

# Design

Idee da vivere e abitare

design@repubblica.it

**Ricevere  
con stile**  
La tavola  
delle feste  
ironica  
e scaramantica

**Personaggi**  
Lanzavecchia:  
"Fateci  
la domanda  
giusta..."

## Il 2022 lo abiteremo così

Come continueremo a cambiare,  
fra nuova centralità della casa,  
riscoperta della socialità  
tra vicini, bisogno di benessere  
per noi e di un futuro per il pianeta

**Formazione**  
Un master per esperti di mobilità urbana

C'è tempo fino al 7 gennaio per iscriversi al primo master in Italia sul tema "Smart City e Smart Mobility: global vision", organizzato dal consorzio interuniversitario Ard&Nt Institute formato dal Dipartimento di Design del Politecnico di Milano e dalla Scuola di

Nuove Tecnologie dell'Accademia di Belle Arti di Brera. Il corso prepara una nuova figura professionale in grado di dare forma alle città e alla mobilità studiando i cambiamenti delle aree urbane e dei mezzi di trasporto. [www.ardent-institute.it](http://www.ardent-institute.it)



**In anteprima dall'esposizione**



COURTESY OF CHARLINE RONZON-JARICOT



FOTO NINO SOGLIA



COURTESY OF JODY KOCKEN



COURTESY OF VIRGINIA SANFRATELLO AND RONALD RAE

- 1. **In vaso**  
Il vaso Ascentum di Charline Ronzon-Jaricot svela le note olfattive di un profumo
- 2. **Artigianato**  
Soenga di Noé Duclaux-Lawrance e Symrise Daphné Bugey racconta l'artigianato portoghese
- 3. **Da polso, non sul polso**  
Il Perfume Tools di Jody Kocken evita al profumo di entrare in contatto con la pelle
- 4. **Pregustando il caffè**  
Emana l'odore della bevanda che conterrà: è Coffee Pot di Virginia San Fratello e Ronald Rael
- 5. **Nuovo alfabeto**  
Olfabet aiuta i non vedenti a leggere con il naso anziché con le mani. Di Peter de Cupere

# Quelli che vogliono prenderti per il naso

Lo chiamano anche design invisibile. Nel tempo la nostra conoscenza dell'olfatto e di come utilizzarlo si è molto approfondita fino a farne anche un raffinato strumento di marketing. Una mostra multidisciplinare racconterà questa evoluzione

di **Valentina Ferlazzo**



COURTESY OF PETER DE CUPERE

**V**iene anche chiamato "design invisibile" poiché sfrutta la dimensione impalpabile dei profumi. Un settore forse ancora poco esplorato eppure dalle numerose potenzialità poiché «l'olfatto è uno dei sensi più forti che l'uomo possiede, tramite gli odori captiamo migliaia di informazioni e sensazioni che stimolano quella parte ancestrale del nostro cervello legata alle emozioni e ai ricordi», commenta Elisabetta Pisu curatrice, insieme a Clara Muller, di *Living with Scents*, in programma al Museum of Craft and Design di San Francisco dal prossimo 11 febbraio. I lavori di oltre quaranta creativi aiutano a fare il punto su questo settore e sul rinnovato interesse dei progettisti a "usare il naso" nel processo creativo.

«Il fatto che la materia abbia anche un proprio odore permette di dare più significato agli oggetti, at-

tribuendogli un valore emotivo», spiega Pisu. «Un effetto ben studiato e catalogato dall'industria dei profumi e dal marketing e ora sempre più oggetto di ricerca da parte dei designer. Da qui nasce l'idea di realizzare un progetto espositivo unico e innovativo, che potesse raccontare l'evoluzione e le potenzialità del design olfattivo».

La mostra tocca questioni neurobiologiche, storiche, sociali ed estetiche e non si limita all'espone prodotti ma ci svela «le interfacce creative e artistiche per fornire nuovi modi d'impiego degli odori, dal design edonico a quello funzionale», puntualizza la curatrice italiana. Qualcosa di non "fisico" come un profumo ha bisogno anche di un contesto tattile. Ecco quindi che «ci sarà una selezione senza precedenti di oggetti olfattivi utili, significativi e belli da scoprire sia con gli occhi che con il naso; in questo periodo dove l'olfatto è quasi negato, questa mostra sarà una piacevole scoperta sensoriale», chiude Pi-

su. I visitatori scopriranno il diffusore in porcellana Aura della designer iraniana Ariane Shirvani che cita la forma delle bottiglie persiane a collo di cigno (note con il nome di Ashkdán), i profumatori d'ambiente Templi di Sara Ricciar di dalle linee scultoree ispirati alle architetture sacre greche e romane; i contenitori Scentainer, ideati dalla svedese Monica Förster, intagliati a mano con all'interno truciol di legno imbevuti di profumo, lo Scent clock del designer tedesco Patrick Palčić che segna il passare del tempo attraverso le fragranze, il profumo Sceloporus creato dall'artista americana Carla Bengtson basato sul potere attrattivo dei feromoni delle lucertole e i gioielli Perfume Tools di Jody Kocken, una elegante e pratica soluzione per chi ha una reazione allergica a queste tipologie di sostanze. Tutti esempi che mostrano «le numerose e affascinanti applicazioni dei profumi con i suoi molti modi di mediare la loro relazione con il

corpo» afferma Clara Muller. Sono stati concentrati in cinque percorsi come riassume la stessa curatrice americana. «La prima sezione invita i visitatori a una forma di contemplazione olfattiva e fa riferimento ad antiche culture legate a questo senso. La seconda è un'esplorazione dei diffusori di profumo tra bellezza ed efficienza. Si passa poi a una zona dedicata alle applicazioni salutistiche del design olfattivo che sono tra le prospettive più entusiasmanti che proponiamo. Gli oggetti della quarta area sfidano il modo in cui percepiamo e interagiamo con gli oggetti quotidiani, mentre l'ultima apre un nuovo campo di indagine intorno alla comunicazione olfattiva».

Che cosa lascia ai visitatori questo viaggio? «La comprensione di come possiamo usare il nostro naso per un'ampia varietà di cose e come il design può aiutarci a vivere meglio con i profumi», risponde Muller.

DEIPRODUZIONE RISERVATA