

## Marketing innovativo, ecco l'open lab Amarelli

venerdì 28 luglio 2017 22:21  
di COMUNICATO STAMPA



Un open lab, pensato come un vero e proprio laboratorio dove creare nuove declinazioni di liquirizia, sperimentare e realizzare confezioni esclusive. Un progetto di marketing innovativo capace di raccontare l'imprenditorialità calabrese ante litteram. Una finestra aperta sull'esterno che proietta e valorizza il valore sociale e culturale dell'azienda nel mondo. La continuità di un percorso di degustazione che inizia con la sensorialità della fabbrica e con la storia del Museo e si conclude con la reale possibilità di accedere al prodotto.

Sono, queste, le diverse facce dell'AMARELLI FACTORY STORE presentato ieri giovedì 27, nel corso della conferenza stampa ad hoc da Margherita, Pina e Fortunato AMARELLI e dall'architetto Geo LANZA. Il nuovo, innovativo e rivoluzionario punto vendita sarà aperto al pubblico dalla prossima DOMENICA 30 LUGLIO. - LA PROMOZIONE. Per tutta la giornata del 30 sarà possibile usufruire di uno sconto del 15% sugli acquisti e per tutto il mese di AGOSTO con 39 EURO di spesa si riceverà in omaggio un gadget.

L'idea - ha detto Margherita AMARELLI - è quella di promuovere una vera e propria immersione nel mondo della liquirizia, un viaggio nel gusto, un open lab dove continueremo ad immaginare nuovi prodotti, grafiche visuali, ambendo a contaminare così i nostri partners commerciali in Italia e all'estero. Teniamo molto al rapporto con i nostri clienti dai quali continuiamo a raccogliere suggerimenti e consigli.

L'esigenza - ha aggiunto l'AD Fortunato AMARELLI - nasce dal grande successo del Museo della liquirizia che in sedici anni ha moltiplicato il numero dei suoi visitatori, ma il FACTORY STORE non è solo un negozio. È un salto nel futuro, un invito a venire a fare i propri acquisti in fabbrica in quello che gli analisti definiscono il mercato 4.0 ovvero il trading to factory to uman. Comprare in fabbrica significa offrire ai clienti una vera shopping experience e soprattutto consentire al cliente di essere informato e consapevole dei propri acquisti. Non credo ci fermeremo a Rossano.

Si tratta - ha sottolineato Pina AMARELLI - di una vera rivoluzione 4.0, un grande open space improntato alla modernità e all'esperienza multisensoriale, di collegamento tra il Museo e l'azienda. Ma anche verso il territorio. Siamo consapevoli del ruolo sociale dell'impresa: l'impresa è il territorio, deve saper mantenere viva la tradizione, sapersi rinnovare, interagire con gli stakeholder locali.

Spazio espositivo per i prodotti Amarelli, negozio e area didattica, con totem multimediali e allestimenti che arricchiscono l'esperienza museale, una business lounge destinata ad accogliere clienti business per regalistica/cadeaux aziendale e/o per il wedding. Ecco che prende forma il FACTORY STORE disegnato dall'architetto Geo LANZA, retail design e docente all'Istituto Europeo del Design (IED) di Milano. Uno spazio polisensoriale e multifunzionale dal design suggestivo e dai colori che abbracciano tutte le sfumature della liquirizia, dal beige chiaro del gelato al nero brillante della liquirizia pura, dal marrone tonaca di monaco della liquirizia in cottura. La casa di vernici OIKOS, attraverso spettrometro, ha codificato il colore LIQUIRIZIA AMARELLI che ha inserito nel proprio catalogo. L'AMARELLI FACTORY STORE profuma di liquirizia, per davvero, grazie ad un sistema speciale. - #AMARELLIFACTORYSTOREIOCERO. È l'ashtag che sarà lanciato in

occasione dell'evento di presentazione il prossimo SABATO 29 nel corso del quale sarà presentato anche l'abito disegnato dallo stilista Antonio RIVA, l'Architetto delle Spose, che coniuga il classico ad un'eleganza modern twist, dal carattere forte ed inimitabile. - (Fonte: Lenin MONTESANTO - Comunicazione & Lobbying - 345.9401195)

© CORIGLIANO Informa