

# Cartella Stampa

Salone Internazionale  
del Mobile

EuroCucina | FTK, *Technology*  
For the Kitchen

Salone Internazionale  
del Bagno

Salone Internazionale  
del Complemento d'Arredo

Workplace3.0 | S.Project  
SaloneSatellite



Salone  
del Mobile.  
Milano

16–21.04.24  
Fiera Milano, Rho

Where  
design  
evolves

In che modo parliamo di design? ■ Emozionale ■ Razionale



# Sommario

---

1. La nuova frontiera  
del Salone del Mobile.Milano

---
2. I Numeri del Salone

---
3. Le Biennali.  
Nuovi format e percorsi

---
4. EuroCucina

---
5. FTK, *Technology*  
For the Kitchen

---
6. Salone Internazionale del Bagno

---
7. Interiors by David Lynch.  
A Thinking Room

---
8. All You Have Ever Wanted to Know  
About Food Design in Six Performances

---
9. Under the Surface

---
10. SaloneSatellite

---

11. Universo Satellite

---

12. Progetto di Comunicazione

---

13. Osservatorio del Salone del Mobile

---

14. Partner

---

15. Contatti



Salone  
del Mobile.  
Milano

# 62<sup>a</sup> edizione del Salone del Mobile.Milano

## **La nuova frontiera del Salone del Mobile.Milano: essere ecosistema aperto ed esperienza capace di connettere e offrire molteplici visioni di futuro alla comunità del progetto**

*Evoluzione e innovazione sono le parole chiave della 62ª edizione del Salone del Mobile.Milano, che da evento fieristico si fa sempre più contesto e tessuto inclusivo, valoriale, responsabile per generare relazioni, narrative e progettualità rilevanti per la comunità del design tutto l'anno.*

Dal **16 al 21 aprile**, presso Fiera Milano Rho, si svolgerà la **62ª edizione del Salone del Mobile.Milano**, che non solo riporterà il “bello” e il “ben fatto” su un palcoscenico unico per importanza internazionale ma lo farà con un approccio nuovo e sfidante, letteralmente “out of the box”, condizione necessaria per innovarsi ed evolvere. Una sfida che ha richiesto **visione, ascolto, capacità di analisi, entusiasmo, curiosità** e una dose di **resilienza ed elasticità** per portare benefici all'intero sistema del design in un'ottica di costante miglioramento dell'esperienza fieristica. **Il tutto nel contesto e a beneficio della transizione ecologica.**

Ne sono scaturiti il **rilancio dell'ottimizzazione dei layout e dei percorsi di EuroCucina e del Salone Internazionale del Bagno** grazie al contributo delle **neuroscienze** e sotto l'egida di una filosofia **human-at-the-center**; una **ridistribuzione totale dei padiglioni** con l'obiettivo di raggruppare gli espositori per contenuto e target di visitatori in modo da **amplificare valore e senso dell'esperienza di visita**; una **proposta culturale** d'eccezione, ricca e multidisciplinare, **diffusa in tutta la Manifestazione**; una campagna di comunicazione in costante evoluzione che, grazie all'**intelligenza artificiale**, raccoglie le conversazioni della comunità internazionale del progetto; la **collaborazione con il Dipartimento e la Scuola del Design del Politecnico di Milano**, volta a indagare il **Salone-come-ecosistema**, approfondendo il fenomeno nella sua portata socio-economica sul territorio. A ciò si aggiungono le **celebrazioni per i 25 anni del SaloneSatellite** con una mostra in Triennale che, al di là dei tradizionali canoni espositivi, sarà una vera e propria **Wunderkammer** di oggetti, prototipi, schizzi, immagini e testimonianze.

*“Cogliere le nuove tendenze, l'evoluzione di un intero settore coinvolgendo e ascoltando le community vicine e lontane, identificando nuovi approcci, metodologie e tecnologie, sperimentando, in una espressione stare sulla frontiera: questa l'ambizione ancora oggi del Salone del Mobile”* afferma **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano.**

*“Neuroscienze, intelligenza artificiale, nuovi format e percorsi, un progetto culturale unitario ma diffuso, tra coerenza e multidisciplinarietà, le stanze per pensare di David Lynch, l'installazione*

*di Salotto NY che ci porta sott'acqua e tra poesia e numeri fa il punto sullo stato dell'arte dell'industria del bagno ma anche i talk con tanti ospiti tra cui il premio Pritzker Francis Kéré e le performance visionarie di artisti e food designer: tutto è stato pensato per offrire al visitatore e all'espositore un'esperienza eccezionale per contenuto e contenitore, impossibile da replicare se non qui, al Salone di Milano, impensabile da perdere, anche se non si limita a una sola settimana, ma copre tutto l'arco dell'anno grazie alla forza propulsiva e inclusiva della nostra piattaforma digitale”.*

