

LINEAPELLE

PREMIOSTAND

L'organizzatore di una mostra deve offrire le migliori possibilità di esprimere ed esaltare le proprie peculiarità alle aziende espositrici, iniziando dalla vetrina in cui si propongono: lo stand.

Gli espositori, con il loro carattere, le loro creazioni e le modalità espositive inevitabilmente eterogenee, contribuiscono all'obiettivo comune di costruire un contesto, che faciliti ed abbellisca lo scambio commerciale attraverso elementi culturali, artistici e relazionali. Ne deriva tendenzialmente una sinergia che caratterizza l'evento nei suoi valori stilistici, equilibri compositivi e connessioni cromatiche.

Il risultato ideale è un linguaggio espositivo omogeneo e chiaramente identificabile. Sulla base di questi presupposti sono stati visionati i padiglioni di Lineapelle 25-27 Febbraio '15, alla ricerca di parametri esemplari nella fruibilità, nell'estetica e funzionalità, nella chiarezza comunicativa e nella celebrazione dell'intera esposizione.

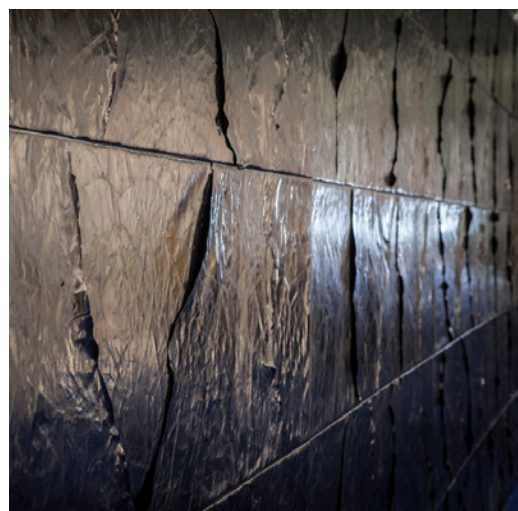
La categoria "Concerte" ha subito rivelato una distinta propensione alla qualità, che ha reso l'esame molto stimolante, con dettagli e peculiarità meritevoli di menzione.

Facciamo qualche esempio.



Ha raggiunto una grande coerenza tra brand, valorizzazione del prodotto ed espressività.

Ad un mix di elementi d'arredo originali, appositamente realizzati e fortemente connotati secondo lo stile aziendale era affidata la fruizione degli interni, isolati e protetti da un perimetro di pareti impreziosite e connotate da un originale texture di rivestimento in pelle.





CONCERIE

ARTIGIANO DEL CUOIO



Ha affidato all'identità del materiale il compito di rafforzare le caratteristiche e la personalità dei prodotti.

L'originale combinazione proposta di MDF, metalli spazzolati e legni naturali, costituisce un contesto tonale perfettamente allineato alla gamma cromatica del campionario esposto.





Un insolito ed originale gioco di pareti sovrapposte fa da filtro tra le corsie perimetrali e l'area espositiva di **Bonau**do che colpisce per l'eleganza espressa da un allestimento molto curato ed essenziale.

Chiaro ed immediato nello sviluppo planimetrico centrale, offre una singolare soluzione "*privè*" di alta validità.





MARTINI PIO



Essenzialità e rigore, che, attraverso un insolito artificio strutturale, simula una suggestiva, apparente sospensione dell'intera area.





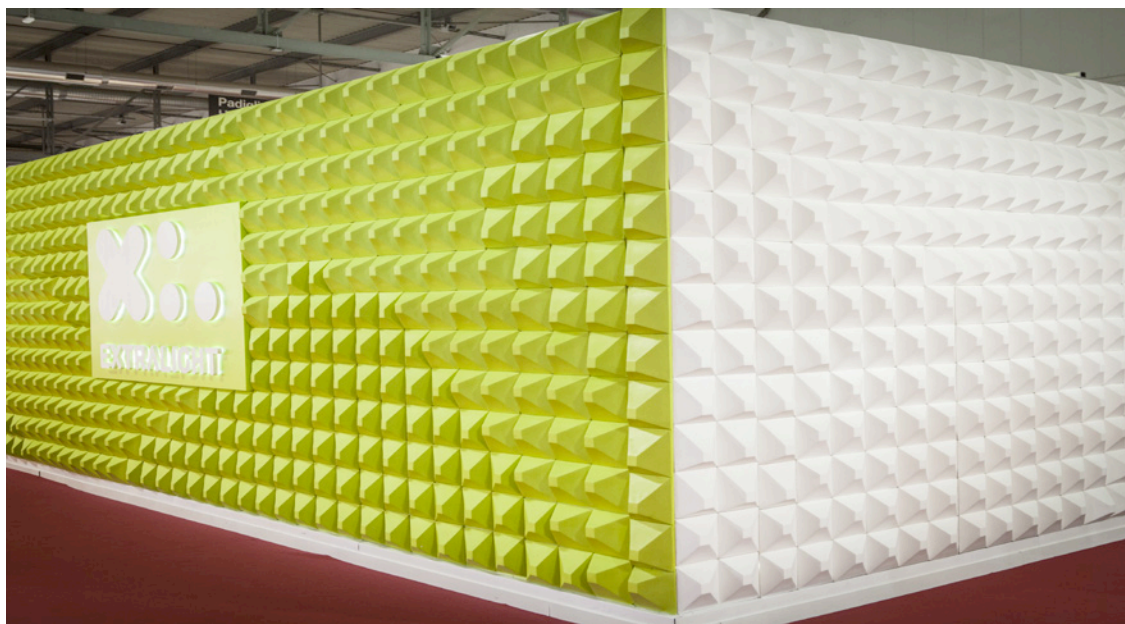
Le scelte progettuali efficaci, spesso provengono da gesti coraggiosi.

