



OLTRE AL DESIGN TANTA MUSICA: NASTRO AZZURRO AL SALONE DEL MOBILE

Nastro Livedesign e Nastro Lounge saranno teatro di numerose esibizioni di Dj di fama nazionale e internazionale

Milano, 16 aprile 2007 – Per tutta la settimana del Design, Nastro Azzurro offrirà la possibilità di ascoltare le performance dei più celebri dj nazionali ed internazionali presso il Nastro Lounge (c/o Cappellini Temporary Store) e presso il Nastro Livedesign (c/o NABA – Nuova accademia delle Belle Arti).

Si parte alle 17.00 con l'aperitivo musicale presso il Nastro Lounge che darà ritmo e voce al Cappellini Temporary Store (piazza San Babila, 5), l'esclusiva location, dove gustare per tutta la durata del Salone del Mobile una birra Nastro Azzurro e ammirare il meglio del Design Italiano.

Dj italiani e internazionali si alterneranno dalle 17.00 alle 22.00.

Inoltre, venerdì-sabato e domenica a partire dalle 19.00 si passa alla musica del Nastro Livedesign, presso NABA, dove ogni sera sarà organizzata una festa aperta a tutti con ospiti e artisti musicali e performance interattive. Inoltre, nel cortile di NABA verranno allestiti veri show-design.

Nastro Lounge e Nastro Livedesign si inseriscono all'interno di **NADA, Nastro Azzurro Design Attitude**. Il progetto NADA nasce per rispondere a queste domande e per offrire un punto di vista nuovo sul Design Italiano, alla ricerca di quell'attitudine che lo rende così speciale e amato in tutto il mondo.

Nastro Azzurro e il Design Italiano sono, infatti, riconosciuti a livello internazionale quali testimoni dello stile italiano che da sempre si distingue per creatività, originalità, ironia e voglia di sfidare le convenzioni.

Nel Design, più che in ogni altra cosa, possiamo dire che... *C'è più gusto a essere italiani.*

Inoltre, Nastro Azzurro celebrerà la Settimana del Design sabato 21 aprile con **NASTRO NOCTURN**, un evento organizzato nello spazio post-industriale Lambretto (2000 mq) e ispirato al concetto di co-housing e animato da performance video e audio dei migliori artisti italiani e internazionali quali Crookers, Eboman.



PROGRAMMAZIONE MUSICALE NASTRO LOUNGE

Mercoledì 18 aprile

Maratona Riotmaaker con dj set dei Faresoldi

Giovedì 19 aprile

Fritz Da Cat
Dig Deep featuring Turi
Painè

Venerdì 20 aprile

Barry (Two Fingerz)
Dig Deep feat. Nick Recordkicks
Dig Deep Allstars

Sabato 21 aprile

Lord Afro
Dig Deep feat. Gak Sato
Klefisch

Domenica 22 aprile

Dj Gionata
Volcov
Nox

Lunedì 23 aprile

Alpha V
SanDiego

Martedì 24 aprile

Sangue Disken dj-set

PROGRAMMAZIONE MUSICALE NASTRO LIVEDESIGN

Venerdì 20 aprile

h. 19.00 Dj Fonx (Maniaci dei dischi) – Dj Pandaj & Aladin in Scratch & Efx – Dj Rob Swift (X-Ecutioners/Fat Beats – USA)

OUTDOOR

h. 20.00 XCoast feat. Ziv Jacob/Visual Pixelorchestra

Sabato 21 aprile

h. 19.00 Aperitivo di Diego Grandi (Tramezzini Multigusto Sessione 2)

Dj Ca\$hmere (Djperisgnora) – AntiAnti Dj Set (Metatron) – Cor Veleno (Sony BMG Ricordi H20 – Metatron)

OUTDOOR

h. 20.00 Otolab

Domenica 22 aprile

h. 19.30 extra performance Tanja Solci (Vita da cani)

h. 20.30 Light Dinner di Arabeschi di Latte: B-Q

dalle 21.30 Retina.it (Hefty rec.)/Visuals by Selfish – Jan Jelinek (Scape/Audioglobe –



GER)

OUTDOOR

h. 21.00 D-Fuse AV Latitude [31°10'N 121°28'E]

*Lanciata nel 1963 come birra di alta qualità della S.p.A. Birra **Peroni**, Nastro Azzurro è oggi la birra premium italiana più bevuta al mondo. Inizialmente molto legata a Peroni, sia in comunicazione che nel packaging, Nastro Azzurro ha nel tempo costruito una propria identità sui valori più positivi e vincenti dell'essere italiani: creatività, talento, energia, ironia, spirito vincente, capacità di andare oltre l'ovvio e le convenzioni.*

Il 2005 segna l'anno di svolta nella vita del brand. Nastro Azzurro parte all'attacco del segmento premium, dominato da brand stranieri, e rilancia una nuova immagine di sé attraverso un nuovo packaging, un nuovo spot, attività di valore come il MAD (Moda, Arte, Design), le City Guide Londra e NY, la campagna celebrativa per la conquista del settimo titolo mondiale di Valentino Rossi, l'attività estiva nell'isola di Formentera.

Da due anni la marca guadagna quote di mercato, è sempre più consumata dai giovani, ed ha ottenuto un riconoscimento ufficiale come il XXXV° Key Award della comunicazione per lo spot Mike NYC.

I successi sul mercato italiano convincono il Gruppo SABMiller che, riconoscendo l'alto potenziale di Nastro Azzurro, decide di sostenere fortemente la marca a livello internazionale con ingenti investimenti di marketing. Nastro Azzurro valica i confini nazionali e diventa un brand internazionale, lanciato con successo in mercati importanti per la birra come Stati Uniti, UK, Sudafrica, Sudamerica, Europa dell'Est.

"C'è più gusto a essere italiani" non è solo un pay off pubblicitario ma una realtà supportata dai successi internazionali della marca.

Per ulteriori informazioni:

Cohn & Wolfe

Barbara Castelli, cell. 348 5000047, barbara_castelli@cohnwolfe.com

Paola Chiasserini, tel. 02 20239 340, paola_chiasserini@cohnwolfe.com