Le **Manifestazioni** del **2024** raduneranno, complessivamente, **più di 1.900 espositori**, di cui **600 giovani talenti under 35 e 22 scuole di design**. Il Salone creerà mondi – **il Salone Internazionale del Mobile, il Salone Internazionale del Complemento d'Arredo, Workplace3.0, S.Project, EuroCucina con FTK, il Salone Internazionale del Bagno, il SaloneSatellite** –, ne rinnoverà la distribuzione monoplanare, i percorsi estetici, gli spazi esperienziali e le aree di sosta e riposo; proporrà conferenze e tavole rotonde con ospiti internazionali, workshop verticali su temi caldi della progettazione e incontri formativi per i giovani; allestirà installazioni *site specific* immersive e interattive per conoscere lo stato dell'arte dell'industria o riflettere sul valore fisico ed emotivo degli *interior*; metterà in scena performance artistiche per generare visioni di domani; costruirà un bookshop e un'arena circolari ma anche una nuova biblioteca del design. Il tutto per dare ai visitatori la possibilità di un'**esplorazione appassionante, soggettiva, memorabile**, la sola in grado di creare connessioni (anche di business) di lungo periodo.

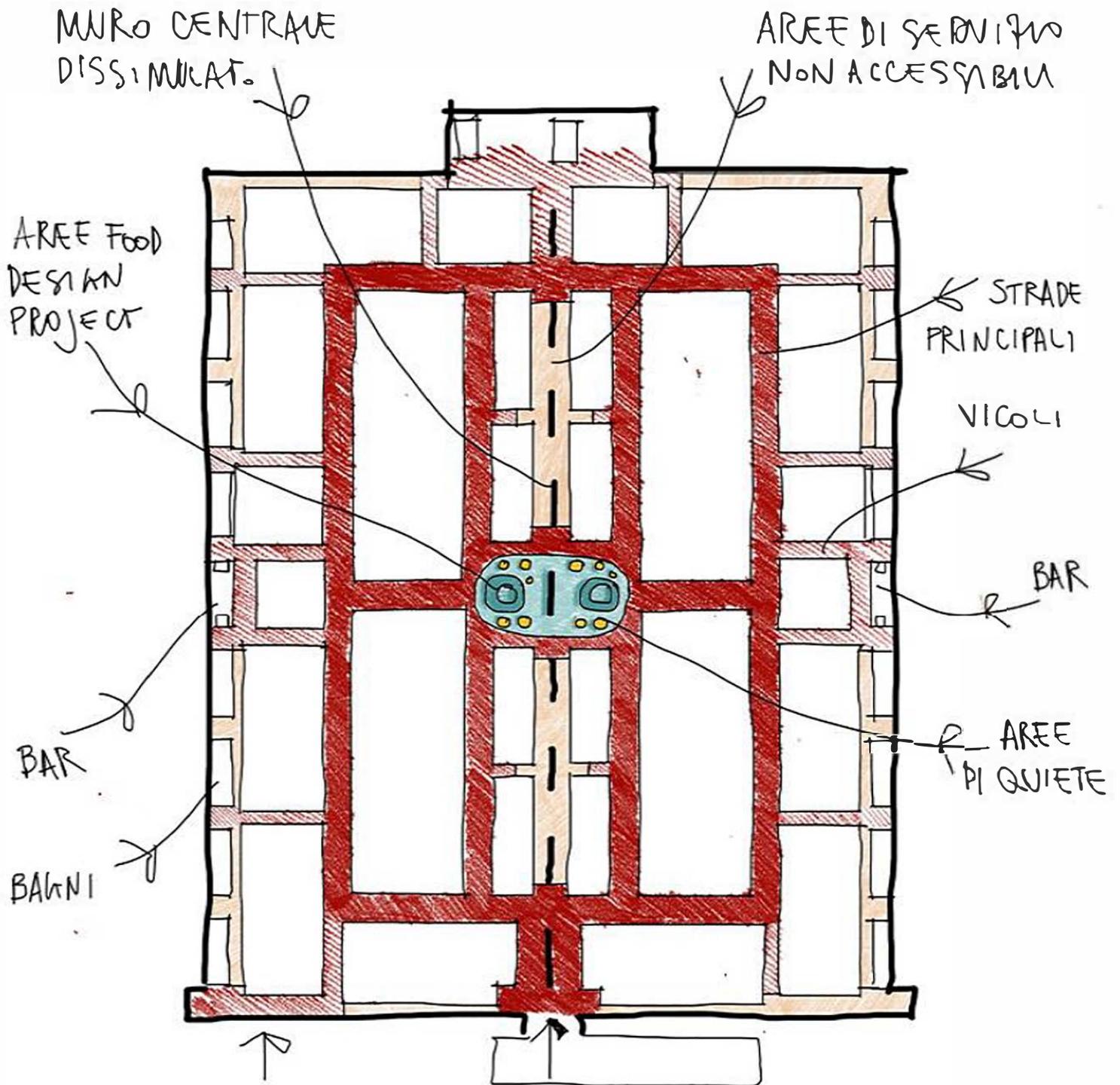
*“L'appuntamento con il Salone del Mobile.Milano, sarà, come sempre, il più importante momento di business del settore e l'occasione per tutta la filiera del legno-arredo di mostrare la qualità della sua produzione, in cui ricerca, innovazione, artigianalità e sostenibilità si fondono. Rappresentiamo un comparto che nel 2023 ha fatturato 52,6 miliardi di euro, di cui circa 20 di export e 32,7 di mercato interno, chiudendo l'anno a -8,1% sul 2022, seppur con livelli superiori al 2019. A fronte di un calo fisiologico della domanda interna, dopo due anni con crescite eccezionali dovute anche a importanti stimoli al consumo, il nostro macrosistema arredamento ha fatturato 28 miliardi di euro esportando, per il 53% in tutto il mondo, nonostante un contesto economico incerto, con i principali mercati di riferimento quali Germania e Stati Uniti in affanno. Stante una situazione così complessa e in divenire, poter contare su una vetrina internazionale come il Salone del Mobile.Milano è per noi una certezza irrinunciabile, un appuntamento da cui non solo detteremo le tendenze agli operatori di settore, alla stampa e ai visitatori, ma che consentirà agli espositori di avere uno sguardo ampio sui mercati di tutto il mondo. FederlegnoArredo, che rappresenta la filiera del bello, ben fatto e sostenibile, forte del valore aggiunto del*

