



El lado digital de la 60ª edición del Salone del Mobile.Milano

Gracias a la plataforma en línea del Salone del Mobile, una de las claves de lectura de esta convocatoria es la combinación perfecta entre lo digital y lo real. Así, podremos añadir valor exponencialmente a las narraciones, los contenidos y las experiencias que suceden día a día en la feria del diseño más importante del mundo.

A menos de un año de distancia del lanzamiento de la plataforma digital del Salone del Mobile.Milano, esta ya desempeña un papel fundamental en la 60ª convocatoria del certamen. Su objetivo, hoy más que nunca, consiste en amplificar la experiencia física del evento en la feria, gracias a un espacio **digital estructurado** y pensado para las **empresas expositoras**, pero que además está abierto a todos los que encuentran un **punto de referencia y de encuentro imprescindible** a nivel internacional en el certamen milanés.

Por ello, la **plataforma multicanal** se actualiza cotidianamente con **contenidos editoriales originales**, **información de servicio**, **noticias del mundo del diseño** y **novedades de las empresas**. Para los **expositores** es un **escaparate que no duerme jamás**, pues en ella presentan y describen sus productos. Esta narración contemporánea acerca de todo lo que pasa en los stands, siempre animada y con un gran tirón, también tiene prevista la transmisión en **streaming de las Talks**, el **relato en directo del Compasso de'Oro a través de los montajes especiales Design/in the Kitchen e Design/in the Bathroom** (realizados en colaboración con el Museo del ADI) y del gran proyecto sostenible **Design with Nature**, con el arquitecto Mario Cucinella en calidad de curador. Dicho de otra manera: una herramienta extraordinaria, que permite entablar permanentemente un diálogo entre el **Salone, los expositores y los visitantes**, con un programa para el **público chino** en su idioma para que logre vivir el evento a distancia.

“Queremos estar en el espacio digital y amplificar la experiencia física, involucrando a quienes no pueden participar en estos momentos, para seguir desarrollando todo el año lo que el Salone del Mobile supone: un punto de encuentro de experiencias, a la vez que punto de referencia para las empresas del sector, vanguardia internacional de quienes se dedican al diseño” – explica **Maria Porro**, Presidenta del Salone del Mobile.Milano.

En la App Salone del Mobile.Milano está activada una **serie de funciones y servicios nuevos**, encaminados a mejorar la experiencia de los visitantes y de las empresas antes, durante y después de los días que dura el certamen, del 7 al 12 de junio. Gracias a la aplicación, es posible **comprar las entradas (en preventa, con descuento hasta el 6 de junio)**, acceder a los **detalles de los productos expuestos** y escanear los códigos QR correspondientes para conocer todas las características técnicas. Los profesionales del sector pueden **reservar sus citas con las empresas** para hablar directamente con los



interlocutores que les interesan, mientras que para las marcas es más fácil contactar con los visitantes de sus stands gracias al *matchmaking*.

“El Salone del Mobile.Milano es una marca que es un sinónimo de excelencia y calidad. Por consiguiente, el objetivo que perseguimos desde el punto de vista del uso y explotación de los canales digitales consiste en representar a la perfección la esencia de nuestra marca a través de un relato cotidiano que apunta a captar la demanda y la curiosidad de nuestro público a nivel global. Por tanto, con este medio, la posibilidad de interactuar con nuestra comunidad desempeña un papel crucial. Las empresas, los profesionales del ramo, los aficionados y los curiosos forman parte de un ecosistema único. Queremos involucrarlos todos los días, a partir de la experiencia enriquecedora de la feria, para que sea posible construir una relación que viva durante todo el año y en todos los touchpoints o puntos de contacto. En otras palabras: el evento de junio se convierte en la ocasión perfecta para consolidar este recorrido y reforzar aún más el papel del Salone en el seno de nuestra industria” - asevera **Luca Adornato, Digital & Marketing Director**.

Este **planteamiento inclusivo y abierto al intercambio**, en este primer año de vida, involucró a todos los protagonistas del sector: las empresas y **las revistas internacionales**, los **estudios de Arquitectura** y los **diseñadores**, los **críticos de diseño** y una **comunidad que está creciendo**, presta atención y participa. Desde esta perspectiva, también el espectáculo inaugural en el Teatro alla Scala se transmitió en directo por la plataforma. Un observatorio y una plataforma dialogan activamente, con un plan de colaboraciones e interacciones a partir de la ciudad de Milán, que se involucra cada vez más, incluso a través de los eventos que organizan las empresas que participan en el certamen.

“Trabajamos para seguir siendo el foro de referencia más importante del sector del diseño a nivel global. Ponemos en marcha diálogos transversales y promovemos la cultura del diseño, centrándonos especialmente en el producto. Somos los portavoces de todos los que, en este momento, están diseñando el futuro – físico y digital – en nuestro ámbito” – finaliza **Annalisa Rosso**, Directora Editorial del proyecto digital.

Milán, 6 de junio de 2022

Oficina de prensa:

Marva Griffin – Patrizia Malfatti

press@salonemilano.it