

Aesop per il Salone del Mobile 2024

La forma segue la formulazione

Dal 16 al 21 aprile, Aesop risveglia i sensi di Milano con una serie di installazioni di design ispirate ai suoi prodotti. Questa è la prima collaborazione ufficiale di Aesop con il Salone, ma un approccio avanguardistico e sensibile agli spazi e agli oggetti è sempre stato parte integrante del brand, fedele alla convinzione che poche cose favoriscano una vita ben vissuta quanto un design ben ponderato. E così, ogni aspetto della presenza del marchio al Salone prende forma non solo dalla funzione, ma anche da una formulazione di Aesop.

Nel nuovissimo negozio milanese di Aesop situato in Piazza Cordusio, le Body Cleansing Slabs costituiscono i mattoni di un vero e proprio salone del sapone realizzato da Nicolas Schuybroek. Ogni saponetta sembra sospendersi in una griglia monolitica, quasi miracolosamente sostenuta da un'esile struttura in legno che può essere facilmente smontata e riutilizzata in luoghi diversi dopo la fine della fiera. Dagli spioncini si vedono filmati dedicati ai prodotti Aesop, da guardare di sfuggita o da seguire con attenzione. Nella calma soffusa della struttura di saponi, un'esperta terapeuta Aesop metterà in scena un trattamento viso performativo dal vivo a un'ora specifica ogni giorno. Gli ospiti invitati assisteranno alla meticolosa coreografia dell'approccio finemente sintonizzato del marchio alla cura della pelle, che comprende la preparazione di miscele di formulazioni personalizzate, la pulizia, l'esfoliazione, il massaggio e l'idratazione. Una figura ultraterrena narrerà ogni mossa, impartendo una saggezza viscerale che altrimenti rimarrebbe inespressa.

Per coloro che desiderano approfondire il modo in cui i codici e i principi dello sviluppo dei prodotti e del design dei negozi si fondono in Aesop, la sera del 19 aprile si terrà una tavola rotonda tra eminenti esponenti Aesop.

Aesop prima si percepisce all'olfatto, poi alla vista. I curiosi potranno seguire il proprio naso in giro per la città alla scoperta di Aesop Aromatoria, che sedurranno e ravviveranno i sensi nei luoghi più inusuali. Sulle facciate delle cabine itineranti, le mappe della zona ideate da Aesop metteranno in evidenza le opere di designer emergenti, oltre a curare l'immersione culturale milanese e a consigliare i ristoranti preferiti. Questi riferimenti saranno disponibili anche come guida portatile, in modo che i visitatori possano vedere la città - in modo figurativo - attraverso occhiali ambrati.

Aesop

Hay's Galleria, 1 Hay's Lane,
Hay's Lane House
London, SE1 2HD,
+44 (0) 203 637 4089



media-uk@aesop.com



@aesopskincare

Agenzia di Pubbliche Relazioni Negri Firman PR & Communication

Beatrice Gilli



b.gilli@negrifirman.com

Informazioni su Aesop

Aesop è stata fondata a Melbourne nel 1987 e da allora ha formulato i suoi prodotti pensando soprattutto all'efficacia: i loro aromi complessi e distintivi sono solo una piacevole coincidenza. La gamma comprende prodotti per la cura del viso, dei capelli e del corpo, oltre a profumi e accessori per la casa e per la persona. Alcuni degli ingredienti utilizzati sono di origine vegetale, altri sono prodotti in laboratorio; tutti provengono da fonti etiche e hanno una comprovata sicurezza. Aesop, certificata B Corporation™, non testa le sue formulazioni o i suoi ingredienti sugli animali. Tutti i prodotti Aesop sono vegani, approvati da Leaping Bunny e inclusi nelle liste cruelty-free e vegane di PETA. Sono disponibili su aesop.com, nei negozi monomarca Aesop, in alcuni corner dei grandi magazzini e presso alcuni rivenditori selezionati e affini nel mondo.

Panerai si riconferma Official Time Keeper della 62^a edizione del Salone del Mobile.Milano

Panerai, storico marchio di orologi di lusso che coniuga design italiano e tecnologia svizzera, si riconferma Official Time Keeper del Salone del Mobile.Milano, rafforzando così lo storico legame con la manifestazione internazionale, oggi alla sua 62^a edizione, diventata punto di riferimento per il settore dell'arredo e del design.

