


**PILLA**

# Maestri di stile e di eleganza



The logo for Pilla, consisting of the word "Pilla" in a bold, black, serif font, enclosed within a red rounded square border.

Pilla

The background of the advertisement features several pencil sketches of architectural or decorative elements, including a classical column capital and a vase-like form. In the foreground, there are various drafting tools: a large blue set square, a pair of yellow-rimmed glasses, a pair of silver compasses, and a black pen. On the left side, there is a red, textured object that resembles a piece of leather or a decorative panel with a circular pattern.

**P**ersegue da più di settant'anni l'obiettivo principe di rispondere adeguatamente, precorrendo i tempi e dettando quasi le linee di tendenza, ad ogni sollecitazione proveniente dal mercato italiano e da quello internazionale. E sempre creando **oggetti preziosi come gioielli** che la hanno portata ad essere oggi il vero punto di riferimento dell'arte funeraria nel nostro Paese.





Armonia dell'insieme, bellezza formale, equilibrio delle linee: sono queste le caratteristiche dei prodotti Pilla, contraddistinti da un design particolare e unico che nel tempo ha contribuito ad imporre uno "stile" preciso e prestigioso, frutto di una collaborazione ormai trentennale con Ivo Sedazzari, creativo noto anche per la sua importante attività nel mondo orafa, e di quella, più recente ma di certo non meno efficace, con Adriano Fanton, scultore che può vantare una esperienza unica nel campo della lavorazione della porcellana e che ha contribuito ad arricchire le collezioni con oggetti frutto di una elaborazione tecnica ed estetica impossibile da raggiungere fino a pochi anni fa.

La professionalità di tutti i collaboratori e la cura quasi maniacale dedicata ad ogni prodotto si percepiscono in maniera evidente nel complesso industriale di Carrè, in provincia di Vicenza, dove ha sede il quartiere generale di Pilla: un moderno stabilimento pro-



duittivo in cui la materia viene manipolata attraverso processi di ultima generazione e soluzioni tecniche esclusive. Qui, ogni giorno, quasi **cento persone** si dedicano a modellare la materia, trasformandola in veri e propri **oggetti d'arte e di design**. Dalla fonderia alla finitura, dall'officina stampi fino alla pressofusione, l'intero stabilimento **Pilla** comprende un universo di **conoscenze, di abilità e di esperienze tecniche** capaci di tradursi in un **processo produttivo avanzato e dinamico**. Un risultato dovuto principalmente alla decisione di investire nell'acquisizione di macchinari e di tecnologie all'avanguardia come il recente impianto di verniciatura ad alta protezione in grado di garantire una ulteriore raffinatezza, la quarta mano di vernice. Una **vocazione al progresso** che non si limita alla tecnologia, come dimostrano i continui investimenti compiuti per migliorare ulteriormente ogni settore: l'attenzione commerciale, il customer service, i servizi amministrativi in genere.

**Investire nel futuro** è una vocazione specifica di **Pilla**: il frutto di questa scelta è un'azienda in grado di sostenere ritmi produttivi a ciclo continuo, spesso anticipando le esigenze e le sfide che il mercato dell'arte funeraria dovrà affrontare domani. Proprio perché **per Pilla il futuro è oggi**, già da molti mesi l'azienda sta preparando la propria partecipazione a **Tanexpo 2010** investendo risorse umane ed economiche non solo per realizzare le **nuove Collezioni** che, come di consueto, non mancheranno di destare stupore e ammirazione, ma anche per accogliere nel segno dell'eleganza e dello charme i tantissimi clienti ed amici che certamente accorreranno in massa a Bologna. **L'opulenza dell'oro, i riflessi preziosi del rosso pompeiano, una atmosfera rilassante e lussuosa** come nei racconti de *Le Mille e una notte*: la scenografia ideale per **oggetti d'arte** creati da chi punta da sempre sulla **ricerca e sulla esclusività** dei propri prodotti. Aperto, accessibile, confortevole, dall'aria





vagamente salottiera: lo **stand Pilla**, prima ancora di essere uno spazio pensato per mostrare e per vendere un prodotto, è un luogo da vivere, dove il visitatore si sente a proprio agio e ama sostare. Con una superficie di **quasi duecento metri quadri**, formata da spazi simmetrici regolati da elementi verticali e orizzontali circondati da una cortina di pareti trasparenti, lo **stand Pilla** è un invito rivolto

al visitatore ad entrare, a passeggiare per i piccoli corridoi interni, a fermarsi nelle sue aree di esposizione. Ma è al centro che trova posto la parte più importante dell'intero allestimento. È il luogo dedicato alle attività di relazione, dove trovano posto un ufficio, la sala riunioni, un ampio bar e un piccolo atrio dedicato alle video proiezioni. Quasi a significare che l'obiettivo è quello di **privilegiare il rapporto umano** con i clienti, **l'incontro, la comunicazione, l'informazione**. In una parola: **il servizio**. Uno spazio espositivo che non vuole urlare ma suggerire, che non vuole imporre ma sedurre, senza limitarsi ad una arida sfilata di prodotti per **indurre invece pensieri, sensazioni, emozioni e conoscenza** di una azienda e del suo modo di lavorare. Il tutto impreziosito dalla grazia di cinque bellissime madrine che accoglieranno gli ospiti e, per i più golosi, dai tanti manicaretti preparati ad hoc da un grande chef!

CARMELO PEZZINO •

