



Calcio

Esclusivo: sono sei le società di serie A a rischio campionato p.32



Risparmio

Dopo la delusione dei bond ecco dove investire tra fondi e Borsa p.144



Tumori

Il cancro al seno e alla prostata si vince con gli ormoni p.52

L'espresso

Settim

04



-4.00

Ha perso voti e credibilità. **il conto. L'estate torrida de**



Società

Le tre foto qui a fianco sono tratte dal dvd "Fiori e cioccolato" realizzato da Limos: un mix di musica, immagini tridimensionali ed essenze profumate.



Style & design

Accendi la musica profuma di cioccolato

di Jacaranda Falck

Musica, immagini tridimensionali, essenze profumate: sono gli strumenti utilizzati da Felice Limosani, in arte Limos, storico dj dell'albergo Raya di Panarea, per i suoi dvd multisensoriali. «Resort, alberghi, centri espositivi e gallerie sono sempre più simili. Per questo non riescono a comunicare sensazioni ed emozioni forti a chi li frequenta», teorizza Limos: «Progettare un luogo che colpisca l'attenzione richiede l'unione di più competenze: di un architetto, di un interior designer e a di un ambient designer». Ovvero di un creatore di atmosfere. Ed è proprio così che l'ex dj si definisce. La prima creatura di Limos è stato il dvd "Fiori e cioccolato" (che una volta aperto emana una fragranza di cacao), in cui Limos ha realizzato le immagini insieme alla coppia Fake (gli artisti Stefano Tommasi e Andrea Gnesutta), ispiran-

dosi al sottofondo musicale del compositore francese René Aubry. Il dvd si vende nelle boutique più di tendenza: da 10 corso Como a Milano a De Grillis a Roma. L'idea è piaciuta anche ai gestori del Bulgari resort di Milano (il primo albergo del gruppo Bulgari appena inaugurato) che hanno affidato a Limos e al suo socio, Antonio Monfreda, ideatore di eventi culturali, la realizzazione di un dvd da trasmettere sui tv-color delle stanze. «Abbiamo cercato di trasformare la tv in una sorta di quadro vivente, in un'acquario multimediale», spiega Monfreda, «in modo da comunicare ai clienti che arrivano nella loro camera una sensazione di serenità e di calore». Il dvd Bulgari è stato prodotto in 2 mila e 500 esemplari. Il team Limosani-Monfreda è al lavoro per una possibile commercializzazione (info: www.felicelimosani.com).