

SER

sommario giugno/luglio

9

Editoriale

Il rivenditore 2.0

Olga Munini

10

Agenda

22

Eventi

Il futuro del design è oggi

A cura della redazione

Porte, finestre & Co: nuove prospettive

Valentina Gavarini

32

Osservatorio

Showroom e comunicazione

Marco Zanon

38

In copertina

Il mercato cambia, ma i valori restano

A cura della redazione

40

Incontri

Innovazione nell'involucro edilizio

A cura della redazione

42

Prodotti

Finitura superiore

A cura della redazione

Finestre in fibra di vetro

A cura della redazione

46

Protagonisti

Costruire valore nel tempo

Beatrice Cavalcante

50

Progetti

Porte e finestre della tradizione

Margherita Toffolon

Una casa a tutta luce

Margherita Toffolon



DESIGN ITALIANO SENZA CONFINI

Paola Lenti rafforza la sua presenza internazionale con due nuove aperture a Dubai e San Paolo. Esempi emblematici di design su misura, dialogo con il contesto e qualità del Made in Italy

Frida Nobile

Le recenti e importanti aperture dei nuovi showroom a Dubai e S. Paolo di Paola Lenti, prestigioso brand italiano conosciuto per i suoi arredi di alta gamma per interni ed esterni, rafforzano e consolidano la presenza dell'azienda nei mercati internazionali, con un totale ad oggi di ben 11 spazi monobrand in paesi diversi. Paola Lenti opera a Dubai da oltre 15 anni con un partner locale, Purity, e il nuovo showroom rappresenta un ulteriore passo importante nell'affermazione dell'azienda italiana in questo mercato.

Ubicato in una elegante villa su Jumeirah Beach Road che si trova in un quartiere raffinato e vivace, lo showroom si estende su un unico piano e su una superficie di 350 metri quadrati, al quale si accede attraverso un giardino curato in ogni dettaglio. Lo spazio è progettato in modo da valorizzare il marchio e l'equilibrio tra estetica e prestazioni che definisce e caratterizza la produzione degli arredi Paola Lenti e dove si possono trovare soluzioni su misura per le esigenze più diverse ma soprattutto per progetti re-

sidenziali, alberghieri e nautici. A S. Paolo, Paola Lenti - che su questi mercati collabora in esclusiva con Casual Móveis, leader locale nel settore degli arredi di lusso - ha di recente inaugurato un nuovo spazio in sostituzione dell'altro showroom già presente in città. La nuova location, su tre livelli e situata nel distretto della città dedicato al design, è stata progettata dall'architetto brasiliano João Armentano dello studio AARQ ed è caratterizzata da una struttura modulare in metallo che sostiene un volume trasparente. Tutto intorno, si trovano i giardini verticali sospesi che, grazie alla presenza di cavi dedicati, creano una sorta di cortina che filtra luci e suoni, offrendo ai visitatori un'atmosfera protetta e molto suggestiva. Le ampie aree lounge si affacciano sui giardini esterni che avvolgono l'edificio e sono stati progettati dal paesaggista Daniel Nunes. Abbiamo incontrato Paola Lenti, la fondatrice dell'azienda omonima e, con lei, abbiamo approfondito alcuni aspetti partendo proprio da queste due recenti inaugurazioni.



photo credits João Ozi



PROGETTAZIONE, FORMAT E COERENZA DI STILE

Quali sono i criteri trasversali che guidano la progettazione degli spazi espositivi?

“La progettazione dei nostri monobrand, ma di tutti gli spazi espositivi in generale, si basa su criteri di coerenza estetica, armonia cromatica e valorizzazione del prodotto. Ogni ambiente è concepito per raccontare un'esperienza sensoriale, in cui materiali, luce e forme dialogano in modo fluido e naturale, nel pieno rispetto della forte identità del brand.

Anche la scelta della location gioca un ruolo fondamentale. La presenza di un giardino, per esempio, è spesso un elemento determinante: i nostri prodotti traggono ispirazione dalla natura e, poiché destinati all'esterno - ovviamente parliamo della collezione outdoor in questo caso - riteniamo sia più efficace presentarli nel loro contesto naturale. A Milano, per esempio, il nostro flagship store si sviluppa su oltre 4.000 mq e include sei giardini diversi, tra i quali uno destinato ad aiutare la sopravvivenza degli insetti impollinatori grazie alla piantumazione di piante appositamente scelte, mentre a Miami sono le piante tropicali tipiche di quei luoghi a fare da cornice ai nostri arredi”.