Dal 16 al 21 aprile 2024, Panerai arricchisce l'esperienza dei visitatori con due touchpoint in grado di riflettere la geografia dell'evento: un innovativo pop up store a Rho Fiera Milano e la nuova Casa Panerai, recentemente inaugurata in via Montenapoleone, nel cuore pulsante della città.

I due hub diventano così il palcoscenico per una settimana di animazioni ed eventi, in cui verrà presentato un orologio in grado di esprimere i valori fondanti del brand, tra cui performance e innovazione tecnica, e che – per un mese a partire dal 16 aprile – sarà esclusiva del mercato italiano.

“Siamo entusiasti di riconfermare la nostra partecipazione al Salone del Mobile.Milano, attraverso una collaborazione che sottolinea il legame profondo di Panerai con la città di Milano, apice della creatività. Il nostro obiettivo è quello di offrire un'esperienza a tutto tondo, che metta in mostra la meticolosa tecnicità, il valore estetico e lo spirito innovativo che costituiscono il cuore del nostro brand”, afferma Jean-Marc Pontroué, CEO di Panerai.

Gli 80 mq affacciati su Corso Italia a Rho Fiera Milano permetteranno ai visitatori di immergersi nel mondo di Panerai, ripercorrendo la storia del brand attraverso una timeline e una sequenza di immagini storiche. L'allestimento rifletterà inoltre concetti quali dinamismo e competizione, centrali nello storytelling della Maison per il 2024.

Il pop up, progettato da Panerai Studio, dipartimento creativo del brand, si contraddistingue per l'utilizzo di legno, griglie metalliche e marmo nero, abbinati a una moquette blu, espressione del rapporto da sempre privilegiato con il mondo del mare. Il Bar Italiano, impreziosito da due specchi lucidati, offre uno spazio dove l'ospitalità italiana trova perfetta espressione. Insieme alle novità, saranno esposti anche i modelli più apprezzati di Panerai, oltre alle quattro collezioni.

Il viaggio continua nella nuova Casa Panerai, recentemente inaugurata in via Montenapoleone, che, per l'occasione, sarà animata da una serie di eventi, offrendo a visitatori un'esperienza curata dello spirito dinamico del brand.

Panerai

Fondata nel 1860 a Firenze come laboratorio, negozio e successivamente scuola di orologeria, Panerai è stata per anni il fornitore di strumenti di precisione per la Marina Militare Italiana, soprattutto per le esigenze dei corpi speciali subacquei.

I progetti sviluppati in questo periodo, tra cui gli orologi Luminor e Radiomir, sono stati coperti dal segreto militare per anni e il loro lancio sul mercato internazionale è avvenuto solo in seguito all'acquisizione del marchio da parte del gruppo Richemont nel 1997.

Oggi Panerai sviluppa e produce nella manifattura di Neuchâtel i propri movimenti e orologi, sintesi tra design e storia italiani e maestria manifatturiera svizzera, che sono venduti in tutto il mondo attraverso un'esclusiva rete di distributori e nelle boutique monomarca nel mondo.

www.panerai.com

www.facebook.com/paneraiofficial

www.twitter.com/paneraiofficial

www.instagram.com/panerai



Piquadro ancora partner del Salone del Mobile.Milano

Milano, 13 febbraio 2024 – Per la 62^a edizione del **Salone del Mobile.Milano**, a Fiera Milano, Rho dal 16 al 21 aprile, Piquadro annuncia il rinnovo della sua ultra-decennale collaborazione con la manifestazione.

Da anni fornitore dei trolley distribuiti alla stampa accreditata, veri e propri oggetti cult per gli addetti ai lavori, il marchio tech-design di accessori travel&business torna al fianco del Salone del Mobile.Milano attraverso un nuovo articolo per i giornalisti, uno zaino porta-computer leggero e funzionale, realizzato in tessuto tecnico riciclato al 100%. Il colore: come sempre l'iconico rosso che identifica la manifestazione.

“Siamo molto orgogliosi di essere anche quest’anno partner del Salone del Mobile.Milano” afferma **Marco Palmieri, Presidente e AD del Gruppo Piquadro**. *“La lunga durata del rapporto è testimonianza di una solidissima condivisione di valori, dell’appartenenza di Piquadro al mondo del Design e dell’apprezzamento che tutti i suoi operatori hanno sempre dimostrato, fin dall’inizio”*

Il tessuto tecnico ed eco-responsabile con il quale lo zaino è realizzato lo rende leggero ma molto resistente e i volumi compatti possono aumentare grazie ad una zip che permette l’espansione della tasca frontale. Nello scomparto principale, la doppia tasca imbottita è adatta a un pc fino a 15,6 pollici e a un iPad Pro fino a 12,9 pollici. La tasca laterale è pensata per tenere sempre a portata di mano una borraccia e la rete sullo schienale lo rende più traspirante aumentandone notevolmente il comfort. In sintesi, un accessorio pensato per spostarsi durante la settimana della manifestazione, funzionale ma curato nel design come tutti i prodotti Piquadro.

