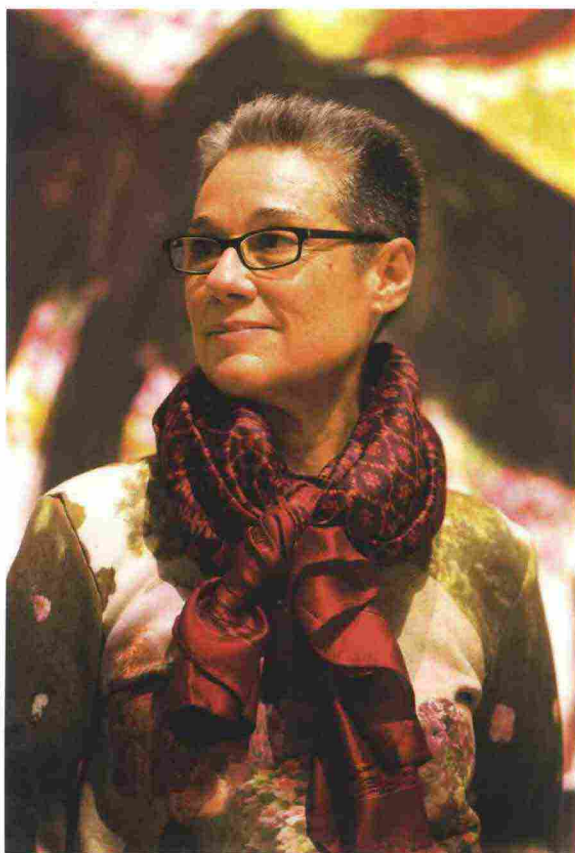


# La forma dell'incanto

L'armonia creativa immaginata da Paola Lenti



Paola Lenti ph by Sergio Chimenti

Dagli yacht ai resort five stars a esclusive private residences, il design di Paola Lenti è il simbolo di un sapiente equilibrio tra forma, funzione e sostenibilità. Plasmato dalla maestria artigianale made in Italy e da una squisita armonia creativa. Sotto il segno della bellezza

di Anna Casotti

**T**essuti e materiali naturali come la pietra, il metallo, il legno e il vetro si fanno narrazione poetica nella visione del design di Paola Lenti. Una perfetta sintesi tra la bellezza - interpretata anche come valore etico - la funzionalità e l'attenzione alla sostenibilità caratterizza le creazioni per l'outdoor e l'indoor, le sedute, i tappeti realizzati a mano, gli arredi su misura, tra armonia geometrica e un'accurata declinazione cromatica. Collezioni che incantano, ispirate all'arte, al design del passato, all'architettura, alla moda, alla natura - «La natura ha già pensato a tutto. Basta solo saperla ascoltare per vedere quali sono le sue soluzioni» ci racconta Paola Lenti - ma anche al silenzio e alla tranquillità interiore, espresse da forme morbide ed eleganti. Una ricerca costante nell'innovazione, come la sua ultima sfida: «un nuovo filato esclusivo, adatto a essere usato all'esterno e interamente

riciclabile, per rivestire materiali altrettanto riciclabili, nell'ottica di ottenere un sempre minore impatto ambientale.» Inoltre la designer ha dato vita a un inaspettato viaggio nella creatività grazie alla rinnovata collaborazione con lo stilista Antonio Marras. Come Paola Lenti racconta a Posh.

**Che cosa caratterizza principalmente i suoi progetti, che siano arredi per l'outdoor, per il living o la carpet collection?**

L'essenzialità della forma, in equilibrio con la funzione dell'oggetto, e la possibilità che i colori e i materiali mettano in relazione sedute, tappeti, complementi e strutture architettoniche. Sicuramente, anche la ricerca costante della qualità delle materie prime, un processo che magari non è così evidente, ma che ci permette di migliorare ogni anno sia i prodotti sia i materiali che li compongono.



**Estetica e funzione si compenetrano in perfetto equilibrio nelle sue creazioni. Come definirebbe il suo modo di "fare design"?**

Anzitutto ci terrei a sottolineare che Paola Lenti è un'azienda, a gestire la quale ci troviamo mia sorella Anna e io con le nostre competenze specifiche. Con lei e con tutte le persone che lavorano con noi da sempre condividiamo interessi e obiettivi. Uno di questi è sicuramente il desiderio di armonizzare l'utile al bello: siamo sempre state convinte che i prodotti di un'azienda dovessero essere funzionali, comodi e duraturi, ma che anche la bellezza, soprattutto come valore etico, sia loro necessaria. In particolare all'esterno, la grandissima gamma di forme e di colori che siamo oggi in grado di proporre è in primo luogo un ottimo strumento per armonizzare ogni prodotto con l'ambiente naturale, che è sempre la forma più perfetta e compiuta del bello.

