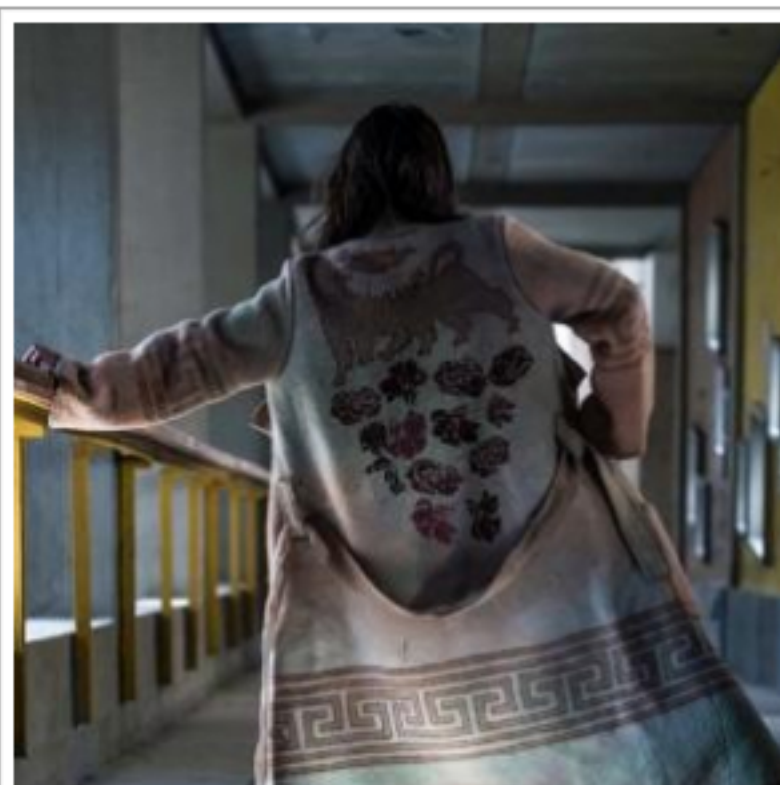




Creatività e valorizzazione, le coperte dell'ex Villaggio Eni ora cappotti preziosi

L'artista Anna Poletti e il designer di moda Giorgio Tollot reinventano il passato, sostenuti dal Progetto Borca di Dolomiti Contemporanee.



Cappotto realizzato da coperta Lanerossi marchiata Eni, foto Dolomiti Contemporanee

Il sito dell'Ex Villaggio Eni. Esiste un posto nel cuore del **#Cadore**, accoccolato ai piedi del Monte Antelao, che mette in diretta comunicazione passato, presente e futuro con tutta la forza che solo l'ingegno umano riesce ad imprimere. Si tratta dell'**ex Villaggio Eni**, l'avveniristico progetto che il visionario **imprenditore Enrico Mattei** volle far edificare dal celebre **architetto Edoardo Gellner** agli inizi degli anni '50, un complesso urbanistico poco distante dal paese di **Borca di Cadore** che si snoda per oltre 100.000 mq e che era destinato al soggiorno turistico dei dipendenti dell'azienda petrolifera.

Una realtà di [imprenditoria](#) virtuosa, attenta alla componente sociale degli impiegati, che, dopo i decenni di progressivo abbandono seguiti alla morte di Mattei nel '62, è diventata dal 2014 [l'oggetto delle cure di Progetto Borca](#), il piano di rivitalizzazione del sito promosso dal laboratorio **Dolomiti Contemporanee** che svolge la sua missione di recupero e valorizzazione attraverso la conduzione coordinata di molteplici iniziative artistiche e culturali.

La scoperta di un tesoro

Come nel caso della **preziosa avventura delle coperte Eni**, realizzate una sessantina d'anni fa dall'azienda **Lanerossi** per il Villaggio Eni e marchiate con il logo del cane a sei zampe, trasformate in questi mesi dal talento dell'**artista Anna Poletti** e del **designer di moda Giorgio Tollot** in cappotti per donna e per uomo che non hanno nulla da invidiare ai capi di una boutique di lusso.

Una storia che, come si diceva, fonde passato, presente e futuro, storia e contemporaneità, mondo dell'**#impresa** e dimensione artistica, e che ha mosso i suoi **primi passi nell'estate 2015**, con il ritrovamento qualche centinaio di coperte in uno dei magazzini del complesso abitativo.

«Durante una visita di Anna all'ex Villaggio Eni abbiamo avuto modo di imbatterci in questo piccolo grande tesoro nascosto, una catasta di coperte ancora in ottimo stato. A quel punto, nel giro di poche ore, avevamo già elaborato il piano d'azione: in effetti, è proprio la distanza tra fumosa velleità e idea percorribile, tra intuizione fine a sé stessa e iniziativa concreta che Progetto Borca si impegna a coprire da due anni a questa parte – racconta **Gianluca D'Inca' Levis, ideatore e curatore di Dolomiti Contemporanee** – questo complesso urbanistico è una cava culturale che non accenna ad esaurirsi, una costellazione di obiettivi perfettamente raggiungibili che si arricchisce giorno dopo giorno, mese dopo mese di una stella in più. Dagli arredi lignei della ditta **Fantoni** al linoleum per pavimenti firmato **Pirelli**, dalle lampade **Flos** fino, appunto, alle coperte **Lanerossi**: [basta avere lo sguardo giusto](#) per cogliere il valore intrinseco in ogni oggetto»

Un'iniziativa che guarda al futuro

Ecco allora la trasformazione: quattro coperte con il logo Eni decorate prima esternamente con tinte per tessuto da Anna Poletti, dunque passate al taglio e cucito di Giorgio Tollot, integrate con inserti in seta e infine impreziosite con altre fantasie internamente, sempre dalla Poletti.

«Il primo impatto è stato davvero straordinario: **c'era letteralmente una montagna di coperte sulla quale mi sono arrampicata** e dalla cima della quale potevo sfiorare l'alto soffitto con la testa – rivela l'**artista Anna Poletti** – da quel primo contatto è sorta immediatamente l'idea di reinventare quel tessuto in capi d'abbigliamento. L'aspetto che secondo me è veramente interessante è questa **possibile e proficua relazione tra arte e mondo dell'impresa**. Il gruppo marketing di Lanerossi, attualmente marchio del gruppo Marzotto, è venuto in visita all'ex Villaggio e si è dimostrato entusiasta dell'iniziativa. Sarebbe bello, facendo cooperare tutte le aziende da coinvolgere, poter arrivare ad una effettiva commercializzazione di questi cappotti di pregio: rimandano all'Italia del boom economico e della qualità del prodotto, a quell'**epoca florida di creatività che ha impresso davvero il concetto di Made In Italy nel mondo**»

