



Il Salone del Mobile.Milano anticipa il 2024, partendo da neuroscienze, AI e un nuovo hub di ricerca a servizio della Manifestazione e della città, un ecosistema unico al mondo.

Ottimizzare l'esperienza di chi vive la Manifestazione e la città in quei giorni è la chiave di volta per comprendere i nuovi contenuti e percorsi del prossimo appuntamento con il Salone del Mobile. EuroCucina e Salone Internazionale del Bagno, i banchi di prova; la collaborazione con il Dipartimento e la Scuola del Design del Politecnico di Milano, il progetto inedito e sfidante a favore della comunità; una campagna di comunicazione che ha scelto l'intelligenza artificiale per interrogare la comunità internazionale del design.

Consapevole di dover evolvere in maniera agile e fluida per continuare a essere la Manifestazione che dà la linea al settore dell'arredo e del design a livello internazionale, il **Salone del Mobile.Milano** (atteso a Rho Fiera dal **16 al 21 aprile 2024**) prosegue a ritmo serrato il suo percorso di evoluzione e metamorfosi, **ampliando il suo campo di azione** e confermando una collaborazione con il **Dipartimento e la Scuola del Design del Politecnico di Milano** per l'istituzione di un **osservatorio permanente** di analisi dell'ecosistema Salone del Mobile/Milano Design Week e del suo impatto sulla collettività in termini di sostenibilità, inclusione, circolarità, crescita e passaggio di competenze.

Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano commenta: *“Il Salone abita Milano da sempre ed è stato la scintilla che ha acceso le moltissime iniziative indipendenti che animano quella settimana. Riteniamo che sia imprescindibile mettersi in relazione con le istituzioni, gli stakeholder e tutti gli altri attori in scena in quei giorni, per poter svolgere nel modo migliore quel ruolo sociale e istituzionale che permetterà alla Manifestazione di generare ulteriore valore positivo a beneficio della città e della collettività. In tale contesto, abbiamo voluto indagare la possibilità di coinvolgere il Dipartimento e la Scuola del Design del Politecnico di Milano per analizzare in maniera scientifica, autorevole e super partes la natura culturale-socio-economica dell'ecosistema Salone del Mobile/Milano Design Week. Obiettivo comune è la definizione di un osservatorio permanente che elabori un sistema di rilevamento, osservazione e interpretazione di quanto accade in città in quei giorni e promuova azioni a garanzia di una maggiore sostenibilità, inclusione e circolarità della kermesse nella sua globalità. Venendo alla prossima edizione: l'87% dei visitatori ha definito memorabile l'esperienza di EuroLuce. Questo risultato rafforza il progetto di evoluzione del format Salone del Mobile, che nel 2024 riguarderà tutti i padiglioni. Supportato dalle neuroscienze e dall'ascolto di tutti i protagonisti, il progetto 2024 metterà al centro le migliori aziende del settore, con un focus su Bagno e Cucina”.*

Il re-design dell'edizione numero 62 è partito **dall'ascolto dei visitatori, delle aziende espositrici e degli stakeholder**, tutti coinvolti a vario titolo in interviste sul campo o in tavoli di lavoro più specialistici per coglierne percezioni, desideri e necessità. Così, dal momento che l'approccio **human centric** suggerisce di porre al centro delle scelte strategiche e di business **l'essere umano** in una **prospettiva sempre più olistica**, l'intuizione della



Manifestazione è stata quella di affidarsi alle **neuroscienze**. Grazie alla loro applicazione – a opera di **Lombardini22**, gruppo leader nello scenario italiano dell'architettura e dell'ingegneria che, anche quest'anno, supporta il Salone nel progetto di **evoluzione del layout e dell'esperienza fieristica** –, la Manifestazione ha analizzato i **comportamenti emotivi e inconsci delle persone**, che percorrono e abitano padiglioni e stand, per **progettare esperienze utili e originali** basate su comportamenti reali e **nuovi ingaggi emozionali, esperienziali e relazionali** volti a creare **momenti e contatti di qualità**.

In quest'ottica, verranno ridisegnati i percorsi di **EuroCucina**, con FTK – *Technology For the Kitchen* integrata nei suoi spazi, e del **Salone Internazionale del Bagno** – padiglioni adiacenti e collegati per la prima volta, con **un'ottimizzazione di tempi e spazi** che **semplificherà** ulteriormente la **visita**, rendendola più ricca e più efficiente, offrendo **pari accessibilità e visibilità a tutti gli espositori**. Risultato che si otterrà rinunciando al classico decumano e **rivedendo il layout in ottica concentrica con boulevard ad anello**, su cui si affacceranno da entrambi i lati le aziende, come fossero le vetrine di una via del centro città. Si riuscirà, così, ad **avere accesso a tutti gli stand percorrendo la metà della distanza rispetto all'allestimento tradizionale** e senza il rischio di smarrirsi o confondersi.