Piquadro S.p.A.

Piquadro è un marchio italiano di prodotti tech-design per il lavoro, il viaggio e il tempo libero. Nato nel 1998, ha raggiunto in pochi anni un posizionamento ben definito ispirato ai valori di design e performance, in grado di venire incontro alle esigenze e aspirazioni di un pubblico molto orientato al viaggio, persone che si spostano di frequente per lavoro e per piacere, uomini e donne che scelgono il linguaggio del design piuttosto che quello della moda e optano per le prestazioni oltre che lo stile.

I pellami utilizzati provengono da filiera responsabile certificata Leather Working Group - LWG, l’ente internazionale che ha sviluppato il protocollo di sostenibilità per la filiera della pelle più diffuso al mondo. I tessuti - tecnologici di ultima generazione - sono tutti riciclati.

L’azienda è inoltre carbon neutral per gli scopi 1 e 2, come lo sono gli altri due marchi del Gruppo Piquadro, la storica azienda pelletteria fiorentina The Bridge e la prestigiosa Maison parigina di pelletteria di lusso Lancel. Per la difesa dell’ambiente e per l’impegno a favore del territorio, Piquadro ha recentemente ottenuto il Corporate Standard Ethics Rating (SER) “EE-”, un importante riconoscimento che indica un’adeguata conformità agli standard di sostenibilità.

La rete distributiva si estende su oltre 50 paesi nel mondo e conta su 178 punti vendita che includono 86 boutique a insegna Piquadro (55 in Italia e 31 all’estero di cui 52 DOS-directly operated stores e 34 in franchising), 14 boutique a insegna The Bridge (14 in Italia e di cui 12 DOS-directly operated stores e 2 in franchising) e 78 boutique a insegna Lancel (60 in Francia e 18 all’estero di cui 71 DOS-



PIQUADRO

*directly operated stores e 7 in franchising). Il fatturato consolidato del Gruppo, relativo all'esercizio 2022/2023 chiuso al 31 marzo 2023, è pari a 175,6 milioni di Euro.
Dall'ottobre 2007 Piquadro S.p.A. è quotata alla Borsa Italiana.*

www.piquadro.com
Instagram: <https://instagram.com/piquadrofficial>
Facebook: <https://www.facebook.com/Piquadro.IT>
Youtube: <https://www.youtube.com/user/PIQUADROspa>

Per ulteriori informazioni:

Piquadro PR Manager Paola Di Giuseppe
paoladigiuseppe@piquadro.com | T: +39 02 37052501
Ufficio stampa Piquadro – Studio Isabella Errani
marta.ginelli@erranistudio.com | T: +39 349 8686405



Ca' del Bosco

CA' DEL BOSCO CONFERMA LA PARTNERSHIP ESCLUSIVA CON IL SALONE DEL MOBILE.MILANO ANCHE PER L'EDIZIONE 2024

Rinnovata per l'undicesimo anno consecutivo la collaborazione tra l'eccellenza di Franciacorta e il mondo del design

Milano, 16-21 aprile 2024 – Per l'undicesimo anno consecutivo Ca' del Bosco è partner ufficiale del Salone del Mobile.Milano anche per l'edizione che si svolgerà dal 16 al 21 aprile 2024 presso Fiera Milano a Rho.

Una conferma della stima reciproca, un'ulteriore occasione per rappresentare l'eccellenza vinicola italiana in un ambito internazionale vivace e creativo come quello del design: passione, stile, inventiva, genialità, innovazione che si accompagnano all'artigianalità e alla tradizione, valori che da sempre contraddistinguono anche Ca' del Bosco.

L'edizione 2024 si preannuncia ricca di appuntamenti ed iniziative speciali con particolare attenzione alla responsabilità ambientale, economica e sociale senza dimenticare la centralità dell'esperienza del visitatore che deve essere sempre più l'assoluto protagonista del Salone.

