



*«Quando
fai qualcosa
di speciale,
sorgono
dubbi e
paure.
È segno che
sei ancora
con i piedi
per terra»*

Lei è uno storyteller: che significa?
«Certe cose è più facile farle che spiegarle. In particolare ho associato l'arte alla comunicazione contemporanea, intesa non come spiegazione ma come racconto narrativo, e le aziende sono diventate committenti. Non convinco il consumatore a comprare qualcosa ma lo coinvolgo su un piano estetico. Vale anche nella moda: l'idea che un brand non è solo un'entità commerciale ma un momento di svago, cultura e coinvolgimento dà nuova energia al marchio».

È un artista ma ha iniziato facendo il dj.
«La Febbre del sabato sera mi aveva folgorato: erano gli anni 80. Dall'82 al '99 sono stato il dj del Raya di Panarea, poi del Les Bain Douches di Parigi. Pagherei per avere ancora un giorno di quelli».

Se potesse tornare indietro cosa farebbe?
«Rimetterei i dischi. La musica è un filo che accomuna: è una forma altissima di atmosfera e la creatività combinatoria tipica dei dj è ancora una forma attuale di mix di elementi».

Come le viene un'idea?

DOMANDE FELICE LIMOSANI, 44 ANNI, ARTISTA

di Chiara Tronville

«Con una buona dose di volontà e poesia. Chi progetta non mi fa impazzire, preferisco chi lotta per concretizzare cosa ha sentito e visto a occhi chiusi. Le idee arrivano restando fedeli a se stessi e gestendo la paura come sentimento costruttivo, di verifica ma non di blocco. Quando fai qualcosa di speciale, c'è sempre il rischio che non vada per il verso giusto: sorgono dubbi e timori, ma è segno che sei ancora con i piedi per terra, sano».

L'ultima volta che ha avuto paura?

«Con l'installazione Crystal Lovers per Swarovski: ho gestito 2mila litri d'acqua in alti cilindri di vetro con correnti ascensionali di cristalli. L'acqua va rispettata, è come il fuoco o il vento, non la puoi afferrare e incatenare».

Come seduce il suo pubblico?

«Prima di avere qualcosa da dare, bisogna avere qualcosa da dire. Il lavoro deve avere senso, deve essere abbinato al tempo e allo spazio in cui vive, animare l'immaginario, così la gente trova la scintilla di connessione».

Vale ancora il lifestyle come riferimento?

«Il lifestyle non esiste più, l'appartenenza attraverso lo stile è superata. Oggi vince il mindstyle, cioè l'approccio mentale di una cultura. La vita non può avere uno stile, la vita è vita. Targettizzare è restrittivo, il mindstyle ti permette di avere più spazi per l'invenzione. Il lifestyle ci lega, il mindstyle ci lascia liberi».

C'è quindi un nuovo individualismo?

«È auspicabile. Sono un grande sostenitore del Nuovo Rinascimento. Nel plurale abbiamo fallito, nel singolare abbiamo più chance».

Il suo mondo in tre parole.

«Semplice, visionario e ricco di sentimento».

La vedremo mai al Moma?

«Magari! Ormai sono un artista di quelli bolliti: mi sono sporcato le mani con le aziende».

FELICE LIMOSANI è nato in Puglia e vive a Firenze. Artista multidisciplinare, spazia tra arte e comunicazione. Oltre che con Unesco, Triennale di Milano e Ravello Festival, ha collaborato con aziende di moda, tra cui Pucci, Tod's, Swarovski e Adidas.