

Gulfood on maailma üks suurimaid toidumesse, kus riigid konkureerivad maitsete ja tootmismahutudega.

Meie eesmärk oli eristuda keskkonnas, kus kõik presenteerivad toitu, ning luua Eestile ruumiline identiteet.

Soovisime, et Eesti ala ei oleks pelgalt toodete väljapanek, vaid visuaalne ja funktsionaalne keskkond, mis annaks toidule konteksti, looks lisaväärtust ning tutvustaks Eestit kui tervikut.



Elluviimise kirjeldus:

Lõime keset messiala "Eesti ala" – täielikult Eesti disainerite loomingul põhineva keskkonna.

Pool aastat enne messi alustasime disainerite kaardistamist ning valisime autorid, kellel oli toimiv e-pood või võimekus see luua, et projekt toodaks reaalselt ekspordipotentsiaali.

Meil oli kasutada vaid kaks 2x3m suurust pinda, mille muutsime tugevuseks, luues duaalse ruumikontseptsiooni: ühel pool modernne põhjamaine elutuba, teisel pool õueala muru ja kaskedega. Sise- ja välisruum moodustasid dialoogi, sidudes toidu, disaini ja looduse.

Kogu mööbel, valgustid ja detailid oli eesti disainerite toodang ning kasutuses mitte ainult dekoratsioonina.

Ala oli loodud mõjuma nii kohapeal kui ka fotodel, pakkudes külastajatele kogemuslikku ja instagramalikku keskkonda. Messil, kus domineerisid klassikalised tooteväljapanekud, lõime eristuva ruumi, mis esindas Eesti elustiili.

Tulemus:

Eesti ala oli ainus stend, mis jäi toidumessil silma oma disaini ja ruumilise narratiivi poolest. Ala eristus visuaalselt, tõi rohkelt tähelepanu ning seal peatuti märkimisväärselt tihedamini ja kauem kui kõrvalboksides.

Lisaks toidule tekkis reaalne huvi Eesti vastu ning uuriti toodete ostuvõimalusi.

Projekt lõi Eestile lisaväärtust, tõestades, et riigi bränd võib elada ükskõik millise messi keskel – ja rääkida seal rohkem kui vaid oodatud teemast. Ning vahel piisab selleks üksnes 12 ruutmeetrist.