

# IVG

## Alassio: il designer Mauro Olivieri presenta il brand "8th Sense"

di **Redazione**

06 Settembre 2013 - 13:19

IVG.it



**Alassio.** Mauro Olivieri, designer e food designer, ha creato il brand "8th Sense", che verrà ufficialmente presentato in occasione dell'inaugurazione di Villa Fiske, ad Alassio, sabato 7 settembre, alle ore 17,30.

"L'ottavo senso - spiega Olivieri - è l'esperienza vissuta e percepita nell'approccio di un atto alimentare dove il territorio, il prodotto e lo spazio si esprimono nei valori più profondi. Un laboratorio sensoriale di evoluzione del rapporto tra senso percepito e senso vitale come sintesi aperta per nuove visioni del cibarsi e questo attraverso le tre x di textare, texture, guxstare, per arrivare così al piacere complessivo che è l'ottavo senso".

"L'incontro con il luogo è la ragione che spesso muove il bisogno di una vacanza - prosegue -, offrire concretamente l'opportunità di viverlo fino in fondo non sempre si realizza. Ottavo senso è l'idea che muove un nuovo modo di offrire una ospitalità alla ricerca più profonda e dimensionale del condividere uno spazio, un momento, una emozione, da riportare a casa nel ricordo".

"Esiste già tutto nel nostro territorio a noi spetta solo il compito di farlo conoscere, e il

modo migliore è quello di farlo vivere. Il design ci può aiutare in questo, nel progettare un sistema di azioni e di elementi che aiutino a definire, nel nostro caso un atto alimentare, come piacere e espressione di un momento - aggiunge Olivieri -. Immergersi nell'ottavo senso è un'emozione estrema, un percorso nell'infinito tangibile, quale universo di sensazioni capaci di liberare infinite sensazioni nell'esperienza di vivere il territorio, i prodotti, e la loro storia".

"La grande tradizione di un luogo - rimarca - vive e si eleva a valore in misura di quanto siamo capaci di percepirla nella loro interezza; questo progetto consente di avvicinarsi a questi valori in modo nuovo, dove uniti tra loro costituiscono il terreno fertile per comunicare e promuovere un territorio. I prodotti tipici da soli oggi, non sono più sufficienti a trasmettere le caratteristiche tipiche di un territorio, il rapporto che lega la specificità all'uomo, all'ambiente, alla storia sono i caratteri necessari per la definizione di un nuovo legame".

"Sperimentare l'ottavo senso - conclude Olivieri - è appropriarsi del territorio come sinestesia applicata e vissuta nella sua profondità da vivere e offrire come nuova proposta turistica".