*nostro design, dai padiglioni di Rho Fiera conferma il proprio impegno al fianco delle imprese associate, con la convinzione che la competitività vada di pari passo a un impegno concreto sui temi della sostenibilità ambientale economica e sociale”, commenta **Claudio Feltrin, Presidente di FederlegnoArredo.***

Quella di aprile sarà l’edizione delle biennali **EuroCucina**, con l’evento collaterale **FTK, Technology For the Kitchen (padiglioni 2-4)** e **del Salone Internazionale del Bagno (padiglioni 6-10)**, che si rinnoveranno nel layout espositivo, ripensato da **Lombardini22**, gruppo leader nello scenario italiano dell’architettura e dell’ingegneria. Su richiesta del Salone del Mobile.Milano, lo studio, per la prima volta in ambito fieristico, è ricorso alle **neuroscienze per migliorare l’esperienza di visita** attraverso l’analisi delle reazioni neurologiche, emotive e percettive dei visitatori ai diversi percorsi, collocazione e distribuzione delle aree espositive e di sosta. Dopo varie sperimentazioni in ambiente virtuale, **il tracciato ad anello scelto** per entrambe le biennali **risulta più intuitivo, semplice da percorrere e facile da ricordare** e **l’offerta espositiva risulta piena di significato** lungo tutto il tracciato. Differentemente rispetto al passato, è stato organizzato un **percorso simmetrico posizionando gli stand alle pareti perimetrali esterne**, i **principali percorsi** sono stati resi **più larghi** per migliorare l’orientamento e sono state **inserite installazioni culturali e aree di quiete contro il tipico affaticamento museale** vissuto anche al Salone nonostante la meraviglia esposta. In particolare, **per visitare tutti gli stand delle biennali sarà necessario percorrere 640 metri anziché i precedenti 1,2 chilometri.**

Anno speciale anche per il **SaloneSatellite (padiglioni 5-7)**, che festeggerà con 600 talenti e 22 scuole di design la sua **25ª edizione**. Tema di quest’anno sarà **“Connecting Design since 1998”** a evidenziare come quest’evento abbia, per un quarto di secolo, “svezzato” e nutrito più di **14.000 designer in erba** e intessuto relazioni proficue fra culture e progetti da tutto il mondo. A celebrare questo traguardo, una mostra in Triennale (dal 16 al 28 aprile) – il cui progetto espositivo è a cura di **Beppe Finessi** e **allestito da Ricardo Bello Dias** – che ripensa all’intera storia della Manifestazione senza cedere alla semplice esposizione di oggetti: al contrario, porta in scena il meraviglioso e complesso rapporto tra il mondo della produzione e questi giovani talenti, che da luoghi differenti del mondo hanno portato idee nuove nel design e nell’universo domestico.

Tornando all’approccio neuroscientifico, dal momento che il cervello 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 e originare innovazione, il Salone ha messo a punto un



**programma culturale di nuove forme di sperimentazione, confronto e approfondimento.** Tale proposta sarà diffusa (a differenza di *City of Lights* che accadeva interamente a EuroLuce) perché studiata per coinvolgere il visitatore, con tutta la sua bellezza, lungo l'intero percorso di visita.

**Tre** saranno le **grandi installazioni**. La prima, **“Interiors by David Lynch. A Thinking Room” (padiglioni 5-7)** è quella che **David Lynch**, il celebre regista dell'inconscio, regala al Salone del Mobile. Due speculari “stanze del pensiero” sono immaginate come **porte simboliche da attraversare per immergersi nella Manifestazione**. Con esse, il Salone del Mobile.Milano riflette, in modo originale e immaginifico, sulla **produzione di interni** e su quanto questa stia **in relazione profonda con l'interiorità** di chi, quello spazio, lo arreda come **proiezione esteriore del sé**.