**Quanto la natura è fonte di ispirazione per le sue creazioni?**

Certamente la natura ha un ruolo importante: la natura ha già pensato a tutto, basta solo saperla ascoltare per vedere quali sono le sue soluzioni. Ma non è solo questa la mia fonte di ispirazione, lo sono anche un buon libro, le opere d'arte, architettura e design del passato, un patrimonio inesauribile di informazioni da cui non si può prescindere. Le ispirazioni vengono anche spesso dal silenzio e dalla tranquillità interiore. Tutto questo mi ha fatto conoscere la coerenza, l'equilibrio e la bellezza. Tornando alla natura, non bisogna poi dimenticare anche l'aspetto pratico della riciclabilità che considero più che un'ispirazione una necessità che la natura ci chiede di non dimenticare. È anch'essa, se vogliamo, a sua volta fonte di ispirazione ed è diventata per noi un vero dovere etico, un aspetto dal quale nessun imprenditore può più prescindere quando progetta e produce.

**Le collezioni Paola Lenti si possono ammirare in raffinate luxury location come gli yacht Riva, Wider, San Lorenzo, in resort five stars o ancora in esclusi-**

**ve private residences. Quali progetti state seguendo in questo momento?**

Abbiamo avuto la fortuna di essere stati scelti negli anni per progetti davvero importanti, questo sicuramente grazie alla qualità dei materiali che proponiamo e alla vastissima gamma dei colori disponibili in collezione. La scelta di produrre oggetti destinati a rimanere nel tempo è stata fondamentale. Il nostro impegno quotidiano non è tanto quello di progettare questi ambienti, ma quello di produrre oggetti all'altezza delle aspettative e delle prestazioni necessarie. Inoltre, soprattutto per la nautica, abbiamo da una parte prodotti di qualità particolarmente adatti a dare il miglior comfort possibile, dall'altra possediamo la necessaria competenza ed elasticità per lavorare anche su misura.

**Come nasce la collaborazione con Antonio Marras scaturita nella creazione di sedute, tavolini, tappeti interpretati per Paola Lenti e presentati nello spazio Nonostantemarras?**

Alla fine del 2014 cercavamo uno spazio a Milano nel quale presentare "Tessere Spazi", il libro che abbiamo pubblicato per festeggiare i vent'anni di attività dell'azienda. Abbiamo visto lo spazio Nonostantemarras di via Cola di Rienzo e ne siamo rimaste affascinate. Entrando più in confidenza con Antonio Marras e conoscendo meglio il suo lavoro, ci siamo accorte che avevamo più di una passione in comune: prima di tutto quella per i tessuti e per i colori, ma anche quella per uno stile dell'abitare fluido e in continuo cambiamento. Antonio ha poi interpretato alcuni dei prodotti delle nostre collezioni giocando con i nostri materiali. Le sedute realizzate secondo queste suggestioni cromatiche hanno arredato lo spazio di via Cola di Rienzo per la presentazione del libro, mentre altre sedute, vestite con intrecci inediti di maglie e jacquard presi dal mondo della moda, e grandi tappeti in feltro sono stati parte di Beyond Colour, l'allestimento che abbiamo realizzato nel 2015 per il Fuorisalone ai Chiostri umanitari.





Orlando - sedute  
design: Claesson Koivisto Rune

**Il colore è sempre stato un elemento fondante delle sue collezioni. Quali i fattori ispiranti nella scelta cromatica?**

Il colore e la sua declinazione sui diversi materiali ci permettono di poter far convivere nella stessa collezione prodotti "storici" e novità; consentono inoltre a ciascuno di noi di poter progettare un intero ambiente, interno o esterno che sia, coerente sia con le proprie aspettative, sia con le soluzioni cromatiche più giuste per ogni particolare esigenza. Uno dei punti di forza della nostra azienda è proprio quello di poter soddisfare tutte le diverse esigenze di personalizzazione. Le scelte cromatiche non sono strettamente legate a un prodotto o a una collezione in particolare, ma sono fatte principalmente per trovare il colore giusto da collocare al posto giusto, quello che in quel particolare momento e in quel particolare contesto possa dare la vibrazione più piacevole e corretta.

