# Expo 2015: per Robilantassociati tre progetti di Brand Retail italiani

1-ferrari-sb-expo-showreel-4f7e21b0

MorettiRobilantAssociati protagonista di primo piano a Expo 2015. La società di Brand Advisory e Strategic Design leader del mercato italiano ha infatti firmato tre importanti progetti per altrettante aziende italiane presenti al grande evento internazionale in corso a Milano. Si tratta di Birra Moretti, Ferrari Spumanti e Ferrarini Salumi, che hanno affidato al team di Brand Retail di RobilantAssociati lo studio dei propri spazi presso l'area espositiva. La Bottega di Birra Moretti – di cui RobilantAssociati ha ideato il concept e curato il graphic design, realizzata in collaborazione con Utopia - è uno spazio che, dall'architettura alla scelta dei materiali, racconta la qualità di una birra fatta secondo tradizione, che sa rinnovarsi per restare compagna irrinunciabile dei momenti di convivialità degli italiani.

1. Ferrari SB - EXPO SHOWREELDopo Fiumicino, Malpensa e Cortina d'Ampezzo, un Ferrari Spazio Bollicine per Expo: un ambiente che si estende per ben 400 metri quadrati all'interno del Padiglione Eataly. Arte di vivere italiana, sperimentazione di modi nuovi di assaporare e abbinare le bollicine Trentodoc, ma anche percorso alla scoperta di "bio-diversità e bio-grafie": lo spazio diventa l'occasione per svelare e valorizzare aspetti del prodotto e della vita d'impresa, parlando di quella speciale conformazione del territorio che rende unici gli spumanti Ferrari.

1. Casa Ferrarini SHOWREELInfine, ma non ultima, Casa Ferrarini. Un intero edificio situato vicino Palazzo Italia, studiato per valorizzare un'offerta straordinariamente ampia, di cui spesso il pubblico conosce solo i prodotti di punta. La struttura, affacciata sull'Albero della Vita, si articola in tre spazi: la Food House, un bistrò che ricorda la grande cucina di Villa Ferrarini, che sin dalle origini rappresenta il cuore pulsante dell'attività di famiglia; il Food Shop dove i visitatori possono finalmente scoprire l'offerta completa di salumi, formaggi, vini, aceto balsamico, per provarla e acquistarla; per finire l'area della Food Exhibition dedicata agli eventi.

"Expo 2015 è un'opportunità importante di comunicazione per le imprese italiane. Come brand advisor, nei progetti da noi curati abbiamo voluto evitare l'appiattimento del racconto sull'italianità come unica leva di storytelling e l'uso meramente pubblicitario dello spazio. Al contrario, Expo va

sfruttato per dare valore a storie inedite e profondamente 'vere' che costruiscono il racconto proprietario dell’azienda e del suo brand, mettendone in risalto la specificità e la distintività, rappresentate come è ovvio anche dall’italianità”, ha sottolineato Roger Botti, Direttore Creativo di RobilantAssociati.