



Milano tra i templi del buzz. Ne è convinto Jonathan Segal, geniale fondatore di The One Group, che proprio nel capoluogo lombardo sceglie di aprire il nuovo STK Milan.

Il brand STK incarna il nuovo concept della ristorazione 3.0: la steakhouse newyorkese perde i suoi connotati più tradizionali e si veste per intrattenere e trattenere.

E già questa è una novità assoluta nella frenetica Milano: l'ospite STK è invitato a restare, divertirsi e interagire con gli altri commensali.

Primo indirizzo italiano in assoluto del brand che fa impazzire l'America (e Londra!) STK Milan promette di rivoluzionare l'uscire a cena in città. L'esperienza gastronomica si abbina al clubbing, amplificando le opportunità e incoraggiando il social buzz.

Amatissimo dalle donne, STK si arricchisce ogni sera di un mood musicale studiato a d hoc da Sam Young, il dee jay del jet set internazionale. Quello del matrimonio di George Clooney.

Barry Vera, chef director di The One Group, firma un menu che giocherà sui toni decisi della carne senza dimenticare un dovuto omaggio ai sapori italiani.

L'apertura di STK Milan è fissata per maggio 2015 nel cuore di Milano, in Piazza Della Repubblica 13. La strategia di comunicazione è affidata a PRCo Italy.