

Comunicato Stampa

PIEMME FIRMA LE BRAND EXPERIENCE DEI PARTNER DI TV SORRISI E CANZONI AL FESTIVAL DI SANREMO 2026

***Un palinsesto di contenuti e attivazioni per tutta la settimana del Festival
tra Sorrisi The Beach Club e glass box in centro città***

Milano, 19/02/2026 – In occasione del Festival di Sanremo 2026, **Piemme**, concessionaria esclusiva di **TV Sorrisi e Canzoni**, torna nella città dei fiori con un palinsesto di attivazioni sempre più ricco e integrato. Cuore pulsante delle attività sarà *Sorrisi The Beach Club*, hub editoriale e creativo dove artisti, talent e ospiti si alterneranno tra interviste, produzioni speciali e momenti di incontro con i brand. Il glass box in centro città contribuirà ad ampliare la visibilità e l'interazione con il pubblico, offrendo un'esperienza coinvolgente e condivisa per tutta la settimana del Festival.

Il palinsesto di attività prenderà ufficialmente il via il 22 febbraio con ***l'Opening Party di TV Sorrisi e Canzoni***, appuntamento esclusivo che inaugurerà la settimana sanremese riunendo brand, artisti e ospiti del Festival. **Primark**, retailer internazionale di moda con oltre 470 store in 18 Paesi, sarà tra i partner della serata. Insieme ad Eleonora Fincati, content creator dal tono ironico, il brand porterà energia, stile e accessibilità in uno degli appuntamenti più attesi della settimana, celebrando la moda come espressione di personalità e divertimento. Ad accompagnare la serata ci saranno inoltre **Martini**, con una selezione di cocktail dedicati e **Gelateria La Romana dal 1947**, che contribuirà a rendere ancora più conviviale l'atmosfera del Party.

Durante la settimana, all'interno di *Sorrisi The Beach Club*, **Roborock**, il marchio di robot aspirapolvere più venduto al mondo, darà il via alla sua personale "kermesse del pulito" coinvolgendo i visitatori in un divertente gioco. Ripercorrendo le hit sanremesi più celebri, i partecipanti si sfideranno per scoprire se sono più dei 'divano lover' – ovvero entusiasti della pulizia automatizzata dei robot aspirapolvere – o dei 'direttori d'orchestra' che apprezzano i dispositivi gestiti manualmente, senza rinunciare all'innovazione. I visitatori saranno così guidati in maniera simpatica e unconventional verso la soluzione più adatta alle loro esigenze e abitudini, mettendo in luce tutta la versatilità e la praticità d'uso della gamma Roborock.

Muitomas, brand lifestyle del Gruppo Esprinet, sarà presente con un corner immersivo e instagrammabile dove il colore è protagonista. Sarà l'occasione per svelare in anteprima la nuova collezione gialla, caratterizzata da un glow inteso non solo come brillantezza cromatica ma come una vera trasformazione positiva della quotidianità: i suoi prodotti accompagnano ogni momento della giornata rendendo la routine più piacevole e luminosa. Una creator coinvolgerà il pubblico con interviste a tema musica e domande divertenti legate al mondo Muitomas.

Con **Grotte di Frasassi**, il viaggio diventa virtuale e immersivo: in uno spazio dedicato, il pubblico potrà vivere un'esperienza sorprendente alla scoperta del territorio e delle sue meraviglie naturali attraverso dei visori VR, in un racconto che unisce innovazione tecnologica e valorizzazione del patrimonio naturale italiano.

Il beauty si veste di stile con **KIKO Milano**, che dà vita a uno spazio esclusivo ispirato alla nuova Limited Edition HUG COUTURE, già disponibile in tutti gli store. Un'area immersiva dedicata alla scoperta e alla prova della collezione primaverile, dove i Beauty Expert del brand makeup n.1 in Italia offriranno consulenze personalizzate e retouch per valorizzare ogni look nel corso della settimana sanremese.

Caffè Motta affiancherà *TV Sorrisi e Canzoni* con un ricco calendario di iniziative: una pausa caffè per tutti al *Sorrisi The Beach Club*, corner degustazione nel glass box Colgate e placement nelle "Colazioni con il Direttore", il format in cui Aldo Vitali intervista ogni mattina i protagonisti del Festival davanti a un caffè Motta.