**Etica, sostenibilità, tecnologia** ma anche **potere, fascino e fragilità dell'acqua**: tante sono le suggestioni da cui nasce **“Under the Surface”**, la seconda installazione progettata e realizzata da **Accurat, Design Group Italia** ed **Emiliano Ponzi** per il **Salone Internazionale del Bagno (padiglione 10)**. A che punto è il design dell'arredobagno rispetto alla sostenibilità idrica? “Under the Surface” coinvolge il visitatore in modo immersivo e lo spinge a ragionare sul tema della **relazione positiva e rispettosa con la risorsa naturale più preziosa sulla terra e sul ruolo della filiera dell'arredobagno nel guidare verso un uso più consapevole dell'acqua**. L'installazione prende la forma di **un'isola sommersa**, che innesca un racconto visivo ed evocativo ma anche profondamente educativo per aiutare il visitatore a prendere coscienza dell'impatto ambientale delle nostre pratiche quotidiane legate all'acqua. I riflessi di luce, che si muovono e cambiano incessantemente, rappresenteranno i dati sul consumo globale d'acqua mentre, attraverso l'uso innovativo di data-visualization dinamica, verranno raccontati i progressi tecnologici e manifatturieri legati alla salvaguardia idrica nel campo dell'arredobagno.

Al centro di **EuroCucina**, invece, un grande palcoscenico fluido e accogliente, ospiterà **sei food magazine indipendenti internazionali** che, insieme ad artisti, designer e chef da tutto il mondo, presenteranno una visione inedita e originale sul presente e futuro degli ingredienti che la natura ci offre. **“All You Have Ever Wanted to Know About Food Design in Six Performances”** è il titolo a cappello di questi progetti che, **tra riflessioni, esposizioni, talk e taste experience**, si susseguiranno giorno dopo giorno. Le riviste **Family Style (Stati Uniti), L'Integrale (Italia), Linseed Journal (Gran Bretagna), Magazine F (Sud Corea) The Preserve Journal (Austria), Farta (Portogallo)** animeranno il dibattito sulle sfide e sulle opportunità che il settore alimentare offre al mondo del progetto. Attraverso il binomio cibo-

progetto, infatti, si aprono molteplici possibilità di indagine. In fondo, il cibo è un prodotto e un progetto pari ad altri: per questo, le sei esperienze vogliono essere un'esortazione a superare i confini e ad aprire nuove strade per l'avanzare di sperimentazioni in campo alimentare che facciano la differenza per il futuro dell'uomo su questo pianeta. Le installazioni saranno visitabili per tutto l'orario di apertura, mentre le esperienze di food tasting e le presentazioni dei progetti e delle visioni editoriali, che le accompagnano, si svolgeranno live alle ore 14.30.

Un nuovo **programma di Talk e Tavole Rotonde, dal titolo "Drafting Futures. Conversations about Next Perspectives"**, curato da **Annalisa Rosso**, raccoglierà alcune delle personalità più interessanti del nostro tempo, che, con le loro pratiche virtuose stanno mettendo le basi per un futuro più consapevole. I Talk del mattino si terranno alle ore 11.00 nell'**Arena "Drafting Futures"** disegnata da **Formafantasma, recuperando le sedute** della precedente edizione, coperta da una moquette stampata con disegni astratti, il cui pattern ricorda gli scarabocchi che si fanno quando impegnati a riflettere o durante una conversazione telefonica – tracce inconsce dell'elaborazione di un pensiero complesso. Si alterneranno, al centro del palcoscenico, gli architetti **Francis Kéré**, vincitore del Pritzker Prize, intervistato da **Giulia Ricci**, **John Pawson** che converserà con **Deyan Sudjic**, autore, critico e curatore, **Jeanne Gang** che dialogherà con **Johanna Agerman Ross**, curatrice del design contemporaneo al Victoria & Albert Museum, e **Hans Ulrich Obrist**, direttore artistico della Serpentine Gallery che intervisterà **Maria Porro**, Presidente del Salone del Mobile.Milano. Le **Tavole Rotonde** affronteranno, invece, alcuni degli argomenti cruciali per l'attualità del design e dell'architettura, come l'uso **dell'intelligenza artificiale, il rapporto tra nautica e progetto in collaborazione con Salone Nautico Internazionale di Genova, le novità del settore hospitality**. In entrambi i casi, tutti i dibattiti renderanno evidente come progetto, design e architettura siano in grado di comprendere il presente e immaginare il futuro, aprire nuove strade, trovare soluzioni, vagliare il possibile, attivando intuito e immaginazione. In questa edizione, proprio nell'Arena, verrà inaugurato un nuovo progetto: la **Biblioteca del Salone del Mobile**, anch'essa su progetto di **Formafantasma**, che raccoglierà, su suggerimento dei relatori di questa e delle future edizioni della Manifestazione, volumi destinati a cambiare – in meglio – le nostre azioni e le prospettive future.