Ca' del Bosco si presenta con uno stand istituzionale rinnovato e realizzato su 190 mq situato in Corso Italia presso Fiera Milano, Rho. Uno spazio che richiama lo stile inconfondibile di Ca' del Bosco e che prende ispirazione – nei materiali, nei colori e nella modernità dello stile - da alcuni dei nuovi spazi della cantina, recentemente inaugurati.

L'esperienza si completa grazie alla possibilità per gli appassionati di degustare i vini di Ca' del Bosco in abbinamento ad una proposta gastronomica di altissima qualità.

Ca' del Bosco, viticoltore e interprete pioniere fin dai primi anni '70, è oggi tra le aziende leader nella produzione di Franciacorta. Una posizione raggiunta grazie all'entusiasmo, alla passione, alla ricerca, alla fatica e al lavoro – iniziato da Maurizio Zanella e proseguito con l'ingresso della famiglia Marzotto nel 1994 - che hanno permesso di trasformare una casa in un bosco di castagni in una delle più moderne e avanzate cantine. In Ca' del Bosco c'è un unico principio che comanda e definisce tutta la produzione, dalla scelta in vigna alle attività in cantina: la qualità. O meglio, solo il livello più alto della qualità: l'eccellenza.

Per ulteriori informazioni:

Alessandra Viola, a.viola@cadelbosco.com, tel. +39 030 7766108, cell.+39 338 3557209

Monica Faletti, m.faletti@cadelbosco.com, tel. +39 030 7766140, cell. +39 338 8744892

S.BERNARDO ACQUA MINERALE UFFICIALE DEL SALONE DEL MOBILE.MILANO

S. Bernardo porta la sua sostenibile leggerezza alla 62ª edizione del Salone del Mobile.Milano in programma dal 16 al 21 aprile a Fiera Milano Rho.

L'acqua minimamente mineralizzata è partner ufficiale della imprescindibile manifestazione del design. S. Bernardo sarà presente con la sua iconica bottiglia "Gocce", disegnata dal celeberrimo Giorgetto Giugiaro e con le sue ulteriori iterazioni, come Ely, la bottiglia elicoidale in RPET 100% riciclata e riciclabile, ispirata alla colonna tortile.

S. Bernardo e Salone del Mobile.Milano proseguono dunque la loro collaborazione uniti dalla condivisione di valori fondanti e identificativi, che esprimono una comunione di intenti ormai consolidata.

La partnership, che ha preso il via nel 2019, ha visto S. Bernardo e il Salone del Mobile realizzare insieme progetti unici, come le due "Limited Edition" di Acqua S. Bernardo dedicate alle città di Mosca e Shanghai, dove il Salone del Mobile.Milano organizza le sue Manifestazioni internazionali catalizzando l'interesse di un pubblico vastissimo.

In attesa di tagliare il traguardo del primo centenario, S. Bernardo anche al Salone del mobile prosegue nel suo impegno a diventare CO2 impatto zero entro il 2026. L'azienda ha da anni già messo in campo strategie concrete per ridurre il suo impatto, ricorrendo all'energia pulita di un parco eolico che alimenta oltre la metà delle attività dell'impianto di Garessio. A completamento, la promozione e l'utilizzo di packaging ecologici, come le bottiglie in vetro a rendere, risorsa e non rifiuto, quelle in RPET 100% riciclato e riciclabile, e le lattine in alluminio, materiale riutilizzabile all'infinito.

Ed è così che S. Bernardo porta al Salone del Mobile.Milano "la sostenibile leggerezza dell'acqua", messaggio che richiama al contempo la caratteristica principe dell'acqua - la sua leggerezza - ed il suo impegno per la sostenibilità.

S. Bernardo con Slow Food Italia e Terra Madre ha infatti attuato tre progetti che sono azioni concrete nell'ambito dell'ecosostenibilità: la tutela di prati stabili; la riqualificazione di aree boschive incolte e inefficienti e la realizzazione di boschi di città con piantumazione di alberi in contesti di periferie metropolitane.

Con questi strumenti S. Bernardo mira a raggiungere l'impatto zero entro il 2026.

«Anche quando volgiamo lo sguardo alle sfide del futuro, seguiamo nella tradizione di abbinare alla qualità della nostra acqua un design sorprendente, che sappia conquistare chi vi si avvicina con un'esperienza multisensoriale: visiva, tattile e di gusto. Grazie alle nostre Gocce e alla nostra acqua pura e leggera» dice Antonio Biella, direttore generale di Acqua S. Bernardo, che continua: «La sensibilità verso un futuro sostenibile di S. Bernardo non si ferma nella ricerca di nuove soluzioni di packaging, Acqua S. Bernardo si impegna costantemente nel preservare la natura, infatti, per l'imbottigliamento viene utilizzata solo una piccola parte dell'acqua che le nostre fonti forniscono, mentre il restante viene restituito alla natura».

