



**adidas e Fútbol
Emotion riscrivono
l'idea di edicola in
vista della World Cup**

27 Aprile 2020

Redazione

Sport

quotidiani, coinvolgendo lo store Future Motion.



Partendo da due concetti chiari, quelli di **newsstand e newspaper**, selezionati come fil rouge dello storytelling di adidas in vista dei **Mondiali**, il progetto ha preso forma come **un'esperienza ibrida**, capace di vivere contemporaneamente dentro e fuori dallo store, attivando diversi livelli di coinvolgimento.

Il cuore dell'attivazione è stato uno **speciale giornale** sviluppato dal team di **Off The Pitch Archive**, con l'obiettivo di raccontare il **rapporto che lega da anni adidas e il calcio**.

All'interno del giornale una serie di **articoli** approfonditi ripercorrono i Mondiali passati, con uno sguardo avanti verso quello che tutti stiamo aspettando, esplorando il **design** e la **storia** di capi iconici, momenti chiave e **figure leggendarie**. Un viaggio alla scoperta di come il marchio delle **Tre Strisce** abbia contribuito a plasmare la **cultura calcistica**, dentro e fuori dal campo, attraverso il design, il simbolismo e la narrazione. Il progetto è ulteriormente arricchito da una serie di **illustrazioni originali** dell'artista italiano **Simone Tribuiani**, il cui lavoro scava nella memoria emotiva dello sport.



Il brand tedesco ha poi voluto reinterpretare a proprio modo il **concetto di edicola**: non più come un punto fisso, ma un sistema dinamico, inserito nello store di Fútbol Emotion, situato in Corso Europa 18 a Milano. L'attivazione ha inoltre incluso una **personalizzazione** completa delle vetrine, sviluppate come estensione visiva del linguaggio editoriale, e un takeover dello spazio retail coerente con il concept.

All'esterno dello store, invece, il concept ha preso vita attraverso i **paperboys**, protagonisti di un **takeover urbano: biciclette customizzate** hanno attraversato la città distribuendo il newspaper adidas, trasformando Milano in una piattaforma attiva di storytelling e visibilità.



Uno dei momenti culminante dell'attivazione è stata la **trasformazione** ulteriore dello store, che da spazio retail è diventato luogo di incontro. Il format scelto è quello di un **party mattutino**: un'interpretazione inedita dell'energia del clubbing, traslata nelle ore del giorno, accompagnati da **musica, food e community**, accompagnati dalla musica di **Eternal Love**.