**Quali invece i materiali che ama utilizzare?**

Ho lavorato e continuo ancora oggi a lavorare volentieri con il tessuto, ma sono anche stata sempre aperta verso la novità e verso quello che mi incuriosisce. Oggi stiamo dedicando la nostra attenzione anche agli aspetti spontanei dei materiali naturali, come la pietra, i metalli, i legni, il vetro, alle loro lavorazioni artigianali, cercando di aggiornarle con finiture nuove e meno convenzionali. Pensiamo anche di spingerci a utilizzare questi materiali sulle superfici architettoniche.

**Dal 2000 il brand si è focalizzato sul design outdoor, in cui il tocco cromatico in dialogo con l'innata eleganza ne hanno ridefinito l'estetica. Come nasce questa scelta?**

La nostra intenzione è stata sin dall'inizio quella di poter portare all'esterno materiali e tessuti altrettanto piacevoli di quelli usati all'interno. Quando nel 2000 abbiamo cominciato a pensare all'outdoor, esistevano solo prodotti realizzati in metallo e plastica, molto severi, abbastanza scomodi e con poche varianti di colore e di finitura. Abbiamo iniziato a fare le nostre ricerche - non

senza la preziosa consulenza di ottimi collaboratori esterni - e un po' alla volta sono nate collezioni in cui oggi convivono, attraverso l'uso del colore, strutture in tessuto, metallo e legno studiate per resistere nel tempo, sedute confortevoli e tappeti realizzati a mano, tutti prodotti per i quali riteniamo fondamentale la semplicità della forma e la scelta dei materiali. Tutti rigorosamente esclusive Paola Lenti. Sin da subito eravamo convinte che i nostri arredi da esterno dovessero essere diversi, e abbiamo così iniziato a immaginare forme morbide e gradevoli che nel tempo si sono rivelate adatte non solo agli ambienti domestici, ma anche ai progetti d'arredo dei grandi yacht.

**Com'è cambiata nel tempo la concezione dell'outdoor nel design e quali invece le principali tendenze oggi?**

Oggi sicuramente, rispetto a una volta, si sente di più l'esigenza di vivere all'aria aperta ed è aumentata di conseguenza la propensione a investire di più; le aree esterne vengono considerate con maggiore attenzione e come parte integrante del panorama abitativo, e non sono più solo un elemento accessorio o temporaneo. Portare il comfort all'esterno è ora un patrimonio di tutti, ma bisogna fare attenzione: si commette spesso l'errore di pensare di poter prendere un prodotto da interno e portarlo nell'ambiente esterno semplicemente cambiando il tessuto. Purtroppo non è così facile: occorre un vero progetto. Per questo noi abbiamo due collezioni ben distinte, nate da approcci produttivi molto diversi.

**Recentemente la scelta di creare una linea di design anche per interni...**

La scelta di dedicarci all'arredo indoor è stata una naturale evoluzione, considerando che l'azienda è inizialmente nata producendo tappeti e alcune piccole sedute da interno. È stato quindi un ritorno alle origini, forti però dell'esperienza acquisita lavorando per l'outdoor, un ambiente decisamente più difficile e che richiede garanzie di qualità molto più elevate. Nel corso degli ultimi anni il pensiero progettuale per l'indoor si è sviluppato in una visione d'insieme dagli orizzonti sempre più ampi. Nel nostro lavoro non ci guida solo il pen-



Elsie – sedie  
design: F. Rota

siero di creare un divano, un salotto, un insieme, ma vogliamo vedere i nostri pezzi all'interno di architetture che siano confacenti e coerenti ai nostri ideali. Da questo concept nasce ad esempio Build, il sistema di pannelli modulari che generano vere e proprie strutture architettoniche. Oggi indoor e outdoor dialogano fra loro attraverso i colori, i materiali e le finiture, con prodotti che non si prestano a convenzioni e che non impongono caratteristiche definite, ma che permettono mille contaminazioni.

