

COMFORT LINE *Chrèon* - “Perché le pareti non ci separino dal mondo, ma ci aiutino ad abbracciarne la bellezza”

Comfort Line si mostra al mondo a Villa del Grumello: innovazione, forti emozioni, la magia del cinema, percorsi visivi ed olfattivi e un “salotto” speciale.

Villa del Grumello di Como, una location non casuale

A Villa del Grumello non è mancato nulla, ma soprattutto non è mancato lo stupore negli sguardi dei nostri invitati.

E vogliamo partire dalla fine, proprio da quello stupore che siamo riusciti a regalare e che al termine di una giornata magica si poteva distinguere negli occhi dei nostri ospiti; perché ci sono occasioni per cui si mette in campo il meglio di se stessi, ed è a questo nuovo, splendido progetto che abbiamo voluto dedicare tutto il nostro entusiasmo e la nostra passione.

Accogliere i nostri invitati in questa incantevole villa piena di storia e fascino sulle rive del lago di Como non è certo un caso, perché da sempre la natura e la bellezza del territorio, con i colori che a seconda del meteo mutano totalmente offrendoci infinite sfumature ed armonie, sono per noi fonte di ispirazione.



L'accoglienza in questo speciale “salotto” ha da subito messo a proprio agio relatori e platea e senza troppi preamboli abbiamo lasciato parlare la magia del cinema in un video emozionante del regista **Paolo Lipari**, a cui è seguita una “visita guidata” attraverso il nuovo pensiero di Lechler con le parole di **Luciano Valli**, il direttore marketing del Gruppo.



Un racconto per Comfort Line

L'attenzione è stata alta e l'atmosfera coinvolgente; non sono stati monologhi ma un dialogo ricco di contenuti e sensazioni tradotte in voce.

"Comfort Line è un ulteriore passo avanti di Color Design, è l'innovazione nell'innovazione" ha esordito Luciano Valli. E richiamando i valori fondanti del programma, la passione per la cultura del colore, ha sollecitato "...un allargamento degli orizzonti insieme ad un'apertura dei cuori."



La visione dell'azienda è stata confermata dalle parole del regista Paolo Lipari *"Lechler dovrebbe stare in un libro di filosofia, la vernice riesce a passare da 'intruso' in casa mia a mezzo per avvicinarsi all'ambiente esterno [...] comprende e coinvolge il nostro stare al mondo in una prospettiva veramente filosofica".*



Erminio Crivelli, Responsabile del Laboratorio Chrèon, ha approfondito le argomentazioni più innovative sotto il profilo tecnologico: *"dopo aver raggiunto la più alta valutazione per la certificazione 'Indoor Air Quality' non ci siamo voluti fermare e abbiamo esplorato tematiche mai affrontate nel settore dei prodotti vernicianti come la valutazione del "tono edonico" che caratterizza l'aria di casa durante e dopo la verniciatura".*

Matteo Pietrobon, Product Manager, aggiunge un dettaglio affatto trascurabile: *"i nuovi consumatori sono evoluti e la loro è una domanda dinamica che ricerca il meglio in tutto, non esclusivamente nelle prestazioni ma proprio sull'esperienza complessiva che vogliono vivere".*



Gianni Foietta, Communication Manager di Lechler, si rivolge ai rivenditori partner e sottolinea *"Questo non è un prodotto e non potete pensare di venderlo come un prodotto. Stiamo promettendo un'esperienza che i clienti desiderano vivere, ma che non sanno di potersi aspettare da una vernice, quindi nessuno entrerà in negozio e ve la chiederà. Se volete persuadere i vostri clienti a viverla dovete raccontare loro una storia: parlategli di quello che avete vissuto oggi; dategli quello che vi abbiamo raccontato, dei dubbi che avevate e di come vi siete sentiti entrando nella stanza Comfort Line. Dite loro semplicemente la verità e sarete convincenti".*



A chiusura il gradito intervento del Presidente **Aram Manoukian** che salutando la platea ha espresso la propria soddisfazione nel constatare la capacità di Lechler di innovarsi continuamente grazie alla professionalità ed alla passione delle persone che vi lavorano, un principio che ha da sempre promosso e posto alla base dei programmi di sviluppo.

L'esperienza Comfort Line

Tanto è forte la nostra convinzione su questo progetto che solo dopo la visione della pellicola abbiamo fatto proseguire l'esperienza alle serre del Grumello con un percorso olfattivo, tattile e visivo, approfittando del contesto per regalare una piccola anticipazione di quel che sarà il nuovo progetto Color Trainer del 2017, che accompagnerà il colore con nuove forme decorative.

Ma entriamo nel dettaglio. Percorrendo il parco della villa ci siamo spostati nei locali delle serre. Il primo locale era stato dipinto interamente di bianco, il giorno precedente, con il nostro prodotto top di gamma: il Framaton Ambiente. Nonostante la bellezza del locale, è apparso subito evidente, malgrado la perfetta finitura, come il solo bianco non avesse contribuito a valorizzarne la struttura; inoltre nell'aria aleggiava il tradizionale e caratteristico odore della pittura appena applicata a cui siamo abituati.