Accanto all'Arena, anche quest'anno, dopo il successo del debutto dello scorso anno, sarà allestito il **Bookshop Corraini Mobile, a cura di Corraini Edizioni**, che vedrà esposta, nonché in vendita, un'ampia selezione di pubblicazioni internazionali dedicate al mondo del design, dell'arte e dell'illustrazione, con un occhio anche al tema del cibo e del food design, rappresentativa di **oltre 110 editori**. Non mancheranno i libri per bambini di ogni fascia d'età,

per avvicinarsi in modo divertente e originale al mondo della progettazione; oltre a manifesti e grafiche in tiratura limitata, ceramiche, piccoli oggetti d'arte e pezzi unici, curiosità e rarità. Uno spazio che dialoga con le installazioni e l'allestimento della Fiera, diventando parte integrante dell'esposizione.

Se già il *fil rouge* delle installazioni e dei progetti delle biennali di Bagno e Cucina nonché le narrative dei Talk e delle Tavole Rotonde pongono la **responsabilità ambientale, economica e sociale** al centro (**il Salone è certificato ISO 20121 dalla scorsa edizione**), la 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** rappresenta **il progetto principale che la Manifestazione abbia mai affrontato in quest'ambito**. Tale progetto intende **indagare il Salone-come-ecosistema** attraverso una chiave interpretativa originale, per approfondire il fenomeno nella sua portata socioeconomica sul territorio, grazie alla raccolta e all'analisi di nuovi indicatori, oltre che tramite riflessioni collettive e plurali degli stakeholder attivi sulla scena. Questa prima operazione porrà le basi per un futuro **Osservatorio del Salone del Mobile, una piattaforma permanente dedicata a identificare opportunità e sfide che interessano il Salone del Mobile.Milano e la città**.

Inoltre, la Manifestazione ha rinnovato la propria **Politica di Sostenibilità**, alzando l'asticella degli obiettivi e di un coinvolgimento sempre più attivo e responsabile e ha nuovamente avviato, per la realizzazione delle parti comuni, le procedure per individuare **fornitori certificati o in grado di fornire soluzioni e materiali riciclabili o riutilizzabili**, si adopererà per **confermarsi palcoscenico e cassa di risonanza per modelli di business articolati lungo percorsi di sviluppo responsabile ed inclusivo**, sceglierà partner istituzionali che abbiano al centro della loro strategia una reale attenzione alle persone e al pianeta e ha già **ampliato le linee guida per allestimenti sostenibili** proposte l'anno scorso alle aziende espositrici. La Manifestazione conferma, inoltre, la sua adesione al **Global Compact delle Nazioni Unite**.

Innovativa ed estremamente contemporanea, la nuova campagna di comunicazione del Salone del Mobile.Milano è studiata e realizzata da **Publicis Groupe** 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 concept della campagna che cattura l'essenza evolutiva del Salone del Mobile.Milano e la traduce in un linguaggio visivo e concettuale, declinando in **tre diversi key visual** un unico grande racconto che vede protagonisti **le comunità del design, i**



**professionisti del settore e l'esperienza stessa della Manifestazione.** Non si tratta, dunque, solo di mostrare un artwork efficace, ma di coinvolgere, dialogare ed esplorare la profonda relazione tra il design e chi lo vive, tra chi lo crea e chi ne parla e darne conto visivo, facendone percepire l'evoluzione grazie all'uso dell'**Intelligenza Artificiale**. La metodologia data-driven adottata per la realizzazione della campagna è un esempio di come **l'Intelligenza Artificiale unita alla creatività umana** possa dare vita a un **dialogo senza precedenti tra il Salone e il suo pubblico globale**.

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 volta anche ad alimentare la relazione con la community sui social media. Così, lato espositore, oltre all'introduzione di pacchetti con soluzioni diversificate di prodotti digitali e di comunicazione, fondamentali saranno **i servizi matchmaking e di prenotazione appuntamento in stand** che permetteranno di ottimizzare il tempo durante la fiera e ottenere in tempo reale contatti di qualità. **Lato visitatore, invece, molto funzionali saranno i servizi di ticketing online, di wayfinding degli espositori e la possibilità di preparare la visita grazie ad un'ampia disponibilità di servizi dedicati.** Per rafforzare la connessione e la relazione con la community, il Salone ha finalizzato 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 consolidando la capacità di promozione culturale del Salone. Così, ad esempio, sono nati la web serie "Behind the doors", che vede coinvolti architetti e designer di fama internazionale, tra i quali Lissoni, Formafantasma, Palomba e Serafini, e il podcast "Design forward", sviluppato con la curatrice Maria Cristina Didero. La strategia di contenuto è volta all'alta qualità, alla diversificazione, ai nuovi linguaggi e a una efficace distribuzione multiplatforma, riflettendo l'impegno costante del Salone verso la valorizzazione di un mondo complesso, ricco di storie, prospettive e informazioni. In avvicinamento ai giorni di fiera, la narrazione continuerà ad arricchirsi di contenuti volti a valorizzare ulteriormente gli espositori, facilitare la conoscenza e l'orientamento all'interno della Manifestazione per pianificare al meglio la visita. Inoltre, si conferma, anche quest'anno, la collaborazione con **Fuorisalone**, che valorizzerà **la visibilità degli espositori** attraverso una strategica presenza **sulla mappa di Fuorisalone.it sia della loro posizione nei padiglioni in fiera sia dei loro eventi in città.** La community continua a crescere, come le performance dei contenuti, che nel 2023 hanno registrato oltre 450 mila interazioni e oltre 110 milioni di impression. Gli hashtag ufficiali del Salone del Mobile.Milano 2024 saranno **#salonedelmobile2024** e **#wheredesignevolves**.

