

IL NUOVO STAND PILLA A TANEXPO 2006



*quando
mostrare
significa
comunicare*

*Quasi 200 metri
quadrati di eleganza
e di ricercatezza
per esaltare ancora
di più il valore del
prodotto.*

Pilla



Pilla

OLTRE LA FORMA

La bellezza di un quadro dipende anche dalla cornice. Una regola antica a cui **Pilla** ha scelto di ispirarsi allestendo il suo nuovo stand fieristico: un luogo studiato come ideale contenitore in grado di valorizzare al meglio i prodotti dell'azienda, esaltando il design e la raffinatezza delle linee e degli oggetti.

Presentato per la prima volta a **Tanexpo 2006**, lo stand ha riscosso un eccezionale successo ed è stato unanimemente apprezzato per l'eleganza delle soluzioni e delle forme. Progettato e realizzato dallo studio di architettura **Zattera & Marangon Associati**, a cui da anni **Pilla** si affida, l'allestimento è frutto di una ricerca attenta e scrupolosa sulle esigenze aziendali che ha portato alla creazione di un luogo ideale dove gli oggetti potessero trovare il proprio naturale habitat. Il risultato finale è riuscito a far convivere le esigenze di visibilità dei prodotti esposti con lo stile sobrio ed elegante a cui da sempre viene associato il marchio **Pilla**.

Aperto, accessibile, confortevole: lo stand **Pilla**, prima ancora di essere uno spazio pensato per mostrare, e quindi per vendere un prodotto, si è rivelato come un luogo da vivere, dove anche il solo sostare diventa piacevole. Con una superficie di circa 200 metri quadrati, formata di spazi simmetrici regolati da elementi verticali ed orizzontali circondati da una cortina di pareti trasparenti, l'allestimento **Pilla** è un invito rivolto al visitatore ad entrare, a passeggiare per i piccoli corridoi interni, a fermarsi negli spazi di esposizione composti da una maglia di piccole nicchie dove sono ospitati gli oggetti.

E se è pur vero che la prima cosa che si nota guardando dall'esterno sono le preziose cavità studiate per accogliere e contenere i prodotti **Pilla**, è al centro dello stand che trova posto la parte più importante dell'intero allestimento. È il luogo dedicato alla vita di relazione: un nucleo centrale dove trovano posto un ufficio, la sala riunioni, un ampio bar e un piccolo atrio dedicato alle videoproiezioni. Quasi a significare che prima di ogni altra cosa l'obiettivo è quello di **privilegiare il rapporto umano** con i clienti, **l'incontro, la comunicazione, la conoscenza**. In una parola: **il servizio**.

Insomma, uno spazio espositivo che non vuole urlare, ma suggerire; non imporre, ma sedurre, senza limitarsi ad un'arida sfilata di prodotti, per indurre invece pensieri, sensazioni, conoscenza di una azienda e del suo modo di lavorare.

E a questo risultato contribuisce la partecipazione di molti fattori. Gli elementi cromatici innanzitutto: il rosso pompeiano, colore istituzionale di **Pilla**, si mescola magistralmente con l'opulenza dell'oro avvolgendo lo stand in una atmosfera di lusso e di ricercatezza che dona all'ambiente un'aria elegantemente salottiera, sottolineata dalla presenza di comode poltroncine quadrate, poste al centro di ogni angolo espositivo. Ma anche la scelta delle luci, studiata secondo un elaborato gioco di illuminazione diretta e riflessa, risponde al duplice scopo di esaltare gli oggetti, ma anche di donare all'ambiente una luminosità morbida, diffusa, che agevoli, ancora una volta, la conversazione e lo scambio. Una cornice perfetta per comunicare.

SARA MARTINI •