Dal momento che il cervello, come spiegato dalle **neuroscienze**, è spronato a **uscire dalla propria "comfort zone" dall'arte, dalla cultura e dall'estetica**, che possono divenire canali molto potenti per aprire la mente verso innovativi e inediti approcci di lettura della realtà, il Salone ha scelto una formula che darà nuovamente voce e spazio a quelle **modalità di contaminazione culturale** che, quest'anno, hanno decretato il successo di **EuroLuce** e di **The City of Lights**. Così, anche le giornate della prossima edizione del Salone saranno scandite da un **fitto calendario di talk e workshop**, studiati con un obiettivo educativo e non solo di intrattenimento e coinvolgimento, e che arricchiranno la Manifestazione di conversazioni e dibattiti tenuti dalle voci più brillanti sulla scena contemporanea del progetto. **Due**, invece, saranno le **grandi installazioni**: una, negli spazi del **Salone Internazionale del Bagno**, realizzerà uno scenografico palcoscenico in cui convergeranno **dati, ricerche e innovazioni connessi con le sfide della salvaguardia del pianeta e delle sue risorse**; l'altra, nei padiglioni dell'**Arredo**, rappresenterà **un'evocativa messa in scena di spazi e arredi** secondo la straordinaria visione di **un regista di fama internazionale**. Infine, per chi si troverà a percorrere **EuroCucina**, molteplici saranno gli appuntamenti e le esperienze legate al **Food Design**.

Il **SaloneSatellite** – trampolino di lancio di giovani designer under 35, fondato e curato da **Marva Griffin Wilshire** – celebrerà i suoi primi **25 anni** con **un'edizione speciale in fiera**, collocandosi nei **padiglioni 5 e 7**, e una **grande mostra in città** presso **Triennale Milano**, dal **16 al 28 aprile 2024**, che racconterà l'universo e i protagonisti della Manifestazione, il suo essere vivaio internazionale di talento, le relazioni e la magia a cui dà vita ogni anno e le tante sorprese di cui è stato foriero. La mostra presenterà come, in un quarto di secolo connotato da grandi cambiamenti sociali, economici e ambientali, la Manifestazione abbia sempre saputo fornire, grazie all'ingegno e alla passione dei suoi partecipanti, indicazioni preziose verso il significato dell'innovazione nel futuro.



Innovativa ed estremamente contemporanea, la **nuova campagna di comunicazione** del Salone del Mobile.Milano è studiata e realizzata da **Publicis Groupe** – a cui è stato dato il compito di condensare in un racconto visivo, distintivo e originale, identità, temi e protagonisti della Manifestazione così come la sua evoluzione – **con la collaborazione scientifica di Paolo Ciuccarelli**, professore di design e fondatore del DensityDesign Lab al Politecnico di Milano e del Center for Design a Northeastern University di Boston. **“Where Design Evolves”** è il body copy, che racchiude l’essenza della Manifestazione, trascendendo l’idea che sia mera destinazione ed evidenziando come, al contrario, sia il palcoscenico su cui il design accade, si evolve e definisce il futuro. Per il key visual, l’agenzia ha scelto di avvalersi dell’**Intelligenza Artificiale generativa** per comprendere, analizzare e visualizzare **storie, relazioni ed emozioni** che la Manifestazione fa emergere durante tutto l’anno. La nuova **piattaforma di comunicazione omnicanale** sarà lanciata nelle prossime settimane e racconterà il Salone del Mobile.Milano da una prospettiva inedita e multidimensionale **fondendo insieme arte, design e tecnologia**. Grazie ai processi *AI-drive* verranno analizzate le conversazioni su temi rilevanti, intercettati in tempo reale i dibattiti che animano la community, le voci dei brand, dei designer e dei visitatori, incanalando le riflessioni più significative in una **piattaforma fluida in costante divenire**. Questo permetterà di individuare e catalizzare gli insight più preziosi per generare creatività, **realizzando sistemi artistici in grado di esprimere, interpretare e valorizzare l’evento e la cultura del design**. Integrando la creatività umana con le potenzialità innovative dell’Intelligenza Artificiale, quindi, i visual della campagna diventeranno veri e propri **contenitori di esperienze, ricordi, conversazioni** in continua trasformazione per trasmettere “live” il percepito suscitato dalla Manifestazione.

