

# La personalizzazione come benessere estetico e interiore

Parola di **Lucio Pellanda**: un concetto di unicità pronto a trasporsi anche in una rivista

**I**mmaginate l'unicità come un lusso intelligente. Non perché fatto di oggetti "culto" concepiti da archi-star per il megabrand di turno, ma esclusivi perché capaci di rappresentare nel profondo coloro per cui sono progettati. È quanto si propone Lucio Pellanda, una passione per la lavorazione dei mobili ereditata dal padre Giuliano (da cui la Srl di Tezze sul Brenta prende il nome) e un chiodo fisso in mente: "Offrire al cliente la possibilità di ritagliarsi addosso un arredamento che parli di chi l'ha scelto".

Nata nel 1977 "con poche risorse e tanta buona volontà", negli anni la Giuliano Pellanda è passata dal costruire finestre e infissi a cucine, armadi e camere "custom made", da cui l'azzeccato claim "Costruttori di mobili".

"Il concetto di unicità l'ho introdotto io negli ultimi anni e va ben oltre il 'su misura' - sottolinea Lucio Pellanda, che nell'azienda di famiglia ha saputo guadagnarsi un ruolo di responsabile commerciale a tutto tondo -. L'unicità, infatti, è il frutto di un'attenta analisi dei bisogni espressi, ma a volte sottaciuti, da clienti in cerca di un'anima anche in ciò che li circonda".

Da qui l'idea di proporre un personal brand capace di raccontare l'unicità di una persona e dell'ambiente domestico di cui ci si accinge a narrare la storia.

Tra il dire e il fare, poi, si inserisce anche un blog ricco di osservazioni ed esperienze.

E affinché il concetto fosse ancora



più chiaro, un anno e mezzo fa Lucio Pellanda ha rielaborato la sua esperienza in un libro che si colloca "a metà strada tra la manualistica pratica e il saggio teorico".

Il critico d'arte contemporaneo Mauro Fantinato ha definito nella prefazione al volume "Come Arredare la tua Casa su Misura": "Una visione d'arredo quale realizzazione concreta di un benessere estetico ed interiore".

E Lucio Pellanda non si ferma al libro e blog.

Unico relatore al convegno sul personal brand alla fiera internazionale del mobile di Kiev, in Ucraina, lo scorso marzo, è ancora lui a parlare ad una platea di giovani designer ed architetti.

E ora via a sviluppare il proprio magazine da spedire a un target selezionato di architetti.

"Saper lavorare l'ebano come il pallissandro, proponendo il rovere in finiture particolari per progetti specifici a misura del cliente, mi permette di spingermi oltre il concetto di prodotto per realizzare un percorso che io chiamo "Diario di Progetto".

È qualcosa di unico, che sa farsi strada nel profondo e tirare fuori una personalità che diventa prima stile, poi casa".

Perché l'artigiano è prima di tutto un artista e un consulente, e non solo un mero esecutore. ■

