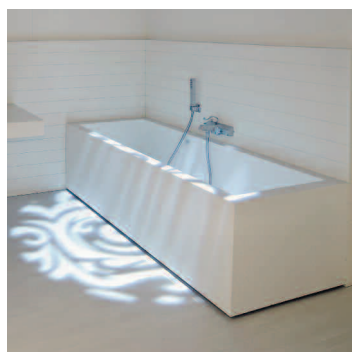




Mamoli al Salone Internazionale del Bagno

Mamoli prosegue la rinnovata strategia comunicativa inaugurata ad inizio anno con il sito.



La stanza da bagno è da sempre il luogo del benessere, fisico e spirituale, della rigenerazione, della cura di sé e del corpo. Il bagno è il luogo della casa che negli ultimi anni, ha rinnovato più profondamente la propria identità d'origine. Da luogo esclusivamente di servizio, privato e nascosto, si è trasformato in vero e proprio centro del benessere psico-fisico, attirando su di sé l'attenzione e sollecitando l'immaginario di progettisti e aziende.

Attenta a questa tendenza, Mamoli ha presentato al Salone Internazionale del Bagno quattro nuovi prodotti: Ortigia e Paola Et The Kitchen, frutto di collaborazioni con due grandi nomi del design italiano Fabrizio Batoni e Paola Navone, e BCube e Feel, frutto del lavoro del team R&D dell'azienda. Il bilancio dell'ultimo Salone Internazionale del Bagno si chiude per Mamoli con un deciso segno positivo: l'attenzione per i nuovi prodotti e per l'attività dell'azienda è stata alta sia da parte del pubblico, che da parte di architetti, stampa ed operatori di settore. Mamoli si sta muovendo, progredisce e si rinnova. A tutti i livelli. Le quattro nuove serie presentate in quest'occasione sono state infatti accompagnate da un allestimento tutto nuovo e da una documentazione rinnovata nello stile e nel contenuto, proseguendo quindi la nuova strategia comunicativa inaugurata ad inizio anno con il restyling del sito e caratterizzata da un'estetica essenziale e modernista che ben rappresenta la filosofia aziendale di Mamoli.