



Inviato da Pablo Granatiero il Mer, 16/06/2010 - 13:46



MONDO AVARE



Everything gets back to normal



ALFA

Felice Limosani, il cantastorie digitale

Sembra quasi un tormentone, ma ogni volta che si parla di Limosani ci si lancia in voli pindarici e definizioni suggestive per riuscire a chiarire una volta per tutte quale sia il suo mestiere. Pubblicitario, artista, video artista, uomo di marketing, direttore creativo, organizzatore di eventi per grandi marchi, comunicatore non convenzionale, forse **la definizione migliore l'ha data il sociologo Francesco Morace, creando ad hoc un nuovo mestiere, solo per lui: il digital story teller. Una versione updated del cantastorie di corte**, dove la corte è composta dai grandi marchi ma la platea sono milioni di consumatori. Come il cantastorie medievale Limosani inventa racconti e leggende per stupire ed emozionare chi le ascolta, per generare un legame con il brand che va a insinuarsi dentro piani della psiche che la pubblicità convenzionale non riesce a raggiungere. Come il cantastorie digitale, invece, i miti non vengono tramandati solo attraverso la parola, ma ogni volta con un differente mezzo espressivo. La scultura, la video arte, la musica, installazioni che sfruttano tecnologie ottocentesche o tecnologie così avanzate che devono essere ancora inventate. L'espressione è solo il mezzo per arrivare alla storia, o meglio, all'emozione che sottende la storia. Quindi una cosa è certa, Limosani non è un tecnico, non è esperto di nulla. Ovvero è un tecnico nel comprendere quale sia la tecnica più efficace per andare dritti al cuore dell'osservatore, e per fare questo si interessa a tutto e si circonda di esperti. **Un pubblicitario che non usa la pubblicità, un artista senza gallerie.**

Se le sue creazioni sono sempre grandi e stupefacenti, proprio per creare un mito attorno al marchio, la sua vita e la sua formazione ne sono alla altezza. La prima cosa che salta all'occhio è sicuramente il titolo di studi, terza media ai corsi serali, che più che essere un'onta diviene medaglia da esibire con orgoglio, che evoca cliché e archetipi da *selfmademan* o all'evenienza da artista *bohèmien*. La seconda cosa che si nota è la professione che ancora recita la sua carta di identità: dj. Felice viene da un piccolo paesino del Gargano, e all'età di 16 anni ha iniziato a fare il disc jockey, per poi farne un professione lunga vent'anni e diventare uno dei principali animatori delle notti estive nelle Eolie, allo snobbissimo Raya di Panarea. **Del mondo dei locali ne ha fatto un metodo di lavoro, quasi una filosofia di vita. Come i barman e i dj, afferma di essere un esperto nel rimescolare elementi, per generare, da ingredienti preesistenti, soluzioni nuove e sorprendenti. Poetica del remix la chiama.**

A fine anni 90 ha un'intuizione che fa tanto *sogno americano*: "Parlando al telefonino mi sono reso conto che quell'oggetto fosse più adatto a stare davanti agli occhi che vicino all'orecchio". Si improvvisa così *new economista*, si circonda di persone con le giuste competenze, e fonda una piccola società che di lì a poco venderà al colosso Nokia niente meno che il protocollo Symbian, meglio noto come mms. Da quel momento la sua vita cambia radicalmente, lascia le discoteche e capisce di essere nato per creare cose nuove e mai fatte prima, decide di dedicarsi a nuovi modi di comunicare e di fare business. La sua strada sarà una interminabile ascesa, che lo porterà a creare lavori per i marchi più grandi, come Coca Cola, Puma, Fiat, Alfa Romeo, Adidas e molti altri, e a collaborare con alcuni giganti del nostro secolo come Brian Eno. **Se ancora vi chiedete perché attorno alla figura di Felice Limosani si sia creato un mito, la risposta ve la diamo noi che lo abbiamo incontrato. Felice Limosani è un mito.**