**Quali le novità di Paola Lenti nella settimana del Salone del Mobile di Milano, sia nell'outdoor che nell'indoor?**

Ci sono due progetti in particolare sui quali abbiamo focalizzato la nostra attenzione. Il primo è la realizzazione di una collezione contract con le caratteristiche che da sempre fanno parte dell'alfabeto progettuale di Paola Lenti, vale a dire prodotti con una forte connotazione tessile. Per questa nuova sfida abbiamo studiato anche un nuovo filato esclusivo, adatto a essere usato all'esterno e interamente riciclabile, che andrà a rivestire materiali altrettanto riciclabili, nell'ottica di ottenere un sempre minore impatto ambientale. Il secondo è continuare a lavorare sull'ambiente indoor concepito come progetto d'insieme. Il nostro desiderio più grande è poter progettare completamente gli ambienti indoor e outdoor rendendoli sempre più compatibili fra loro, considerando contenuto e contenitore come un unicum coerente e lasciando ampio spazio alla creatività personale.

**Durante la Design Week milanese, anche una sua installazione in collaborazione con Antonio Marras. Ci parla di questa particolare iniziativa?**

Anche quest'anno abbiamo l'opportunità di essere presenti in zona Brera. I nostri prodotti, e in particolare la nuova collezione di sedute e tavoli da esterno di cui abbiamo già accennato prima, arredano il dehors della boutique La Tenda. L'installazione prevede anche strutture ombreggianti rivestite con tessuti di collezione in tonalità di colore inedite che andranno dal verde chiaro al



Bistrò – ombrelloni  
design: CRS Paola Lenti

germoglio al giallo. Saranno proprio questi colori, declinati anche nei grandi fiori realizzati ad hoc sui tessuti di rivestimento dei complementi, che dialogheranno con le scelte cromatiche che Antonio Marras farà per l'allestimento all'interno del negozio.

**Parlando di lei, un oggetto di design a cui è particolarmente legata?**

Direi a tutti quegli oggetti non autocelebrativi che hanno saputo essere belli e concreti allo stesso tempo, e che di conseguenza sono diventati classici al di fuori delle mode del momento. Mi piacciono molto ad esempio gli acquari in vetro di Francesco Licata, oggetti senza età realizzati da Cenedese.

**Ha una particolare passione?**

Potrei dire per il mio lavoro, per il luogo dove lavoro, che non è fatto di materiali e ambienti particolari, ma di persone con le quali amo vivere e confrontarmi ogni giorno. E la mia casa, il luogo dove amo stare circondata dagli oggetti e dai profumi che mi sono familiari e ai quali sono più affezionata.

**Quali progetti per il futuro ha in mente per il brand?**

Vorremmo poter continuare a guardare al futuro, il che per mia sorella e per me significa in primo luogo fare in modo che la nostra rimanga un'attività fatta di persone e non di numeri. Vorremmo mantenere per quanto possibile anche il nostro metodo di lavoro, continuando a coniugare mondi diversi e condividendo sinergie e desideri, rendendo sempre possibile l'incontro tra lavoro artigianale e progetto industriale. Vorremmo continuare a dedicarci a collezioni che si arricchiscano ogni anno di proposte capaci di rinnovare lo spazio domestico, senza focalizzarci sul singolo progetto, ma coinvolgendo tutti gli aspetti dell'azienda, in modo che tutto si muova allo stesso ritmo e che tutti coloro che condividono le nostre idee possano crescere con noi e partecipare ai risultati che solo con l'impegno di tutti riusciamo a ottenere.



# Shopping experience

Nel cuore di Brera un luogo concettuale in cui convivono arte, fashion e cultura



Creare un'emozione di acquisto in cui entrano in dialogo sinergie uniche all'interno di uno spazio speciale. La boutique La Tenda è molto più di un semplice retail. Sperimentazione, innovazione, ricerca dell'esclusività ed eccellenza. Per un saper fare e un intuito tutto italiano

**A**rte, cultura e moda coesistono in un hub creativo di idee ed esperienze, posizionato nel cuore storico di Milano, il quartiere di Brera. La Tenda, gestita attualmente dai fratelli Longoni, non è un mero punto vendita, ma un involucro di creatività che continua a sperimentarsi negli anni per adattarsi alle nuove esigenze dei suoi clienti, seppur conservando intatti quei valori di esclusività e ricerca dell'eccellenza made in Italy. Oggi contano tre negozi situati in modo strategico nella città meneghina, mentre vacilla il sogno di aprire un multibrand all'estero. Posh ha incontrato l'intraprendete Vittorio Longoni, buyer e visual manager delle boutique, che ci ha illustrato con fierezza un lungo percorso iniziato cinquant'anni fa dal padre Marco.

