



Alle Erwartungen übertreffender Besucherstrom des wieder in Präsenz ausgerichteten Salone del Mobile.Milano. Ein Erfolg, der dank der Qualität, dem Engagement, der Kohäsion und dem starken Willen zur Beteiligung und zum Neubeginn erreicht wurde.

Über 262.000 Besucher auf dem 60. Salone del Mobile.Milano übertrafen alle Erwartungen in Bezug auf die Besucherzahl und bekräftigten den internationalen Aufschwung der Stadt und eines ganzen Systems sowie die Impulswirkung der Messeveranstaltung.

Der Salone del Mobile.Milano, der wieder in seiner traditionellen Form stattfand und mit einer Botschaft des **Präsidenten der Republik, Sergio Mattarella**, begrüßt wurde, endete mit einem sehr positiven Ergebnis, das erneut seine Attraktivität und die hohe Fähigkeit bestätigte, eine weltweite Beteiligung an der Veranstaltung zu erzielen.

2.175 Ausstellermarken mit einer **Auslandsbeteiligung** von **27%**, darunter **600 junge Designer**, nahmen teil. An den sechs Tagen wurden über **262.608 Besucher** aus **173 Ländern** registriert. **61% der Buyer und Fachleute der Branche kamen aus dem Ausland**. Chinesische und russische Besucher fehlten fast vollständig, während sie 2019 über 42.000 Präsenzen zählten. Über **3.500 Journalisten** aus der ganzen Welt waren akkreditiert.

"Der 60. Salone del Mobile.Milano war ein internationaler Erfolg und wir sind sehr zufrieden, dass wir die Erwartungen übertroffen haben. Die Besucherzahlen sind ein hervorragendes Ergebnis, für das wir sehr hart gearbeitet haben. Die diesjährige Veranstaltung hat die internationale Tragweite der Messeveranstaltung und die Kohäsion der Design-Community bestätigt." kommentiert **Maria Porro, Präsidentin des Salone del Mobile.Milano**. *"Dieses bedeutende Ergebnis verdeutlicht die gute Kondition, den Wertgehalt des Salone del Mobile und zeigt, dass die Teamfähigkeit einer ganzen Branche und deren kreative und produktive Struktur in der Lage sind, Spitzenleistungen hervorzubringen und selbst in den komplexesten Zeiten auf internationaler Ebene positive Ergebnisse zu erzielen. Wir haben in Qualität investiert und unseren Willen gezeigt, weiterhin Innovationen hervorzubringen und die Geschichten unserer Unternehmen und Produkte zu 'erzählen'. Wir waren der Impuls, der die Stadt, mit der die Beziehung immer sehr eng ist, wieder auf beste Weise zum Leben erweckt hat"*, fügt **Maria Porro** hinzu. *„Der Beitrag der Agentur ICE, die uns bei der Erschließung neuer Märkte unterstützt hat, war von hohem Wert und unerlässlich. Von entscheidender Bedeutung war auch die Rolle der digitalen Medien, die es uns in dieser Woche wie auch in den vorangegangenen*



Monaten ermöglichten, sowohl mit neuen Ländern in Kontakt zu treten, als auch die Beziehungen zu all jenen aufrecht zu erhalten, die leider nicht zu uns kommen konnten. Ich möchte mich bei allen für ihr Engagement bedanken: bei den Unternehmen, die wieder teilgenommen haben, bei den Organisatoren, bei den Standbauern und bei den Designern, die alle zusammen an die Messeveranstaltung geglaubt haben. Wir hoffen, dass die diesjährige Veranstaltung dem Sektor und Mailand neue Energie verliehen hat, und dass jeder unseren Enthusiasmus, unseren Wunsch gespürt hat, ein globales und verantwortungsbewusstes Erlebnis zu bieten, bei dem Ideen und kultureller Austausch im Vordergrund stehen, wobei wir wissen, dass der Gedanke an die Zukunft und, mit dem SaloneSatellite, auch an die neuen Generationen der Weg für die langfristige Wertschöpfung ist", erklärt die Präsidentin abschließend.

Die diesjährige Veranstaltung hat drei Jahre nach der vorherigen wieder einmal gezeigt, dass Einrichtungsprodukte von hoher Qualität auf dem Salone **ihr wichtigstes Schaufenster** auf globaler Ebene finden, wie attraktiv die Messe für Talente ist, wie gut sie Kreativität und Projekte zu veranschaulichen versteht und welcher außergewöhnlicher Ort sie für Begegnungen, Austausch und das Teilen von Ideen ist, die zu Arbeit und Geschäft geführt haben.