Esiste un format ricorrente utilizzato nei diversi showroom?

“Sì, esiste un format riconoscibile che si esprime nella creazione di ambienti dove il benessere di chi li vive è al centro della progettazione. Tuttavia, ogni showroom nasce anche da un approccio site-specific, che tiene conto del contesto culturale e architettonico locale. La nostra capacità di personalizzare il prodotto secondo le esigenze del progettista consente una declinazione flessibile in termini di colori e abbinamenti, coerenti ai diversi contesti culturali. In Brasile, ad esempio, presentiamo le nostre collezioni con la massima varietà cromatica, mentre a Dubai abbiamo optato per tonalità più neutre”.



photo credits João Ozi

CHI È PAOLA LENTI

Fondata nel 1994, Paola Lenti è conosciuta in tutto il mondo per l'impronta innovativa che ha saputo dare al prodotto di design e per la sua inconfondibile interpretazione del colore. In trent'anni di attività l'azienda ha creato una collezione di tessuti e materiali tecnici esclusivi, eco-compatibili e disponibili in centinaia di tonalità. Le collezioni indoor e outdoor e i complementi per l'architettura di Paola Lenti sono presenti nei più importanti showroom internazionali

Per l'apertura di San Paolo, è stata mantenuta coerenza con la sede precedente o si è optato per una progettazione nuova?

“Più che di una relocation, nel caso di San Paolo si è trattato di un progetto completamente nuovo. Il nuovo edificio, costruito adiacente alla sede precedente e tutt'ora esistente, è stato voluto dal nostro partner Casual Móveis. L'intento era quello di integrare la struttura architettonica con i giardini circostanti, mantenendosi coerenti ai nostri stilemi. In questo spazio molto particolare abbiamo quindi proposto un'ampia gamma cromatica, che è particolarmente apprezzata dal pubblico brasiliano. Sui tre piani abbiamo creato ampie aree suddivise dalle nostre strutture architettoniche, giocando molto con vivaci tonalità verdi, arancioni e gialle”.



photo credits Rami Mansour

SPUNTI DI RIFLESSIONE

Perché abbiamo scelto di raccontare questa case- history?

1. Per l'esempio di coerenza estetica, armonia cromatica e valorizzazione del prodotto e dell'identità del brand espressi nei flagship store
2. Per il concetto inconfondibile di eccellenza presente nelle diverse location
3. Per la declinazione della qualità artigianale di altissimo livello connessa al Made in Italy che i vari showroom comunicano



photo credits Rami Mansour

STRATEGIE E MADE IN ITALY

Nel caso di Dubai, sono state adottate strategie comunicative specifiche per l'ingresso nei Paesi Arabi?

“A Dubai abbiamo scelto una location d'eccezione: una villa elegante con giardino, affacciata su Jumeirah Beach Road. Una cornice ideale per accogliere i nostri prodotti in un contesto residenziale. L'allestimento che abbiamo studiato con il nostro partner Purity ha richiesto un accurato lavoro di adattamento culturale, con particolare attenzione all'accoglienza e alla narrazione visiva del Made in Italy. Le strategie comunicative si sono concentrate sull'eccellenza artigianale, la sostenibilità dei materiali e la versatilità dei prodotti, in linea con le aspettative di un pubblico esigente e internazionale”.

Per quanto tempo gli showroom mantengono la configurazione attuale?

“La configurazione degli showroom viene aggiornata periodicamente, in occasione del lancio di nuove collezioni o in base alle esigenze del mercato locale. In genere, ogni 12 mesi sono previsti interventi di aggiornamento o restyling, anche se in realtà gli spazi vengono rivisti e curati sistematicamente nel corso dell'anno”.

Come viene interpretato il concetto di Made in Italy negli spazi retail?

“Il Made in Italy si esprime attraverso l'eccellenza dei materiali, la cura dei dettagli e la qualità artigianale. Ogni showroom diventa una vetrina del saper fare italiano, dove design e tradizione si fondono in ambienti sofisticati ma al tempo stesso accoglienti”.

Sono previste nuove aperture in Europa o nel resto del mondo?

“Sì, è prevista una nuova apertura entro la fine dell'anno. Ma, per il momento, resta una sorpresa”.