**Due fratelli alla guida di un concept creato da suo padre Marco Longoni. Oggi contate tre boutique posizionate strategicamente nel capoluogo lombardo. Quali sono i rispettivi ruoli e come si è evoluto nel tempo il progetto retail?**

Si tratta di un percorso iniziato circa cinquant'anni fa con la prima boutique di via Plinio. Era un negozio di telerie di proprietà di mio nonno, successivamente con l'avvento del prêt-à-porter trasformato da mio padre in un negozio multibrand. Mio padre è stato uno dei primi a intraprendere questa attività e oggi siamo giunti alla terza generazione. Io mi occupo principalmente della selezione dei brand e di tutto ciò che riguarda il prodotto, invece mio fratello Stefano, architetto, mi segue nell'allestimento delle vetrine e l'organizzazione dell'interno strutture. Attualmente contiamo quattro attività, con tre negozi multibrand e un fashion store & outlet in Via Caminadella. La grande fortuna è stata quella di aver iniziato per primo a lavorare con mio

padre e soprattutto aver avuto la possibilità di aprire una serie di negozi in Giappone. Siamo stati una delle prime realtà multibrand italiane ad approdare nel continente nipponico, grazie ad un accordo durato un decennio con la società Raika, un grande colosso che si è innamorato del gusto e dell'immagine dei nostri negozi. Così aprimmo uno spazio a Oyama, la zona più celebre di Tokyo, e a Osaka all'interno dell'Hilton Hotel.

Gestire un negozio con una cultura totalmente diversa ed entrare in rapporto con persone che all'epoca, nel 1994, avevano meno esperienza e valore estetico dal punto di vista di conoscenze e stile, è stata una palestra importante.

**La Tenda Milano rappresenta una vera e propria esperienza di shopping emozionale, il trademark attuale delle boutique. Moda, arte e cultura convivono in un unico spazio. Una filosofia che conferisce al punto vendita un valore aggiunto rispetto al concetto statico di retail. Come si è sviluppata l'idea?**

Ciò che mi dà una grande opportunità rispetto al passato è che si può costruire nel negozio quasi una propria collezione. La gestione di un multibrand ti permette di relazionarti con aziende specializzate, in base al prodotto specifico. Ci concentriamo su una ricerca qualitativa eccellente.

Fin da più di dieci anni ormai ho deciso di fare la virata verso il made in Italy, perché mi rendevo conto che era inutile andare all'estero quando l'Italia offriva il meglio. La grande forza è quella di avere un ottimo rapporto di fiducia reciproca con i proprietari delle aziende, questo è fondamentale.

Il nostro Paese vanta nomi di eccellenza della moda italiana come Cucinelli, Tagliatore e Alberta Ferretti, marchi che ci contraddistinguono e alla lunga ci ripagano di più rispetto ai nuovi fenomeni del fashion, che per me sono come meteore. L'obiettivo è dare un'emozione al cliente che possa durare nel tempo.

**Parliamo de La Tenda Experience, un format creativo innovativo che mette in relazione artisti e brand di moda, lanciato per la prima volta durante l'Expo. Un successo tale da replicare l'iniziativa negli anni successivi. L'ultimo ha celebrato Get-Mex, un inno al Messico con protagonisti Avant-Toi e Gaia Dallerà Ferrario. Insomma, vivere la moda e la cultura in maniera alternativa...**

Il format La Tenda Experience è nato nel 2015 in concomitanza con Expo e si caratterizza come un catalizzatore di visioni artistiche contemporanee, che si rivela nella vetrina di via Solferino. Abbiamo intrapreso un percorso evolutivo legato a doppio filo alla cultura con un progetto che avvicina, volta per volta, un artista a un brand, generando nuove sinergie interpretative che si collocano in maniera naturale nello spazio espositivo. L'idea è quella di mostrare le aziende e far vedere la nostra ricerca in un modo diverso, più articolato e costruttivo, per dare maggiore valore ai capi, esaltandoli attraverso l'intuizione artistica e creando un potenziale emotivo capace di coinvolgere appieno il cliente. Dal suo debutto il progetto è andato molto bene e ha visto alternarsi diversi personaggi interessanti appartenenti al mondo della fotografia e dell'arte, il primo è stato Federico Pietrella, un giovane pittore italiano che ha realizzato con Zanella nove borse in esclusiva per La Tenda. Sia per la stagione estiva che per quella invernale diamo vita a un tema specifico, per quest'estate è Fiesta, ispirato al Messico e al mondo di Frida Kahlo - esplorato dalla grande mostra al Mudec - cominciato il 19 febbraio con la collaborazione tra due guest star d'eccezione come Majestic Filatures con le sue t-shirt deluxe fatte a mano a Parigi e Margherita Premuroso, art director, illustratrice e pittrice che ha creato un allestimento i cui temi sono stati replicati da una collezione limited edition di preziose t-shirt. È importante per un buyer essere attento all'evoluzione artistica e culturale che caratterizza la moda. Il terzo appuntamento Fiesta ha esaltato, invece, la collaborazione tra il brand Avant Toi specializzato nelle lavorazioni in cashmere e l'artista Gaia Ferrario. Durante il salone del mobile abbiamo dato origine inoltre a un bellissimo progetto con Paola Lenti e Antonio Marras, la creazione di un dehor esterno allestito e curato dalla designer, considerata un'eccellenza del settore.