In diesem Jahr hat die Konzentration auf die **nachhaltige Komponente** sowohl auf der Ebene der Organisation und des Managements der Messe als auch auf der Ebene der Forschung und des Wertangebots sowie konkreter und bereits realisierbarer Lösungen – die im Rahmen von "Design with Nature", des SaloneSatellite und von zahlreichen Ausstellern präsentiert wurden - die Messe in einen internationalen Schauplatz für Businessideen und technologische Lösungen verwandelt, die zum Schutz der Umwelt, des Wohnraums und zu einer effizienteren Nutzung der Ressourcen im Sinne der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen beitragen können.

*"Wir waren begeistert, nach drei Jahren und zwei Monaten seit der Schließung des letzten Salone del Mobile wieder Kunden und Stakeholders zu treffen. Groß war der Wunsch, wieder persönlich dabei zu sein, aber auch der Wunsch, auf dem Schauplatz der Exzellenz unseres Know-hows wieder Geschäfte zu machen, wo das Fachpublikum der eigentliche Protagonist war, wovon auch die Unternehmer selbst zeugen, denn sie sind mit einer Woche zufrieden, die ihre Erwartungen übertraf. Zahlreich waren die Aufträge, neue Märkte wurden erschlossen und die traditionellen Märkte wurden konsolidiert. Der Salone hat bestätigt, dass dies eine Erfolgsformel ist, ohne die man nicht auskommen kann", kommentiert **Claudio Feltrin, Präsident von FederlegnoArredo**, im Namen einer Lieferkette, die 70.000 Unternehmen mit 294.000 Beschäftigten und einem Umsatz von fast 50 Milliarden Euro umfasst. "Das Smart Home, die Erneuerung der Materialien, die Verbindung von Tradition und Innovation mit Fokus auf Nachhaltigkeit als zunehmend*



wettbewerbsfähigen Hebel sind der praktische Beweis dafür, dass die Unternehmen in diesen Jahren, trotz der Schwierigkeiten, weiter investiert haben, ohne jemals aufzuhören, mit Optimismus in die Zukunft zu blicken. Die Marktentwicklung", unterstreicht Feltrin, "ist nach wie vor äußerst dynamisch und wohlauf, wie die Erhebungen von FederlegnoArredo zeigen, auch wenn die Unsicherheiten aufgrund des internationalen Szenarios zur Vorsicht zwingen, insbesondere im Hinblick auf den kommenden Herbst. Besorgniserregend sind die Energiekosten, die Schwierigkeiten bei der Beschaffung von Rohstoffen, die sich zur Achillesferse des Aufschwungs entwickeln, und die Untergrabung der Kaufkraft, die die Nachfrage auf einem immer noch sprudelnden Markt bremsen könnte. Die Holz- und Einrichtungsbranche reagiert auf einen gesellschaftlichen Veränderungsprozess, der durch die Pandemie noch beschleunigt wurde und der dazu geführt hat, dass die Menschen den Wert ihres Zuhauses wiederentdecken, weil sie wissen, dass sie darin bequemer, moderner und gesünder leben können, und zwar mit qualitativ hochwertigen und langlebigen Produkten, die ihr Leben verbessern. Dies ist kein vorübergehender Trend, sondern ein struktureller Wandel. Und die Ergebnisse belohnen die Bemühungen unserer Unternehmen, die in der Welt das Made in Italy repräsentieren, das eine führende Rolle in der grünen Wirtschaft anstrebt und auch die Zukunft des Wohnens neu gestaltet".

