



La afluencia bate las expectativas sobre el regreso presencial del Salone del Mobile.Milano: un éxito logrado gracias a la calidad de primera, el esfuerzo, la cohesión y las ganas de estar y de volver a ponernos en marcha

Más de 262.000 visitantes en la 60ª edición del Salone del Mobile.Milano: un guarismo que deja cortas todas las expectativas en lo tocante a la afluencia y que corrobora el despegue internacional de la ciudad y de la totalidad de un sistema, a la vez que confirma la fuerza catalizadora del evento.

El **Salone del Mobile.Milano**, que regresó con su formato tradicional y tras el mensaje de bienvenida del **presidente de la Repubblica, Sergio Mattarella**, finalizó con un resultado extremadamente positivo. Así, se confirma el tirón del certamen y su gran capacidad para apasionar a nivel mundial.

2.175 marcas expositoras (un **27% extranjeras**), entre las que figuraban **600 diseñadores jóvenes**. En el rubro de la afluencia, los **visitantes** registrados ascendieron a **262.608** en seis días. Llegaron de **173 países** diferentes. En el desglose, cabe destacar que el **61% de los grandes compradores y visitantes profesionales del ramo procedían del extranjero**. Por otro lado, se notó la ausencia casi total de chinos y rusos que, en 2019, contaron con más 42.000 visitantes. Más de **3.500**, los periodistas acreditados de todo el mundo.

*“La 60ª edición del Salone del Mobile.Milano fue un éxito internacional y nuestra satisfacción por haber batido las expectativas es muy grande. El número de visitantes constituye un resultado excepcional. Trabajamos duro para conseguirlo. Esta convocatoria confirmó la envergadura internacional del Salone y la cohesión de la comunidad del diseño. – afirma **Maria Porro, Presidenta del Salone del Mobile.Milano**. – Es un resultado importante que demuestra el perfecto estado de salud y el contenido del Salone del Mobile en términos de valor, amén de corroborar que la capacidad de trabajar en equipo de todo este sector y de su entramado creativo y productivo pueden crear excelencia. Con grandes resultados, incluso en los momentos más complejos a nivel internacional. Invertimos en calidad y demostramos las ganas que tenemos de seguir produciendo innovación y ‘contando las historias’ de nuestras empresas y nuestros productos. Fuimos la locomotora que ha vuelto a encender los motores de esta ciudad de la mejor manera posible. Ciudad, con la que mantenemos unas relaciones sumamente estrechas desde siempre - añade **Porro**. – Fue valiosa e imprescindible la aportación de ICE, que nos respaldó en nuestro proyecto de abrirnos hacia nuevos mercados. Y fue crucial el papel que desempeñó el universo digital: a lo largo de la semana y en los meses anteriores, no sólo nos permitió entrar en contacto con nuevos países sino también conservar una relación sólida con quienes no pudieron venir. Muchas gracias a todos por el esfuerzo realizado: a las empresas que volvieron a lanzarse al ruedo, a los organizadores, a los montadores y a los proyectistas*



que, todos juntos, creyeron en el Salone. Esperamos que esta edición haya inyectado nuevas energías al sector y a Milán. Y esperamos que todos hayan apreciado el entusiasmo y la voluntad de ofrecer una experiencia global y consciente, donde lo que cuenta son las ideas y el intercambio cultural, sabiendo que pensar en el futuro y en las nuevas generaciones con el SaloneSatellite es el camino para construir valor a lo largo del tiempo” – finaliza la **Presidenta**.

A tres años de distancia de la convocatoria anterior, esta edición demostró una vez más, que el interiorismo de primera calidad tiene en el Salone su **escaparate más importante a nivel global**. Y hasta qué punto el certamen es capaz de atraer a los talentos, de narrar la creatividad y los proyectos, de ser un lugar fuera de serie para encontrarse, dialogar y compartir ideas que produjeron trabajo y negocios.

Este año, la atención que prestamos a la **sostenibilidad**, tanto en la organización y gestión del certamen como en la búsqueda y propuesta de valor y soluciones concretas, que se pueden llevar a la práctica ya mismo (como las que se exhibieron en Design with Nature, en SaloneSatellite y en los stands de un gran número de expositores), convirtieron al Salone en un escenario internacional para las ideas empresariales y las soluciones tecnológicas, que son capaces de contribuir a proteger el medioambiente y la casa, a la vez que permiten usar más eficientemente los recursos, con arreglo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

*“Experimentamos el enorme entusiasmo de volver a ver a los clientes y a todos los interesados, al cabo de tres años y dos meses de la clausura del anterior Salone del Mobile. Teníamos muchas ganas de volver de manera presencial y, al mismo tiempo, de volver a hacer negocios en el escaparate por excelencia, donde se exhibe nuestro saber hacer. Aquí el verdadero protagonista fue el público cualificado, tal y como demuestran los propios empresarios satisfechos después de una semana muy por encima de las expectativas. Los pedidos fueron tantos y marcan la apertura hacia nuevos mercados y la consolidación de los tradicionales: el Salone confirmó que es una fórmula ganadora imprescindible - asevera el presidente de **FederlegnoArredo, Claudio Feltrin**, hablando en nombre de una cadena productiva que reúne a 70.000 empresas, con 294.000 trabajadores, que generan una facturación de casi 50.000 millones de euros. - La casa inteligente, la renovación de los materiales, el entrelazarse de la tradición con la innovación apuntando a la sostenibilidad, que se considera cada vez más como una palanca competitiva, fueron la demostración práctica de cuánto siguieron invirtiendo las empresas en estos años, a pesar de las grandes dificultades, sin dejar de mirar al futuro con optimismo en ningún momento. La evolución del mercado – subraya Feltrin – sigue siendo extremadamente dinámica y está en perfectas condiciones de salud, como evidencian los datos de FederlegnoArredo. No obstante, las incógnitas que plantea el contexto internacional nos obligan a ser cautelosos, máxime al pensar en el otoño que viene. Suscitan preocupación el tema del costo de la energía y lo dificultoso que resulta conseguir materias primas, cuestión que se está convirtiendo en el talón de Aquiles de la recuperación y está erosionando el poder adquisitivo. Todo ello podría ralentizar la demanda de un mercado que sigue en plena efervescencia. El sector de la madera-interiorismo está respondiendo al proceso de cambio que vive la sociedad y que la pandemia aceleró. Las personas redescubrieron el valor que tiene la casa. Son*