«Noi di Acqua S. Bernardo crediamo fermamente nella sostenibilità e ciò ci ha portato ad assumere un impegno ambizioso e preciso: la compensazione delle emissioni di CO2 entro il 2026 attraverso un'azione sinergica di iniziative per l'ambiente».

«Ci prendiamo cura delle sorgenti di montagna da cui la nostra acqua sgorga incontaminata delle Alpi Marittime ad un'altezza tra 1.200 e 1.600 metri in alta Valle Tanaro, nel cuore del Piemonte. La nostra minerale è davvero leggera, grazie al basso residuo fisso ed è poverissima di nitrati e nitriti perché le fonti sono lontanissime da ogni forma di inquinamento».

Acqua S. Bernardo, inoltre, pone molta attenzione alla creatività e al design già dal 1926 (anno di fondazione di S. Bernardo), quando Leonetto Cappiello realizzò le prime storiche réclame rimaste nell'immaginario collettivo fino ad arrivare alle Gocce e alle più innovative creazioni di oggi che distinguono l'azienda nel panorama di riferimento, tanto da poterla definire l'acqua del design.



S. Bernardo



S. BERNARDO

S. Bernardo rappresenta la perfetta unione di qualità, tradizione ed eleganza. La sua fonte ha origine nelle Alpi Marittime, a un'altezza di 1.300 m, in un ambiente sano e incontaminato. Conosciuta sin dal 1926 per la sua leggerezza e per le eccellenti caratteristiche organolettiche, dagli anni Novanta è anche espressione del design italiano, grazie alla sua inconfondibile bottiglia "Gocce", disegnata da Giorgetto Giugiaro. Ancora oggi icona di stile. Distribuita nei canali retail, ho.re.ca e door to door, è disponibile in una gamma completa di formati in vetro e pet. Da maggio 2015 è entrata a far parte del Gruppo Montecristo. S. Bernardo: lunga tradizione tutta italiana di qualità e di stile.

GRUPPO MONTECRISTO

Il Gruppo Montecristo nasce dall'unione di due famiglie italiane, da generazioni protagoniste nel settore delle acque minerali e del beverage. Negli ultimi anni il Gruppo ha effettuato importanti passi sul mercato nazionale, con l'acquisizione nel 2011 di Fonte Ilaria spa di Lucca e nel 2012 di Fonti Di Posina spa di Vicenza. Diventato uno dei principali produttori di bevande gasate e asettiche specializzato nelle private label, è attivo nella distribuzione in tutti i canali moderni. Oggi produce 850 milioni di bottiglie, 200 milioni di fatturato, 4 stabilimenti e 350 dipendenti.

Press Office:
Viviana Dalla Pria
Viviana.dallapria@fontisanbernardo.it
+ 39.338.6111850



illycaffè si conferma caffè ufficiale della 62^a edizione del Salone del Mobile.Milano

Milano, **13 febbraio 2024** – **illycaffè**, leader globale del caffè di alta qualità sostenibile, è partner ufficiale del Salone del Mobile.Milano che, giunto alla 62^a edizione, torna con il suo consueto appuntamento primaverile. Tante le occasioni in cui, dal **16 al 21 aprile**, sarà possibile degustare l'inconfondibile blend illy 100% Arabica, non solo in fiera, ma anche negli eventi collaterali ufficiali in programma in tutta la città di Milano.

"Siamo felici di rinnovare la collaborazione con il Salone del Mobile.Milano, la principale manifestazione internazionale dedicata al settore dell'arredo e del design. Una partnership che ci permette di esprimere, interpretare e valorizzare al meglio i valori di illycaffè che, da oltre 90 anni, mette al centro della sua strategia, innovazione, qualità, creatività e bellezza." commenta **Cristina Scocchia, Amministratore Delegato di illycaffè**.

