#ilsolito: Fipe racconta l'eccezionalità del quotidiano

ilsolito-mmagine-2021-05-18-162914-043dcc52

#ilsolito: il video di Fipe-Confcommercio, Coca-Cola, Lavazza, Perfetti Van Melle, Sanpellegrino e Bain & Company per promuovere un (sicuro) ritorno alla normalità.

Ricominciamo. E in questa fase iniziale, complicata da fattori organizzativi, economici e psicologici, ravvivare gli animi è fondamentale, comunicare l'entusiasmo e il coraggio diventa importantissimo. Nasce con questo spirito la nuova campagna di comunicazione **#ilsolito,** presentata da **Fipe-Confcommercio**, in collaborazione con **Coca-Cola, Lavazza**, **Perfetti Van Melle e Sanpellegrino** e **Bain & Company**. L'obiettivo? Intercettare il desiderio di milioni di italiani di tornare a frequentare e vivere i locali delle loro città.

#Ilsolito -concept ideato e prodotto **dall'agenzia creativa YAM112003-** si riferisce ai prodotti che gli italiani amano e consumano e, allo stesso tempo, vuole evocare anche **il gesto quotidiano, l'esperienza della socialità, il rapporto di fiducia con l'esercente**, che un anno di rinunce e limitazioni non hanno fatto dimenticare agli italiani. **Anzi: è grande la voglia di normalità e di socialità**, che va declinata promuovendo allo stesso tempo il rispetto delle regole e il pieno senso di responsabilità per non essere costretti ad ulteriori insopportabili sacrifici.

"Entrare in un locale conosciuto e chiedere "il solito" -spiega **Lino Enrico Stoppani, Presidente di FIPE**- è un gesto normale per gli italiani, ma l'anno appena trascorso ha dimostrato che non è affatto scontato. Tra smartworking, limitazioni e chiusure si è infatti interrotto per lunghi mesi l'abitudine a gesti quotidiani (il caffè, l'aperitivo, il pasto fuori casa), che rendono la vita di tutti più umana e le città più vive e vivibili. L'estate sarà un banco di prova importante per ripartire in sicurezza: siamo pronti ad offrire ai nostri clienti "il solito" per costruire insieme una nuova normalità, sostenibile per le imprese, garantita per i consumatori."