Il passaggio da questo locale era però importante per settare un punto di inizio che rappresentasse lo stato attuale del mercato. La vera esperienza Comfort Line inizia con il passaggio nel locale successivo: i colori Color Trainer usati con sapienza e criterio, una decorazione geometrica che dialoga con i lucernari e la luce, tutto verniciato con Idropittura Comfort Line. La sensazione di freschezza, di pulito e di natura ha lasciato tutti a bocca aperta. Ci sentiamo di riportare la testimonianza di un giornalista, che ha candidamente ammesso: *"Prima, mentre descrivevate questa esperienza, ero abbastanza diffidente e quasi convinto che steste esagerando; ma appena sono entrato qui sono rimasto sbalordito...è tutto vero"*.



Quasi un gioco il passaggio nell'ultima sala, la vera e propria serra della villa con le sue vetrate giganti e i rampicanti sui muri. Una sala che è servita, oltre che al buffet, a confermare il concept e la promessa di comfort line: le pareti non ti separano dal mondo ma ti aiutano ad abbracciarlo.



Comfort Line – la genesi

Comfort Line non è solo un prodotto né solo una certificazione, Comfort Line è una nuova esperienza di armonia e benessere per i tuoi spazi.

Già con *Color Design* Lechler ha cambiato sé stessa. Color Design ha aperto il pensiero divenendo inesauribile fonte di ispirazione per nuove idee, progetti e prodotti. La costante ricerca dell'armonia negli ambienti ha dapprima esplorato le tematiche legate al colore, salvo poi valicare i confini della percezione visiva e addentrarsi nell'esplorazione dei sensi che influiscono sull'esperienza globale degli individui all'interno degli ambienti.

Da qui è nato il desiderio di trasformare un prodotto verniciante in un'**esperienza di comfort**. Il termine Comfort è spesso utilizzato nel campo dell'abbigliamento o dell'automotive e qualche volta nell'arredamento. Comfort evoca qualcosa che ti 'avvolge' o che ti 'contiene'. Abbiamo voluto applicarlo all'habitat: cosa può avvolgerti più di casa tua? Ed è così che nasce la linea di Chrèon COMFORT LINE. Accrescendo ulteriormente le caratteristiche tecnico-prestazionali già affermate, Chrèon inserisce il nuovo parametro del comfort sul quale valutare un prodotto verniciante. Ma come può un prodotto verniciante essere confortevole? Il **COLORE** stimola i sensi e con il progetto *Color Trainer* Chrèon forniamo ai nostri consumatori gli strumenti e le consulenze per scegliere i colori più adatti alla decorazione dei propri spazi per trasmettere benessere visivo; l'applicazione dei prodotti Comfort Line appaga anche il tatto, ricordando che la vernice è **MATERIA** e contribuisce alla creazione di armonie anche a livello tattile; ma il valore più innovativo della linea è ora dato dal concetto **ARIA APERTA**: quante volte dopo aver pitturato un ambiente abbiamo sentito il bisogno di aprire le finestre? *Comfort Line* supera questo ostacolo, dando ad applicatori e consumatori una sensazione di benessere fin dal primo istante, grazie alla particolare composizione chimica del prodotto che ha meritato un 'A+', la più alta valutazione nella normativa francese '*Indoor Air Quality*', non ancora recepita in Italia, che calcola la quantità di emissioni inquinanti volatili, traducibili anche in cattivi odori, che il prodotto emette nell'ambiente.



Come ciliegina sulla torta, la linea *Comfort Line* non si limita a questo già importante risultato, ma aggiunge al proprio prodotto anche un tono edonico migliorativo, che evoca sensazioni di fresco, pulito e naturale.

Comfort Line – una risposta per la nuova domanda di mercato

Comfort Line è una linea di prodotti per una clientela sempre più esigente e alla ricerca costante di esperienze ed emozioni. Una clientela che, nel mercato globale, dà per scontato che qualsiasi prodotto che acquista abbia ottime performance. Con l'esperienza *Comfort Line* promettiamo che *'le pareti non ti separino più dal mondo esterno, ma ti aiutino ad abbracciarlo'* mettendo in discussione le motivazioni di base per cui un consumatore sceglie di riverniciare la propria abitazione. In un momento storico di grande consumismo, dove è sempre più complicato fare regali originali, perché non **regalare un colore**? Magari al proprio bambino per il suo compleanno, scegliendo tra i colori *Color Trainer Young Casa*, oppure per dare nuova vita al proprio soggiorno senza affrontare spese importanti per cambiare arredamento grazie ai colori di *Color Trainer Interni*!

Comfort Line infrange anche alcune barriere tradizionali sulla stagionalità delle manutenzioni del mercato dei prodotti vernicianti per l'edilizia: se non è necessario aprire le finestre durante e dopo l'applicazione, **perché verniciare solo d'estate?**

Comfort Line è l'esperienza unica e differente, il viaggio fantastico in un mondo dove si perdono i confini tra interno dell'abitazione e ambiente circostante.