



# Volkswagen



Volkswagen è il brand protagonista di questo progetto, l'obiettivo è infatti quello di creare uno stand per l'esposizione dei prodotti Volkswagen all'interno del Motor Show di Ginevra.

Volkswagen "l'auto del popolo", realizzata nel 1937, si è rivelata a quasi ottant'anni di distanza, il fondamento di un gruppo industriale dai prodotti diffusi, apprezzati e "popolari" in tutto il mondo come è la holding che raggruppa 12 marchi internazionali.

Lo stand progettato ha una forte predominanza del segno dell'ellisse, che ritroviamo declinato in varie modalità. La scelta dell'ellisse non è casuale, ma deriva da uno studio del logo del brand, legato al concetto del dinamismo.

Il logo Volkswagen, nonostante le molte modifiche negli anni, nasce e rimane di forma circolare, con all'interno una W, il cerchio è però anche il simbolo per eccellenza della ruota e oggetto fortemente legato al tema del dinamismo e del movimento. Il cerchio muta così nella forma di una ruota, che muovendosi porta le sue forme ad essere più astratte e deformate: da qui viene estrapolata l'ellisse che, oltre a richiamare la forma curvilinea del logo, è portatrice anche di un grande senso di inclusione, raccoglimento, famiglia.

Lo stand ha delle forme sinuose, il building ha i colori predominanti del blu e del bianco, cromatismi predominati del brand.

Le pedane adibite alla disposizione delle automobili sono suddivise per categorie e gli anelli sovrastanti luminosi, anch'essi riportano la forma dell'ellisse e il colore corrispondente della pedana di appartenenza.

Il progetto vuole mostrare la forza, la storia, lo stile e il carattere del brand Volkswagen, che nel corso degli anni ha mostrato la sua importanza e la sua influenza all'interno del mondo automobilistico.