Se, oggi, l’innovazione passa principalmente dalla **dimensione digitale**, la piattaforma online della Manifestazione – che funge da **forma di connessione primaria con il visitatore e l’espositore** – giocherà un ruolo ancora più cruciale, ampliando e rafforzando le connessioni, per creare **un’*experience* completa e coinvolgente tutto l’anno** volta ad alimentare la relazione con la community sui social media. Così, **lato espositore**, fondamentali saranno il **servizio matchmaking** e il **servizio di prenotazione appuntamento in stand**, perché permettono di ottimizzare il tempo durante la fiera e **ottenere contatti di qualità**. **Lato visitatore**, invece, molto funzionali saranno i servizi di ticketing online, di wayfinding degli espositori e la possibilità di creare una lista di brand da visitare. Per rafforzare la connessione e la relazione con la community, il Salone sta sviluppando progetti in grado di raccontare il complesso mondo del design in chiave narrativa contemporanea, coinvolgendo voci autorevoli del settore, che non solo porteranno il loro valore professionale, ma aggiungeranno profondità e autenticità al racconto. Così, ad esempio, sono nati la web serie **“Behind the doors”** e il podcast **“Design forward”**, che rappresentano un equilibrio tra contenuti di alta qualità, diversificazione, nuovi linguaggi e distribuzioni multipiattaforma, riflettendo l’impegno costante del Salone verso la valorizzazione di un mondo complesso, ricco di storie, prospettive e informazioni.



La **responsabilità ambientale, economica e sociale** sarà prioritaria anche nell'edizione 2024 e riconfermerà le “buone pratiche” che hanno portato la Manifestazione a ottenere la certificazione **ISO 20121 per la gestione sostenibile dell'evento nel 2023**. Oggi, la sostenibilità non è più un elemento differenziante e competitivo, bensì una condizione senza la quale si è fuori dal mercato: per questo, il Salone guida la rivoluzione “responsabile” del mondo delle fiere con un **approccio concreto, quantitativo e diffuso**, mettendo in pratica una delle accezioni più importanti del termine, quello di **circolarità e rigenerazione**. In quest'ottica, infatti, verranno **riutilizzate la grande piazza e arena** per esperienze immersive e riflessive e la **libreria**, progetto intimo, caldo, avvolgente, entrambi a firma dello **studio Formafantasma**. Come negli ultimi anni, la Manifestazione coinvolgerà fornitori di materiali riciclati, riciclabili o riutilizzabili per la realizzazione delle parti comuni e amplierà le linee guida per allestimenti sostenibili proposte alle aziende espositrici.

Per **promuovere la visita a livello internazionale** e ragionare sul futuro dell'abitare insieme a tutta la comunità del progetto, confermandosi destinazione d'eccellenza per chi si occupa di arredo e architettura 365 giorni l'anno, il Salone del Mobile.Milano ha appena concluso un **tour Europeo**, che lo ha visto toccare Parigi, Londra, Berlino e Copenaghen. A breve, dopo la prima tappa a Miami, tornerà negli Stati Uniti e sarà la volta di **Dallas (23 gennaio), New York (25 gennaio), Las Vegas (20 febbraio) e Chicago (22 febbraio)**. Le tappe in Nord America sono state progettate e coordinate con il supporto di Agenzia ICE, in collaborazione con le sedi locali di AIA (American Institute of Architects). Il tour continuerà a essere un'occasione per **riflettere sulle sfide del mondo del progetto e sull'abitare di domani**, grazie al coinvolgimento di **ospiti speciali** che, dialogando, valorizzeranno la cultura del design raccontata e interpretata dal Salone. Sempre con l'obiettivo di allargare gli ambiti di confronto, le sedi degli incontri saranno tra i più iconici **spazi dedicati all'ospitalità**, scelta che sottolinea quanto la Manifestazione guardi anche a un abitare declinato nella dimensione extradomestica, che trova nel contract di qualità una risposta sartoriale.

Milano, 12 dicembre 2023

Ufficio Stampa Salone del Mobile.Milano

Marilena Sobacchi

Responsabile Ufficio Stampa Italia
marilena.sobacchi@salonemilano.it
tel. 02/72594319

Andrea Brega

Responsabile Coordinamento Ufficio Stampa
andrea.brega@salonemilano.it
tel. 02/72594629