

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

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

**Moretti** RobilantAssociati 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 SHOWREEL** Dopo 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 SHOWREEL** Infine, 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.