

te controllato da poter essere dimenticato".

Queste parole si adattano perfettamente anche al lavoro di **Giovanni Levanti**, uno dei più originali (e duraturi) designer italiani, il quale dopo aver collaborato per diversi anni con Andrea Branzi, ha proseguito la propria carriera attraverso decine di mostre nazionali e internazionali che ne hanno raccontato il lavoro - tuttora vigorosissimo - per aziende come Campeggi, Cassina, Domodinamica, Edra, Foscarini, Marutomi, Memphis, Pallucco Italia, Salviati, Twergi Alessi, Serafino Zani.

Levanti non è di quelli che cercano di stupire a tutti i costi. La sua ricerca, paziente e meticolosa, ma allo stesso tempo lucida e leggera, più che perseguire l'effetto speciale si sforza di entrare negli interstizi fra gli oggetti, e di lì, come un ruscello, scolpire percorsi inediti che vanno a sfociare su un mondo popolato non da poltrone, ma da tappeti-poltrone (*Xito*), non da cavalli a dondolo, ma da cavalli-a-dondolo-poltrone (*Candore*), non da poltrone su cui saltare, ma da tappeti-elastici-poltrone (*Sneaker*).

La metafora del ruscello è tuttavia infelice, perché potrebbe far credere che individuare una soluzione progettuale sia come scoprire una legge fisica. Ma mentre la legge fisica è sempre stata lì, e si tratta solo di andarla a scoprire, l'identità di un oggetto è una configurazio-

ne attribuita dagli uomini alla "forma del tempo"<sup>1</sup>. Lavorare ora con Domodinamica, ora con Cassina, ora con Campeggi significa per Giovanni Levanti costruire pezzo per pezzo quel mondo allo stesso tempo ludico ed elegante, accogliente e stimolante che prende forma accanto, e in alternativa, al nostro intorno progettato.

Plasmare la realtà materiale significa fare delle scelte, perseguire certe strade piuttosto che altre, e una volta oltrepassato il bivio diventa impossibile considerare le alternative escluse. Così, quando si è deciso che il piano seduto delle poltrone doveva stare a mezzo



in alto: **Giovanni Levanti** - progetto Sneaker - Campeggi - 2006  
a sinistra: **Giovanni Levanti** - progetto Xito - Campeggi - 1999

metro da terra, è diventato impossibile vedere le tante possibilità virtualmente presenti, ma fenomenologicamente assenti, insite nella conformazione "poltrona". Eppure è questo che ha fatto Giovanni Levanti, per esempio con il progetto *Xito* per Campeggi, dove ha letteralmente liberato una configurazione formale/funzionale intrappolata nel concetto standard di "poltrona". Un simile oggetto (oggi parte delle collezioni permanenti del design italiano della Triennale di Milano e del Fukui Design Center in Giappone) è creativo in senso proprio, in quanto non mette in campo una foggia inedita per la tipologia poltrona, ma una vera e propria nuova tipologia d'oggetto. E lo stesso vale per l'ultimo nato, *Sneaker*, tappeto-elastico-poltrona ideato ancora una volta per il mecenate Campeggi, o ancora per il cestino in legno *CT 1427*, progettato per Twergi Alessi e inserito nella Collezione di Design del Museo Nazionale d'Arte Moderna del Centro Pompidou di Parigi.

Gli oggetti, in qualche modo, sono sempre dei "divieti" che prescrivono ciò che si può e non si può fare (su una poltrona ci si siede, non si salta).

## compassi.

### IL DESIGN DEGLI ODORI

Dopo aver preso rumorosamente in appalto l'estetica dei sapori, il design approda anche alla dimensione olfattiva. Il titolo di un recente libro di Anna Barbara e Antony Perless, *Architetture invisibili* (edito da Skira), è in questo senso rivelatore. Come il food design non consiste nell'ideare particolari ricette ma nel sottoporre a un'attenzione di tipo estetico il rapporto visivo, tattile ecc. che si intrattiene con i cibi, così il design degli odori non ha a che fare tanto con l'amalgamare ricette per nuovi profumi - che sono concepiti come "abiti" o "accessori" per il corpo - quanto, più specificamente, con il modellare la materia olfattiva per plasmare spazi, ambienti e "arredi". Sembra che non si possa più tornare indietro. Il design è irrimediabilmente plurisensoriale.

www.skira.net

### IL DESIGN ITALIANO ON-LINE NEL MONDO

Continua il felice matrimonio del design con i canali di vendita on-line. L'ultimo a inaugurare è *The Sign of Design*, uno spazio virtuale nato per fornire un accesso semplice e diretto ai prodotti del design made in Italy rendendoli acquistabili in oltre cinquantacinque paesi nel mondo. Ideatori dell'iniziativa sono Design-Italia, il multicanale per la promozione a livello internazionale del design italiano, e l'incontenibile Yoox, leader ormai indiscusso dell'e-commerce nell'ambito fashion. Tra le prime firme ad aderire all'iniziativa si segnalano Danese, Kartell, Luceplan, Magis, Nava, Olivetti. Il design - così intriso di immagine - molto più di altri beni di consumo sembra aver trovato nelle vie infinite dell'on-line il proprio canale elettivo.

www.design-italia.it  
www.yoox.com

### LOW LOW LOW COST

Sono i risvolti antropologici a disegnare le estetiche, le forme delle sensibilità. A Marsiglia un ex magazzino merci è stato di recente trasformato nel primo aeroporto interamente dedicato al traffico aereo low cost. E questo ha a che fare non con il soldo ma con la baumiana "fluidità" della nostra modernità. L'aeroporto MP2 (Marseille Provence 2), con il suo stile minimalista e post-industriale, è lì a dare testimonianza, se non del destino del trasporto aereo, perlomeno di uno dei futuri che ogni presente proietta davanti a sé. Air France intanto ha già depositato una denuncia al Consiglio di Stato francese per concorrenza sleale. *[silvia romana]*

www.mp2.aeroport.fr