Salone del Mobile.Milano, il più importante appuntamento internazionale per la design industry, torna ad animare il quartiere Fiera Milano Rho e si conferma sempre più globale, inclusivo e in continuo dialogo con tutto il sistema creativo e produttivo dell'arredo. Ancora una volta, **illycaffè** accompagnerà - in qualità di partner ufficiale dell'evento - questa manifestazione, occasione di incontro e relazione tra i professionisti del settore come designer, architetti e giornalisti, nei suoi diversi luoghi di ritrovo: dalla Red Lounge, all'International Business Lounge, al Caffè della Stampa. Ma non solo, ci sarà occasione di degustare l'unico blend illy 100% Arabica, anche in altri punti della città, negli showroom o nel corso di eventi speciali di alcuni tra i più noti e amati marchi del design.

Un'occasione da non perdere per tutti gli esperti del settore, gli amanti dell'arte e del design e non solo, per esplorare a 360 gradi il mondo della sostenibilità e dell'innovazione, andando alla scoperta delle ultime tendenze e nuove opportunità del settore.

illycaffè è un'azienda familiare italiana fondata a Trieste nel 1933, che da sempre si prefigge la missione di offrire il miglior caffè al mondo. Produce un unico blend 100% Arabica composto da 9 ingredienti diversi. L'azienda seleziona solo l'1% dei migliori chicchi di Arabica al mondo. Ogni giorno vengono gustate 8 milioni di tazzine di caffè illy nei bar, ristoranti, alberghi, caffè monomarca, case e uffici di oltre 140 paesi, in cui l'azienda è presente attraverso filiali e distributori. Fin dalla nascita illycaffè ha orientato le proprie strategie verso un modello di business sostenibile, impegno che ha rafforzato nel 2019 adottando lo status di Società Benefit e nel 2021 diventando la prima azienda italiana del caffè ad ottenere la certificazione internazionale B Corp. Dal 2013 illycaffè è inoltre una delle World Most Ethical Companies. Tutto ciò che è 'made in illy' viene arricchito di bellezza e arte, a cominciare dal logo, disegnato da James Rosenquist, le illy Art Collection, le tazzine decorate da più di 125 artisti internazionali o le macchine da caffè disegnate da designer di fama internazionale. Con l'obiettivo di diffonderne la cultura della qualità ai coltivatori, baristi e amanti del caffè, l'azienda ha sviluppato la sua Università del Caffè che ad oggi svolge corsi in 25 paesi del mondo. Nel 2021 Rhône Capital è entrato nel capitale di illycaffè con una quota di minoranza per accompagnare l'azienda nella crescita internazionale. Nel 2022 illycaffè ha impiegato 1230 persone e ha generato un fatturato consolidato pari a €567,7 milioni. La rete monomarca illy conta 190 punti vendita in 34 Paesi.

Per ulteriori informazioni:

Christine Pascolo – Giulia Zanini Tel. +39 0403890111
illycaffè Italy Press Office: BPRESS: illy@bpress.it – Chiara Sandonato Tel. +39 340 2597034
www.illy.com



Da mercoledì 17 a domenica 21 aprile 2024

RADIO DEEJAY, RADIO CAPITAL E RADIO M2O ON AIR LIVE AL SALONE DEL MOBILE.MILANO

Cinque giorni di musica e informazione in diretta dal truck a Fiera Milano Rho

Anche per la 62^a edizione **Radio DeeJay, Radio Capital e Radio m2o tornano live al Salone del Mobile.Milano** con un truck posizionato all'esterno del **Padiglione 22 a Fiera Milano Rho: da mercoledì 17 a domenica 21 aprile 2024** si accende on air il loro **racconto in diretta** del grande evento internazionale del mondo del design.

Cinque giorni di musica, intrattenimento e informazione, declinati attraverso le rispettive identità musicali delle tre radio, con ospiti, news, coinvolgimento del pubblico presente e uno sguardo inedito sugli eventi e l'atmosfera del Salone, per **un ricco palinsesto** in cui si alterneranno **una selezione dei programmi e i loro grandi speaker e dj**.

Le tre emittenti del gruppo Gedi confermano così il loro legame speciale con il **Salone del Mobile.Milano**, accomunati dal desiderio di condivisione, l'amore per la bellezza e un'attenzione sulla realtà del presente proiettata al futuro.

Per ulteriori informazioni

Ufficio stampa Elemedia

Radio DeeJay, Radio Capital, Radio m2o, OnePodcast

MONGINI COMUNICAZIONE

Simona Bastioni sbastioni@monginicomunicazione.com ph +39 02 8375427 - mb +39 349 5777825

Andrea Grandi agrandi@monginicomunicazione.com ph +39 02 8375427 - mb + 39 340 3656905

Valeria Riccobono vriccobono@monginicomunicazione.com ph +39 02 8375427 - mb +39 345 8706282