

DESIGN OF DESIRE



Design of desire - 06/04/2019 (/design-of-desire)

Heineken apre la “Fabbrica di ghiaccio e birra” alla Milano Design Week

La birra responsabile ha una nuova location in Zona Lambrate per il Fuorisalone dove vedrà luce un viaggio iconico nel design con Alessi.

HEINEKEN E ALESSI + BOTTIGLIE UNLIMITED @Lambrate district per il Fuorisalone 2019.

Heineken per il Fuorisalone presenta un progetto in partnership con Alessi e una bottiglia speciale! La neonata ‘**Fabbrica di Ghiaccio e Birra**’ in Lambrate (che verrà svelata per la prima volta) ospiterà un viaggio tra le icone di design di **Heineken e di Alessi**.

Cuore dell’esposizione e del progetto è infatti la nascita di una collezione senza precedenti: sono **bottiglie di design uniche e numerate in versione “unlimited”**.

Lo spazio la ‘**Fabbrica di Ghiaccio e Birra**’, dal 9 al 14, sarà aperto, dalle 10.00 – 22.00, e sarà possibile visitare la mostra di design e l’esposizione di bottiglie.

Sarà aperto fino alle 24.00 il bar dove sarà possibile assaggiare le birre Heineken. Tutte le sere presente dj set. L’iconica bottiglia verde in edizione “unlimited”, il legame con il design e il progetto speciale con Alessi al centro del percorso espositivo dall’8 al 14 aprile alla Fabbrica di Ghiaccio e Birra, nel Lambrate Design District Milano, una collezione senza precedenti di bottiglie di design uniche e numerate in versione “unlimited”.

La stella rossa di Heineken®, simbolo distintivo del brand, e l’“icona pop” Girotondo di Alessi, creata dal duo King-Kong (alias Stefano Giovannoni e Guido Venturini) che quest’anno celebra i suoi 30 anni, diventano inoltre protagoniste di un progetto espositivo che racchiude in sé elementi valoriali e iconici che da generazioni sono parte dell’immaginario collettivo legato al mondo del design.

Per celebrare questo evento Heineken® apre il suo spazio espositivo, la “Fabbrica di Ghiaccio e Birra”, nel Lambrate Design District. Il visitatore potrà vivere un’esperienza completa nel mondo Heineken®, lasciandosi guidare da un percorso che racconta lo storico legame del brand con il design ammirare alcuni degli oggetti che hanno reso celebre Alessi in tutto il mondo.

Con questo progetto Heineken® sottolinea l’importanza che il design ha nella sua storia, che da oltre 140 anni mette al centro l’innovazione. Da WOBO, World Bottle, la bottiglia riutilizzabile come “mattoncino” per costruire balconi ed edifici, alla prima bottiglia in alluminio che rivela forme e suggestioni nella notte se illuminata con luci UV creata in collaborazione con il designer Ora ìto.

Fino a “The Sub”, la prima design machine che permette di gustare anche a casa una birra spillata a regola d’arte, nata dalla collaborazione con Krups, azienda leader nella produzione di elettrodomestici, e Marc Newson, uno tra i massimi esponenti del panorama internazionale del design.

Heineken® e Alessi alla Milano Design Week “ Fabbrica di Ghiaccio e Birra”, via dei Canzi 19, Lambrate Design District

8 aprile ore 18.30: press preview 8 aprile dalle ore 20.00: opening party su invito

9-14 aprile ore 10.00-22.00: esperienza espositiva

Il marchio Heineken®, che porta il nome della famiglia del fondatore, è presente in 192 Paesi diversi e rappresenta il brand di birra premium più amato al mondo. Nata più di 140 anni fa, Heineken® è realizzata ovunque nel mondo con la stessa ricetta che unisce l’esperienza dei mastri birrai a ingredienti di alta qualità: orzo, luppolo, acqua e l’esclusivo Lievito A®, responsabile del ricco gusto equilibrato e delle leggere note fruttate. Il lungo processo produttivo di 28 giorni consente di ottenere un’equilibrata ricchezza del gusto, una rinfrescante limpidezza e un bel colore giallo dorato.

La fermentazione in tini orizzontali assicura la giusta pressione per valorizzare il prezioso lievito A®. Heineken® ha saputo affrontare nel tempo le sfide dell’innovazione sviluppando nuovi prodotti e formati per ogni occasione di consumo, come Heineken® MINI, la prima birra in bottiglia da 15 cl e l’ultima nata tra le lager Heineken® 0.0, la birra analcolica dal gusto unico.

RESPONSABILE – da 15 anni HEINEKEN Italia è impegnata attivamente nel promuovere il consumo responsabile. L’ultima campagna Heineken® “When You Drive Never Drink” è stata lanciata in occasione del Gran Premio Heineken d’Italia nel 2016. A giugno 2018 il nuovo episodio “No Compromise” vede protagonista il campione tedesco-finlandese Nico Rosberg che, seguendo l’esempio del suo predecessore Jackie Stewart, rifiuta una birra e non accetta compromessi al volante, né dentro né fuori dalla pista.