Il colore caratteristico degli oggetti esposti è all'origine di un abbinamento cromatico e materico di grandissimo impatto che, grazie anche ad una interessante scelta di superfici laccate e non, rappresenta un riuscito connubio tra valenza estetica e coerenza nella comunicazione.





FINPROJECT

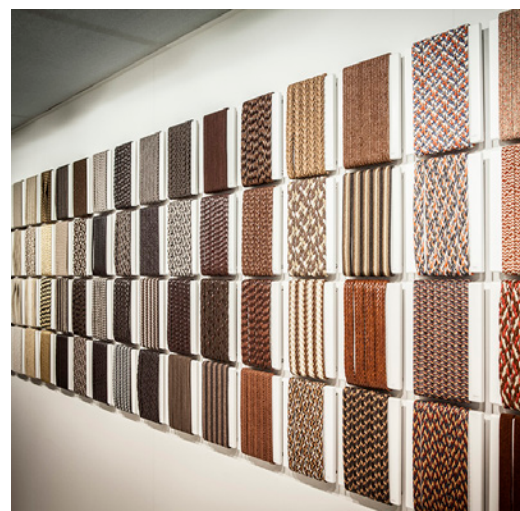


Ha espresso pienamente il valore del marchio e del prodotto, con un allestimento rivestito da particolari elementi piramidali in **EXTRALIGHT®**, appositamente realizzati dalla stessa azienda che, reinterpretando in forma esclusiva il proprio materiale, ha potuto esprimere pienamente il valore del prodotto sia in forma visiva sia e soprattutto tattile.





Tramite un coerente ordine compositivo degli articoli proposti, ha creato uno spazio sobrio e molto elegante. Distribuzione e modalità hanno favorito la presentazione di una grande varietà di elementi che, in un contesto *"total white"*, creavano un efficace vibrazione cromatica, oltre ad avvantaggiare la godibilità.





In un layout planimetrico particolarmente utile per le trattative, ha creato uno spazio che esprime pienamente il valore del brand.

Lo fa attraverso un calibrato uso di elementi modulari luminosi e volumi espositivi di particolare raffinatezza, che separano l'area commerciale in modo pratico e distinto.





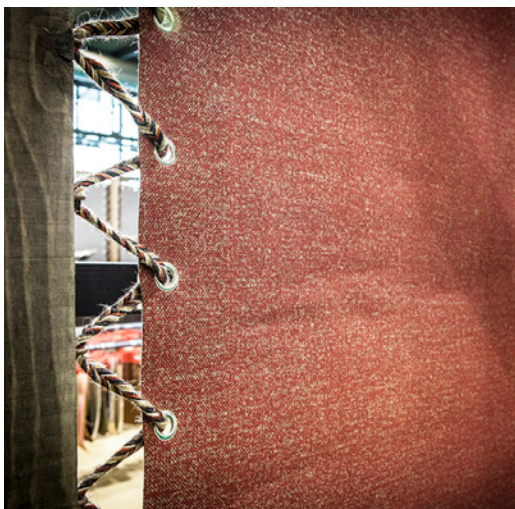
L'esigenza di isolarsi senza rinunciare alla condivisione visiva è stata brillantemente risolta grazie ad un ricercato ed originale gioco di intrecci.

YKK Italia ha concepito superfici perimetrali filtranti di grande efficacia, anche e soprattutto per il sottile legame concettuale che riportava al prodotto aziendale.





Per i "Sintetici e Tessuti", *Artesa* ha proposto un interessante sistema di elementi tessili verticali, che esplicitavano efficacemente la vocazione dell'impresa, assolvendo perfettamente alla funzione architettonica di separare l'open-space, senza isolarlo completamente.





Per la stessa specializzazione, *Freetime* ha saputo infondere all'allestimento un ruolo di primo piano nella comunicazione del prodotto.

Sicuramente di forte impatto la scelta di dare un tema all'installazione, che ha dato vita ad un "*bazar*" di elementi, materiali, colori e texture, assolutamente coerente nella sua eterogeneità e perfettamente allineato allo stile della ditta.