*“La capacità di innovare, di anticipare tendenze e di valorizzare il bello e il ben fatto, dando ai giovani lo spazio per esprimersi è da sempre il valore aggiunto del Salone del Mobile.Milano e lo sarà anche nell'edizione 2024. Pochi eventi sanno interpretare e affrontare le sfide della contemporaneità con il giusto mix di creatività e pragmatismo: il Salone del Mobile di Milano è uno di questi. Un appuntamento che non si limita a essere vetrina delle eccellenze e delle avanguardie nell'arredamento e nel design, ma si spinge oltre, creando e alimentando dentro e fuori lo spazio fieristico mondi straordinari che ogni anno richiamano nella nostra città architetti, designer, progettisti, aziende produttrici e tante realtà che lavorano e operano in questo settore in Italia e all'estero, oltre che tantissimi visitatori. Il Salone fa parte di Milano. E ne siamo sempre più orgogliosi”* afferma il sindaco di **Milano Giuseppe Sala**.

A riprova della vocazione all'inclusione, al servizio, alla formazione, che il Salone del Mobile.Milano ha sempre avuto e a riconferma del suo ruolo internazionale, si rinnoverà per il nono anno il **Progetto Accoglienza**, frutto della collaborazione con il **Comune di Milano**, **Fondazione Fiera** e le principali scuole di design della città – **NABA, Nuova Accademia delle Belle Arti, IED Istituto Europeo di Design, Scuola del Design/Politecnico di Milano e Domus Academy** –, che rappresentano l'eccellenza dell'educazione nel campo del design e dell'architettura. Questa collaborazione va letta come elemento chiave di un processo di avvicinamento tra il mondo della scuola e quello del lavoro che si fonda sul dialogo e sulla condivisione di esperienze e opportunità di crescita. Il Salone predisporrà **postazioni di benvenuto** dislocate nei punti nevralgici della città, presidiate da un **centinaio di studenti** che forniranno al pubblico indicazioni sulla mobilità in città, sulla fiera stessa e anche sugli eventi principali che si svolgeranno a Milano in quella settimana. I giovani avranno l'opportunità di dialogare con professionisti dell'industria del design, conoscere dinamiche e meccanismi dell'organizzazione di un evento come il Salone e potranno partecipare a *open lesson* a loro dedicate e a tutte le iniziative culturali multidisciplinari che si terranno quest'anno.

Nello spirito di una sempre maggiore apertura allo scambio e alla circolazione di idee, cultura e creatività, e per sottolineare quanto sia forte e di valore il forte legame con la città di Milano, torna per il quarto anno consecutivo la collaborazione con la **Fondazione Teatro alla Scala**. Un connubio nato dalla volontà di coniugare valori comuni e che ha il duplice obiettivo di promuovere e valorizzare il talento dell'**Orchestra del Teatro alla Scala** e, al contempo, offrire alla comunità del design l'occasione di vivere un'esperienza unica. Quest'anno, diretto da **Riccardo Chailly** e cantato dal **tenore Juan Diego Flórez**, il programma offre nove pezzi fra i più celebri dei capolavori dei Maestri dell'opera lirica: dalla Sinfonia del *Nabucco* di

**Giuseppe Verdi** all'Ouverture de *I Capuleti e i Montecchi* di **Vincenzo Bellini** alla *Manon Lescaut* di **Giacomo Puccini**, fra gli altri.

