

Economia

ECONOMIA@ECO.BG.IT
www.ecodibergamo.it/economia/section/

I prodotti sospesi in vetrina idea per esporre di Levitology

Al Point. La startup usa il magnetismo per far levitare la merce in vendita. Dai primi prototipi artigianali ai brevetti. E si guarda anche ad altri settori

BRIAN ARNOLDI

Far volare i prodotti per far decollare le vendite. Secondo Levitology, startup bergamasca nata nel 2021 ed entrata a marzo nell'Incubatore d'impresa del Polo per l'innovazione tecnologica (Point) di Dalmine, il successo commerciale nasce (anche) dall'effetto sorpresa nei negozi. L'azienda punta a ottenerlo con i suoi espositori, che si distinguono da quelli già presenti sul mercato per la loro tecnologia: le teche di Levitology, infatti, usano il magnetismo per far levitare i prodotti.

«Il loro funzionamento si basa sulla creazione di campi magnetici mirati», esordisce l'amministratore unico Davide Mangili: «A seconda della geometria, del peso e delle caratteristiche dell'oggetto, progettiamo dei flussi magnetici dal basso o dall'alto, più o meno potenti». La tecnologia di Levitology si basa, come suggerisce il nome della startup, sulla levitazione magnetica: «È un campo in cui la ricerca è poca, specie quando si tratta di applicarla agli scopi espositivi: non esistono delle leggi fisiche che ci dicano come far fluttuare un oggetto in base alla posizione del suo baricentro», sottolinea Mangili, che spiega che il suo team (al momento composto da tre persone) ha sviluppato da zero un software capace di mappare peso e forma degli oggetti da esporre e di identificare il sistema magnetico ideale perché restino in sospensione.

Fondata cinque anni fa, nei primi due anni Levitology si è



Uno degli espositori di Levitology con un cappellino sospeso

■ Nata 5 anni fa per il mercato delle scarpe di lusso, la svolta con un casco da motorsport

concentrata sul mercato delle scarpe di lusso. La svolta è arrivata a inizio 2023, quando una commessa per un casco fluttuante ha attirato nomi di peso come quelli di Monster, uno dei maggiori produttori al mondo di energy drink, della MotoGP e della Formula1. Piano piano, a queste clientele se ne sono aggiunte diverse altre, come Oakley, Dyson, l'Ac Milan e i prodotti di cosmetica di Cliomakeup.

Negli scorsi mesi, inoltre, l'azienda ha partecipato, da sola o insieme ai propri part-

ner, a fiere del calibro di «Tuttofood» e di «Packaging Première». Insieme alla crescita dei clienti, anche le soluzioni tecniche di Levitology si sono fatte più sofisticate: partendo dai primi prototipi artigianali, la startup ha sviluppato degli espositori brevettati, come il «Levitation one», destinato soprattutto alle fiere e il «Crystal», più piccolo e pensato per i cosmetici.

«Levitation one è modulare: sostituendo alcune parti può far fluttuare oggetti diversi tra loro, come un casco, una bottiglia o il logo stampato in 3D del cliente», racconta Mangili, che in futuro vorrebbe espandere la sua linea di espositori a settori come il collezionismo di orologi e, addirittura, le carte Pokémon. L'obiettivo è quello di rendere la levitazione magnetica una tecnologia adatta anche al consumatore medio: accanto agli espositori di grandi dimensioni, infatti, Levitology sta sviluppando delle soluzioni di dimensioni ridotte, con prezzi inferiori ai 500 euro. Per finanziarle, l'azienda si sta preparando a un crowdfunding.

In parallelo, sono in corso delle ricerche per trasferire le tecnologie proprietarie legate alla levitazione magnetica verso l'industria pesante, la logistica e l'intrattenimento, dove, conclude l'amministratore della startup, «l'assenza di attrito potrebbe rivelarsi fondamentale per agevolare la movimentazione dei container o per proporre esperienze simili alla gravità zero».

CRIPRODUZIONE RISERVATA