Mit dem Ziel der Einbeziehung und Information wurde die **internationale Gemeinschaft des Salone del Mobile** über alle **Berührungspunkte der Plattform** - Website, Newsletter, App, Push und soziale Netzwerke (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Youtube) - **auf dem Laufenden gehalten**. Die von der **digitalen Plattform** während der Veranstaltungstage **erzielten Ergebnisse**, die einem in den vorangegangenen Wochen begonnenen Aktivierungsplan und der Abstützung durch ein tägliches Programm mit geplanten Inhalten zu verdanken sind, sind mehr als positiv. In den Sozialmedien wurden **13,5 Millionen Accounts erreicht, von der Gemeinschaft** wurden über **50.000 Contents** unter Verwendung der offiziellen Hashtags (#salonedelmobile2022 und #salonedelmobile60th) **generiert**, es wurden **600.000 Video Views, 120.000 Interaktionen** mit den Inhalten und **25 Millionen Impressions** erfasst. Allein in der letzten Woche erzielte die Website **4,8 Millionen Seitenaufrufe** mit durchschnittlich **100.000 Nutzern** pro Tag (**69,2 % aus Italien, 30,8 % aus dem Ausland**) und einen **Zuwachs von 42%** bei den neu registrierten Nutzern der Plattform. Die App Salone del Mobile.Milano, deren Zahl der Downloads sich seit ihrer Einführung im September verdoppelt hat, verzeichnete durchschnittlich **40.000 Scans mit dem Matchmaking-Service**, der Unternehmen und Fachleute, die die Messe in Rho besuchen, direkt miteinander in Verbindung bringen soll. Der **Podcast-Zyklus Design Voices - Salone del Mobile**, der während der Veranstaltungstage täglich live ausgestrahlt wurde, belegte auf **Amazon Music den dritten Platz in der Kategorie Kunst**, und in den kommenden Wochen ist eine zweite, ausführliche Staffel geplant.



Die Bedeutung des Salone del Mobile.Milano als Wirtschaftstriebkraft des Landes wurde auch durch die Anwesenheit zahlreicher staatlicher und institutioneller Einrichtungen anerkannt. Die konkrete Unterstützung seitens der **Agentur ICE** und **Simest** bestätigt den internationalen Wert der Veranstaltung, und die Unterstützung der **Region Lombardei** bekräftigt die zentrale Stellung dieses Gebiets für unsere Lieferkette. Wichtig ist auch die enge Zusammenarbeit mit dem Messegelände **Fiera Milano**, die zur Realisierung dieser Veranstaltung beigetragen hat.

Design with Nature war ein großer Publikumserfolg und wurde auch von den zahlreichen Designern, Architekten und Journalisten, die die Ausstellung besuchten, kritisch gewürdigt. Sie schätzten die klare und direkte Darstellung der Art und Weise, auf die wir in naher Zukunft Wissen, Kompetenzen und Technologien zu einer neuen Generation von Materialien und Design miteinander verbinden müssen. Das **Public Program** mit Beteiligung illustrierter Persönlichkeiten (darunter Architekten, Innovatoren und Visionäre) fand ebenso großen Anklang. Die Talks waren alle völlig ausgebucht, was davon zeugt, dass der Wunsch zu erneuten Begegnungen, zur Diskussion über die grundlegenden Themen des Designs und seinen sozialen und ökologischen Wert, lebendiger ist denn je. Lange Warteschlangen waren auch in den **Food Courts von Identità Golose**, den Bereichen zu verzeichnen, die der von renommierten Akteuren der italienischen Küche signierten Gourmetpause gewidmet wurden. Sehr gut besucht war auch der Palazzo Reale, wo der Salone **La Scatola Magica** (Die Zauberkiste) (**bis zum 17. Juni im Palazzo Reale geöffnet**), ein multisensorisches, narratives Erlebnis voller Emotionen inszenierte, das von der Qualität, Innovation, Kreativität und vor allem der Schönheit der Mailänder Veranstaltung erzählte. Die internationale Rolle des Salone del Mobile.Milano und der Stadt, ihre Berufung zur Inklusion und Gastfreundschaft wurde durch das Welcome-Projekt **Progetto Accoglienza** als Ergebnis der Zusammenarbeit mit der **Gemeinde Mailand**, der **Fondazione Fiera** und den wichtigsten Designschulen der Stadt - **Nuova Accademia**, **IED Istituto Europeo di Design** und **Scuola del Design/Politecnico di Milano** betont. Die hundert Studenten, die an den wichtigsten Punkten der Stadt stationiert waren, informierten Tausende von Besuchern aus aller Welt über die Mobilität in der Stadt, die Messe und die wichtigsten Veranstaltungen in Mailand. Dank ihrer Umfrage wissen wir, dass die Besucher grüne Lösungen – wie Züge und die U-Bahn - für die Anfahrt zur Messe gewählt haben.

Termin für den nächsten Salone in Mailand: **18. bis 23. April 2023**.

Mailand, 12. Juni 2022

Press info:

Marva Griffin – Patrizia Malfatti

press@salonemilano.it