conscientes de que podemos habitarla de una forma más confortable, moderna y sana, con productos de buena calidad, con una larga vida útil, que mejoren nuestra vida. Esta no es una tendencia pasajera, sino una transformación estructural. Estos resultados son el premio que merecen los esfuerzos que realizaron nuestras empresas. Ellas representan en todo el mundo a ese Made in Italy que acaricia la ambición de liderar la economía verde, rediseñando hasta el futuro del habitar”.

Con el objeto de informar y de que aumente la participación, el **plan de interacción con la comunidad internacional del Salone del Mobile** abarcó todos los **puntos táctiles de la plataforma**: sitio Web, boletines, aplicaciones, notificaciones push y redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest y YouTube). Los **resultados conseguidos a través de la plataforma digital**, durante los días del certamen (con el respaldo de un plan de activación que arrancó en las semanas precedentes y de una programación cotidiana de los contenidos) son más que positivos: en el rubro de las redes sociales: llegamos a **13,5 millones de cuentas**, **la comunidad generó más de 50.000 contenidos**, por medio de los hashtags oficiales (#salonedelmobile2022 y #salonedelmobile60th), **600.000 reproducciones de videos**, **120.000 interacciones con los contenidos** y **25 millones de comentarios que reportaban las impresiones**. Tan solo durante la última semana, el sitio Web registró **4,8 millones de páginas vistas**, con **100.000 usuarios diarios** de media (**69,2% desde Italia y 30,8% desde el extranjero**). Los nuevos usuarios que se registraron en la plataforma **aumentaron un 42%**. La app Salone del Mobile.Milano duplicó el número de descargas, en comparación con su lanzamiento en septiembre. Y se apuntó un promedio de **40.000 escansiones efectuadas mediante el servicio de matchmaking o emparejamiento**, encaminado a conectar directamente a los profesionales de visita en Rho con las empresas. Por último, el **ciclo de podcast Design Voices – Salone del Mobile**, que transmitió en directo diariamente durante todo el certamen, se clasificó en **el tercer lugar del ranking Arte en Amazon Music**. Y, para las próximas semanas, está programada la segunda temporada de profundización.

Con su presencia, muchas autoridades del gobierno y las instituciones reconocieron la importancia del Salone del Mobile.Milano, en cuanto locomotora económica del país. El apoyo concreto de la **Agencia ICE y Simest** confirma el valor internacional del certamen. Por su parte, el respaldo de la **Región Lombardía** añade valor al lugar central que ocupa este territorio de cara a nuestra cadena productiva. Igualmente importante es la estrecha colaboración con **Fiera Milano**, que contribuyó a realizar este evento.

Un gran éxito entre el público se apuntó **Design with Nature**, que recibió el aplauso de la crítica y de numerosos diseñadores, arquitectos y periodistas que la visitaron y apreciaron la narración clara y directa de la manera en que, en un futuro próximo, tendremos que saber conectar los conocimientos, las competencias y la tecnología con una nueva generación de materiales y diseños. El mismo aplauso recibió el **programa de charlas abiertas al público**, con voces ilustres (arquitectos, innovadores y visionarios) que no dejaron una plaza libre en el ámbito de las *Talks*. Ello da fe del deseo de reencontrarse y de dialogar sobre temas fundamentales del proyecto y de su valor social y medioambiental, que hoy está más vivo que nunca. Además, se formaron largas colas para entrar a las **Zonas Gastronómicas o Food Courts de Identità Golose**, destinadas a hacer una pausa para



saborear las exquisiteces que llevaban la firma de los grandes nombres de la cocina italiana. También fue excelente la afluencia al Palacio Real, donde el Salone puso en escena **La Caja Mágica (que seguirá abierta en el Palacio Real hasta el 17 de junio)**. Esta experiencia multisensorial y narrativa, rebotante de emoción, narra la calidad superlativa, la innovación, la creatividad y, sobre todo, la belleza del certamen milanés. Para subrayar el papel internacional del Salone del Mobile.Milano y la ciudad, así como su vocación de inclusión y hospitalidad, volvió el **Proyecto Acogida**, fruto de la colaboración con el **Ayuntamiento de Milán, Fondazione Fiera** y las facultades y escuelas de Diseño Industrial más destacadas de la ciudad (**Nuova Accademia, IED Istituto Europeo de Design y Scuola del Design /Politécnico de Milano**). Los cien estudiantes que se ubicaron en los puntos neurálgicos de la ciudad, proporcionaron indicaciones a miles de visitantes de todo el mundo, sobre la movilidad por la ciudad y por la propia feria, al igual que sobre los eventos del Salone en la ciudad y sobre los eventos principales que ofrece Milán. Gracias a las encuestas que efectuaron ellos mismos sabemos que los visitantes optaron por soluciones ecológicas para llegar a la feria, como los trenes y el metro.

Y, ahora, apúntese la cita: nos volveremos a ver en la próxima edición en Milán, del **18 al 23 de abril de 2023**.

Milán, 12 de junio de 2022

Oficina de prensa:

Marva Griffin – Patrizia Malfatti
press@salonemilano.it