**Stiamo vivendo un importante cambiamento epocale dovuto al digitale. Crede che l'avvento dei social media e la nascita delle piattaforme web abbiano cambiato la visione del lusso e l'approccio con la moda in generale? È sicuramente un modo nuovo di fare shopping, da considerare e monitorare, perché è necessario essere attenti ai cambiamenti in atto. Ad oggi, per il nostro modo di fare moda, dà una grande valenza al concetto di punto vendita in quanto può farti da consulente all'acquisto, resta un luogo in cui una persona può sentirsi consigliata. Posso comprare su internet un prodotto, ma farei molta fatica a vestirmi. Mettere insieme 5 o 6 pezzi non è da tutti, si ha bisogno di qualcuno che educhi all'acquisto e alla scelta di un capo, e questo può avvenire solo all'interno del negozio. L'e-commerce è per noi un valore senza dubbio indispensabile, per adattarci alle nuove esigenze del consumatore finale, nonostante continuiamo ad avere ottimi riscontri con lo store. La gente vuole toccare da vicino un abito, avere il contatto umano con le persone che sono in negozio. Ma la realtà digitale mi affascina molto.**

**A leggere i dati La Tenda ha superato i 6 milioni nel 2017 con una crescita del fatturato prevista per l'anno corrente. Qual è la ricetta vincente per ottenere un riscontro positivo sul mercato domestico e internazionale? Siamo in un mondo dove l'esperienza è determinante. La ricetta migliore è creare una visione della donna che si desidera rappresentare e comunicare all'esterno, più che rincorrere le tendenze. Seguire ciò che si sente dentro. Ognuno deve intraprendere un percorso in base al proprio modo di vedere la realtà del negozio che si vive.**

**Su quale mercato spingere l'acceleratore?**

Quello americano, vorrei aprire una boutique multibrand a New York. È un mercato che mi attrae, potrebbe essere una bella scommessa. Abbiamo tanti clienti dall'America che due volte all'anno vengono apposta a La Tenda per fare shopping.

**Avete mai pensato di dedicare un corner all'uomo?**

No. Sono nato in un ambiente rivolto alla moda femminile, fin da bambino vedevo con mia madre le sfilate donna. Per l'uomo significherebbe dedicarsi a un'attività completamente diversa da quella che sto facendo, e non sarebbe facile.

**Quale la caratteristica che deve avere un brand per rispecchiare appieno la filosofia de La Tenda?**

Innanzitutto la qualità, il Made in Italy e la serietà dell'azienda.

**Tra i marchi storici presenti a La Tenda ci sono Cividini e Brunello Cucinelli. C'è un talento che ammira maggiormente o un marchio che vorrebbe ospitare all'interno delle sue boutique?**

Ero innamorato di Jil Sander... se ci fosse ancora (la stilista e fondatrice ha lasciato la Maison nel 2013, ndr). Quel tipo di moda mi piace molto.

**Cosa ama in particolare del suo lavoro e cosa invece no?**

Tutto, perché il tempo che dedico al lavoro è tantissimo e se non mi piacesse non potrei mai fare questo mestiere. Mi piace perché mi occupa tanto tempo, non mi piace perché me ne toglie parecchio. Mi ritengo comunque fortunato di fare un lavoro che amo.

**Il sogno per il 2018?**

Lavoro così tanto che mi manca il tempo di sognare. L'esperienza in Giappone è stata molto interessante... potrei pensare di fare qualcosa in un altro Paese. È uno stimolo che potrebbe portarmi a pensarci. Un altro sogno, invece, è avere qualcuno che possa sostituirmi. Per avere più tempo.

ARR

