA.**  
**Fiere di Parma,**  
 viale delle  
 Esposizioni 393/A,  
 tutti i giorni 10-19,  
 tel. 0521.9961,  
 www.fiereparma.  
 it, «Mercanteinfiera  
 primavera» dal 25  
 febbraio al 5 marzo

Il **bijou** è il protagonista del prossimo **Mercanteinfiera**, alle **Fiere di Parma** dal 25 febbraio al 5 marzo. Le pietre preziose lavorate evocano da sempre sogni, come dimostrano Audrey Hepburn in «Colazione da Tiffany» o Marilyn Monroe in «Diamonds are a girl's best friend». Nato come imitazione e democratizzazione dell'alta gioielleria, il bijou è alla portata di tutti, è originale, poiché si avvale di un'ampia gamma di materiali, è raffinato, perché inscindibile dall'abilità artigiana che si può riassumere nel placcato d'oro, lavorazione inventata da Giulio Galluzzi a Casalmaggiore (Cremona) nel 1882. All'alta bigiotteria è dedicata la rassegna collaterale «**L'Oro Matto e il gioiello-fantasia nella prima metà del Novecento**», nei Padiglioni delle Fiere di Parma. Nata in collaborazione con il Museo del Bijou di Casalmaggiore, curata da Bianca Cappello e Letizia Frigerio, la mostra si compone di un **centinaio di pezzi placcati oro** e realizzati in leghe metalliche, materiali plastici, paste di vetro e finti corallo, rubini e diamanti. Tra gli oggetti esposti, **gemelli da polso e sautoir** in perle di vetro murrino stile Grande Gatsby, di moda nel primo Novecento, **spille a «trina»** di gusto edoardiano accostate a esemplari degli anni Venti ispirati a personaggi dei fumetti come il Signor Bonaventura o Topolino e poi ancora riproposizioni di gioielli come il «leone» della collezione Circus di Elsa Schiaparelli del 1938, l'«oiseau en cage» di Cartier disegnato nel 1940, la sontuosa collana che Richard Burton comprò da Bulgari per Liz Taylor nel 1964 e i pezzi firmati per Biki da Ornella Bijoux, la sarta milanese che plasmò l'eleganza di Maria Callas. La seconda esposizione collaterale di Mercanteinfiera è «**Il mare sorride da lontano: dipinti, incisioni, manifesti e oggetti intorno all'immaginario del mare**», un percorso curato da Paolo Aquilini, Serena Bertolucci, Luca Leoncini, Laura Cattoni e Simone Frangioni, che si snoda tra **guide turistiche, abiti d'epoca, fotografie e affiche pubblicitarie** scelte per raccontare il mare come luogo dell'anima e delle passioni. L'offerta tra gli stand è ampia e articolata: **mille espositori** in 45mila metri quadrati, le cui proposte spaziano dall'**antiquariato** all'**orologeria**, agli **arredi pop** e di **design**, agli **oggetti più stravaganti** (nella foto, due vedute della scorsa edizione © Danilo Marchesi).