Le experience mattutine saranno arricchite dalla presenza di **Mielizia** che accompagnerà l'inizio della giornata con prodotti di alta qualità: il profumo dei frollini e il gusto autentico del miele racconteranno una storia 100% italiana, in linea con la tradizione del Festival della Canzone Italiana.

Le pause golose saranno inoltre curate da **Gelateria La Romana dal 1947**, eccellenza del gelato artigianale italiano, presente presso all'interno di *Sorrisi The Beach Club* con la sua Gelato Cart e, all'esterno, con l'iconica Gelato Bike. In un'atmosfera di autentica convivialità, sarà possibile degustare una selezione esclusiva di gelati artigianali preparati secondo tradizione.

Martini animerà l'aperitivo di *TV Sorrisi e Canzoni* nell'Area Chill, un elegante spazio inserito nella cornice del Royal Hotel. Protagonisti saranno gli spritz firmati MARTINI: Bianco Spritz, Bitter Spritz e Vibrante Spritz, la versione analcolica del classico cocktail.

Gli ambienti saranno resi ancora più caldi e accoglienti grazie a **Calligaris**, che firmerà gran parte degli arredi presenti: un contributo che rafforza l'identità dello spazio, creando un'atmosfera armoniosa e confortevole per accogliere artisti e ospiti durante la settimana sanremese.

All'esterno di *Sorrisi The Beach Club*, la nuova **Ford Puma Sound Edition** sarà la vera protagonista, invitando il pubblico a vivere una sound experience non solo da ascoltare, ma da sentire attraverso tutto il corpo. L'evoluto sistema audio B&O da 650 Watt non si limita a riprodurre il suono, ma lo trasforma in un'esperienza tattile profonda: la musica pulsa, avvolge e genera vibrazioni che coinvolgono tutto il corpo. I visitatori potranno inoltre partecipare a coinvolgenti esibizioni a bordo dell'auto, per cimentarsi in una live-performance dell'iconica Fiumi di Parole. Un appuntamento imperdibile è fissato per il 27 febbraio, quando i Jalisce saranno ospiti speciali, pronti ad animare l'evento con performance a bordo della vettura.

Per il secondo anno consecutivo **ActionAid Italia** sarà *charity partner di TV Sorrisi e Canzoni* al Festival di Sanremo, per sostenere i diritti delle bambine e contrastare i matrimoni precoci. ActionAid Italia fa parte di una federazione internazionale attiva in 71 Paesi, che da oltre 50 anni sostiene persone e comunità nella lotta alle disuguaglianze e nella promozione dei diritti. Gli artisti in gara doneranno oggetti iconici, messi all'asta su CharityStars ed esposti al *Sorrisi The Beach Club*, assieme a una selezione di copertine storiche autografate. Il ricavato sosterrà un centro antiviolenza in Uganda.

Infine, **Colgate** sarà presente con un glass box nel centro di Sanremo dedicato al concept "Purple is the New Instant White": dal Korean photo booth per immortalare sorrisi brillanti, alla "ruota della fortuna" con gadget, fino ai consigli delle beauty expert che illustreranno i segreti per ottenere istantaneamente un sorriso più bianco grazie alla routine Colgate Max White Purple.

"Il Festival di Sanremo rappresenta per Piemme un progetto che negli anni ha saputo evolversi e consolidarsi. L'edizione 2026 registra un risultato particolarmente positivo in termini di adesione di partner e sponsor, a conferma della fiducia nel nostro modello di valorizzazione integrata dei brand. Siamo orgogliosi del lavoro costruito insieme a TV Sorrisi e Canzoni e a Mondadori Media: un ecosistema che combina contenuti editoriali, esperienze live e progetti speciali in grado di offrire ai nostri clienti un contesto autorevole e di grande visibilità. Sanremo è un'occasione concreta di relazione tra brand e pubblico, in grado di generare valore reale per tutti gli attori coinvolti" – commenta Walter Bonanno, Amministratore Delegato di Piemme.