Prosegue la partnership istituzionale di lungo corso tra **Intesa Sanpaolo e il Salone**, iniziata nel 2017, che vede la prima banca italiana al fianco di comparti quali il design e l'arredo e del Made in Italy, con l'obiettivo di supportare una filiera fondamentale per l'economia del Paese incentivandone con strumenti ad hoc per le imprese i percorsi di digitalizzazione, riduzione dell'impatto ambientale e sviluppo delle attività all'estero. Alla sua prima partnership **Aesop**, all'avanguardia per la cura del viso, dei capelli e del corpo, le cui formulazioni sono permeate da un sincero interesse nei confronti del design sostenibile e intelligente: questo suo approccio a spazi e oggetti, condiviso dalla Manifestazione, è sempre stato parte integrante del marchio, fedele alla convinzione che poche cose favoriscono una vita ben vissuta più di un **design ben ragionato e responsabile**, tema che sarà anche il focus del talk che il brand terrà proprio nell'arena "Drafting Futures" al Salone. Prosegue la collaborazione con **Panerai** quale **Official Time Keeper del Salone del Mobile.Milano**, rafforzando così lo storico legame tra i due brand. Come ormai da tradizione confermano il loro supporto i partner ufficiali **Piquadro, Cà del Bosco, S.Bernardo e illycaffè** e prosegue la collaborazione con **Radio DeeJay, Radio Capital e Radio m2o**, che tornano live con il truck a Fiera Milano Rho con una selezione dei loro programmi e i loro speaker e dj per cinque giorni di musica, intrattenimento e informazione. Ritorna anche **Highsnobiety** con il progetto multicanale "**Not In**", una serie che celebra le capitali culturali di tutto il mondo. Not In Milan **presenta sei pezzi ready-to-wear** che valorizzano l'eredità della Manifestazione. Dopo il successo, lo scorso anno, della **T-Shirt Icons**, la nuova collezione proporrà una **camicia stampata, una felpa grafica e vari accessori**.

L'edizione 2024 del Salone Internazionale del Bagno vedrà il debutto di una nuova importante sinergia, quella con **ANGAISA**, l'associazione dei distributori idrotermosanitari italiani, aderente a Confcommercio e Federcostruzioni. ANGAISA sarà presente, per la prima volta, con un proprio stand ubicato presso la reception dei padiglioni 6/10, realizzando un punto informativo per i propri associati e gli operatori professionali. "*Sono davvero felice di poter annunciare al mercato questa prestigiosa collaborazione – ha commentato **Maurizio Lo Re, Presidente ANGAISA** – che vedrà la nostra partecipazione a una manifestazione fieristica fra le più importanti al mondo, vetrina imprescindibile per tante **eccellenze del Made in Italy***". La distribuzione specializzata del settore idrotermosanitario, rappresentata da ANGAISA, è caratterizzata da aziende strutturate, che trovano nella qualità della loro offerta, nelle competenze e nei servizi i loro punti di forza. "*Con l'edizione 2024 ha inizio una **nuova partnership** che ritengo strategica*

*per la nostra associazione e che mi auguro potrà essere ulteriormente consolidata nei prossimi anni” conclude il Presidente Lo Re. “È la conferma che ANGAISA guarda con estrema attenzione, così come al comparto tecnico, anche all’ **“anima estetica”** della filiera idrotermosanitaria”.*

Il Salone del Mobile.Milano vede collaborare fattivamente Federlegno Arredo Eventi con **l’Agenzia ICE**, l’agenzia governativa che supporta lo sviluppo economico-commerciale delle nostre imprese all’estero e promuove l’attrazione degli investimenti esteri in Italia, al fine di ideare un insieme di attività strategiche per stimolare l’interesse e la partecipazione degli operatori esteri, in particolare buyer, architetti, interiori designer e giornalisti alle varie edizioni del Salone. Anche quest’anno, ICE ha messo a disposizione del Salone del Mobile.Milano un supporto importante e preziosissimo per portare a Milano il maggior numero di operatori esteri qualificati a testimonianza della capacità del Paese di fare sistema a beneficio delle imprese e dei territori.



Lost and Roll. Progetto di Ricerca @Gianluca Vassallo



Salone  
del Mobile.  
Milano

# I Numeri

## Salone del Mobile.Milano 2024: tutti i numeri della 62<sup>a</sup> edizione

*Un'edizione ricca di presenze e progetti quella del 2024: 172.500 mq di superficie netta espositiva e quasi 1.900 espositori – di cui 600 i designer del SaloneSatellite – con un 30% di aziende estere (escluso il SaloneSatellite).*

Ancora una volta la **62<sup>a</sup> edizione** del **Salone del Mobile.Milano** si comporrà di **sette** Manifestazioni, che si svolgeranno in contemporanea presso il quartiere **Fiera Milano a Rho**, da **martedì 16 a domenica 21 aprile** con **apertura agli operatori** tutti i giorni dalle **9.30 alle 18.30**, e nelle giornate di **sabato e domenica anche al pubblico**. Il **Salone Internazionale del Mobile**, il **Salone Internazionale del Complemento d'Arredo**, **Workplace3.0** scenderanno in campo con le biennali **EuroCucina** – insieme a **FTK, Technology For the Kitchen**, evento dedicato all'elettrodomestico da incasso, cappe d'arredo e alle tecnologie più innovative nell'ambito della cucina – e **Salone Internazionale del Bagno**. Si conferma **S.Project**, che si propone come uno spazio trasversale dedicato **ai prodotti di design e alle soluzioni decorative e tecniche del progetto d'interni**. Non mancherà il **SaloneSatellite**, alla sua **25<sup>a</sup> edizione**, con i suoi talenti under 35.

### Salone del Mobile.Milano

**Oltre 172.500 mq di superficie netta espositiva e quasi 1.900 espositori**  
con un **30% di aziende estere** (escluso il SaloneSatellite).

