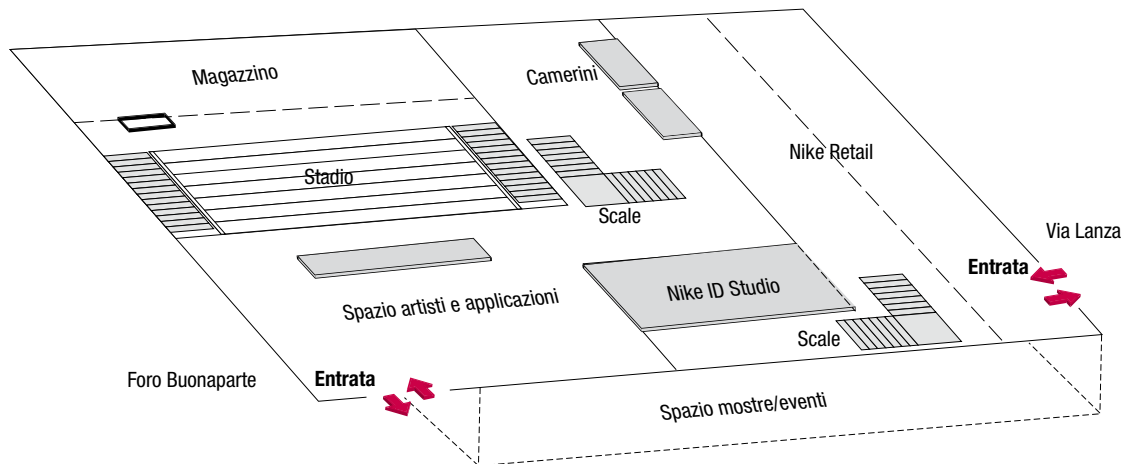


A UN ANNO DALL'APERTURA NEL CAPOLUOGO LOMBARDO UN NUOVO SYSTEM DI COMUNICAZIONE

# Nike Stadium Milano propone experience di marca. Per la donna

Testo e foto di Luigi Rubinelli

**B**rand, certamente, esperienza di marca, sì, eventi e legami con il territorio, è ovvio, ma anche vendita. Il Nike Stadium di Milano si allinea agli omologhi di Berlino, Londra, New York, Parigi e Tokio. La location è centrale ma non nelle vie dello shopping,



1. 1.500 mq dedicati al significato e ai valori materiali e non Nike
2. Lo spazio retail si avvolge con 5 km di nastro della nuova pelle Free all'intero Stadium

Stadio con tanto di gradinate per assistere alle partite di diversi sport (pallacanestro in testa), lo spazio di Nike ID per la personalizzazione dei modelli di calzature e poi uno spazio retail su 2 livelli con

un'ampia superficie dedicata alla donna, nuovo sforzo della multinazionale del baffo, per garantir-

si gli acquisti di questo segmento che sono sempre stati restii a immedesimarsi con l'uomo Nike. ■

partendo da questo assunto Nike ha affidato a Futurebrand un progetto di retail branding e di arricchimento dell'espressività spaziale del suo Stadium. Come si vede dal layout l'impianto si sviluppa su due livelli: al piano sotterraneo un grande spazio per gli eventi e i gemellaggi con il territorio (ultima in ordine di presenza la storica Canottieri Olona di Milano). Al livello strada diversi punti per interventi di artisti, lo sta-



**Comunicazione** Qui sopra: lo spazio Nike ID per la personalizzazione delle calzature. A sinistra: Futurebrand ha scelto un tessuto tecnico ispirato alla elasticità e flessibilità della calzatura Free e con un nastro lungo 5 km ha avvolto e compartito lo spazio retail e gli altri punti caldi dello Stadium.





## Attrezzature

Il lamierino traforato è il materiale scelto per molte delle attrezzature: shelf, sedute, gradinate dello stadio. È un materiale duttile che permette allestimenti nuovi e aiutano il prodotto a comunicare. Interessante l'uso delle luci fredde



## La mission

La filosofia corporate di Nike prevede da sempre l'esposizione della mission negli spazi di vendita. È, questo, un elemento sottovalutato che invece introduce **gli intangible** del brand arricchendo la promessa di experience sviluppata poi.



## Prodotto&visual

Oltre all'intervento sullo spazio, Futurebrand, avvalendosi dell'architetto Martina Tabò, ha lavorato **sull'agibilità** dello spazio retail, abbinando attrezzature e spazi di sosta, prodotti e complementi. Il risultato è uno spazio armonico e omogeneo.



## Legittimazione

Il marchio del Red Snakes Milano È il **running club** che riunisce studenti, designer e creative people uniti dalla stessa passione per il running e lo sport e che fanno capo al Nike Stadium Milano di Foro Bonaparte 50. È una parte della location.



## Life-brand style

Per coinvolgere la donna, la comunicazione insiste su questo claim: Free yourself. Sottintende il sentirsi bene grazie allo sport e agli attrezzi Nike e alla ricerca di sempre nuove materie prime e tecnologie, ma anche in un **spazio retail unico**.



## Story telling

Anche il legno rientra nella filosofia delle attrezzature per Free. Questo mobile fa da **cerniera** fra il Nike ID e lo spazio retail. È il tentativo riuscito di costruire un legame con la città, lo sport, i circoli sportivi, le persone, le onorificenze acquisite, gli intangible dello sport.



## Fotografie

Potevano mancare le fotografie? La donna-Free yourself vive sotto molte angolazioni. Ce ne sono molte meno che in altri formati del gruppo e (giudizione personale) sono più motivate del passato. Soprattutto hanno un **significato** più chiaro e motivato nell'ambiente dove sono esposte.



## IPad

La tecnologia è poco presente rispetto ai format del passato. Probabilmente il brand punta più sulla **tecnologia di prodotto** che sulla tecnologia tout court. Questo iPad permette di sfogliare le collezioni ed è quindi succedaneo al risultato commerciale ottenibile.



## Creative Experience

Lo spazio di Nike Stadium è anche uno spazio per gli artisti. Per l'inaugurazione dello spazio retail Nike Free l'insegna ha chiamato a collaborare delle **illustratrici**: le pareti sono adesso ispirate ai simboli e alle simbologie del brand e delle scarpe Free con un effetto a tutto tondo con Stadium.



## Stadium/Stadio

All'interno del 1.500 mq di Stadium è presente un vero e proprio **stadio** con tanto di gradinate per vedere partite, assistere a concerti, eventi di vario tipo e non solo sportivi. Questo micro luogo, che evidentemente ha un costo importante, vale l'investimento effettuato.