### Salone Internazionale del Mobile, Salone Internazionale del Complemento d'Arredo, Workplace3.0, e l'evento S.Project

**Oltre 1.000 espositori** (di cui **31% esteri**) per **127.000 mq**

### EuroCucina/ FTK, Technology For the Kitchen

**100 espositori** (di cui **35% esteri**) su **24.000 mq**

### Salone Internazionale del Bagno

**180 espositori** (di cui **25% esteri**) su oltre **18.000 mq**

### SaloneSatellite

**600 designer e neo-laureati** di scuole internazionali di design su **3.500 mq**



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Le Biennali. Nuovi formati e percorsi

## **EuroCucina e Salone Internazionale del Bagno: i nuovi circuiti migliorano gradimento, concentrazione e orientamento.**

*Grazie all'ascolto, alle neuroscienze e a una costante ricerca votata all'innovazione e alla sperimentazione, l'esperienza di Euro Cucina/FTK, Technology For the Kitchen e Salone Internazionale del Bagno si fa più coinvolgente ed efficiente, permettendo ai visitatori di concentrarsi sulle informazioni realmente rilevanti, migliorando la loro capacità di orientarsi e di ricordare gli stand visitati.*

La **62ª edizione del Salone del Mobile.Milano** segna un'altra tappa fondamentale nello sviluppo e nell'evoluzione del format e dell'esperienza di visita delle fiere grazie alla rinnovata collaborazione con **Lombardini22**, gruppo leader nello scenario italiano dell'architettura e dell'ingegneria, che ha ripensato il **layout espositivo delle biennali dedicate a Bagno e Cucina** con l'obiettivo di creare una piattaforma di business sempre più contemporanea, efficiente e gratificante. Grazie alla volontà inclusiva del Salone e all'approccio olistico al progetto di Lombardini22, **professionisti specializzati in strategic design, neuroscienze e universal design** hanno collaborato all'evoluzione e all'innovazione dei percorsi di questi padiglioni. È così che si sono **potute verificare le esigenze inconscie dei visitatori, diminuire lo sforzo cognitivo durante la visita, analizzare i flussi e verificare virtualmente il masterplan del layout dei padiglioni.**

Racconta **Cristian Catania, Reinventing Fair project director di Lombardini22**: *“Per esporre innovazione dobbiamo essere innovazione. Stiamo supportando il Salone del Mobile.Milano nel cambiare paradigma, da esposizione a esperienza. Incrociando le nostre competenze abbiamo costruito un processo integrato e complessivo di evoluzione graduale. Tutto parte dal layout generale e dalla consapevolezza dell'importanza dello spazio come fattore abilitante e attrattivo. Grazie al masterplan sono stati implementati i valori di riconoscibilità, comfort, coinvolgimento, tempo. Il nostro progetto intende esprimere al meglio quella complessità e quella stratificazione che in fiera non coincidono più con il solo prodotto o con la pura dimensione commerciale, ma anche e soprattutto con la qualità dell'esperienza offerta ai visitatori e con la garanzia di visibilità per gli espositori. Gli spazi funzionano per far funzionare la manifestazione”.*

Commenta **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**: *“Il re-design dell'edizione numero 62 del Salone del Mobile è partito dall'ascolto dei visitatori, delle aziende espositrici e degli stakeholder del mondo del bagno e della cucina, tutti coinvolti in*

*interviste sul campo o in tavoli di lavoro tematici per coglierne percezioni, desideri e necessità. Questo ha portato all'integrazione di tecnologia e domotica e alla volontà di dare ancora più visibilità alle aziende più piccole e più giovani. Abbiamo, poi, voluto fare un passo in avanti rispetto a quanto già sperimentato per EuroLuce puntando sull'innovazione grazie all'utilizzo delle neuroscienze. Lombardini22 ha analizzato i comportamenti emotivi e le reazioni inconsce delle persone che percorrono e abitano padiglioni e stand, per progettare al meglio la disposizione degli spazi e creare un percorso di valore.”*

In quest'ottica, sono stati ridisegnati i percorsi **di EuroCucina / FTK, Technology For the Kitchen integrata nei suoi spazi, e del Salone Internazionale del Bagno**. I padiglioni adiacenti sono stati riprogettati per **ottimizzare tempi e spazi semplificando la visita** e rendendola più **ricca e più efficiente**, offrendo allo stesso tempo **pari accessibilità e visibilità a tutti gli espositori**. Il progetto rinuncia, ancora una volta, al classico impianto di cardo e decumano e **re-immagina il layout in una forma più urbana ad anello**, per rendere la visita più ricca ma meno stancante, più efficiente ma meno dispersiva.

Ma non solo. Quest'anno, il Salone del Mobile.Milano, **prima tra tutte le fiere internazionali**, è ricorso **alle neuroscienze** per **rilevare il grado di soddisfazione dei visitatori e migliorare l'esperienza di visita**, ottimizzandone i percorsi e valutando le reazioni dei visitatori alle diverse tipologie di esposizione. Così se il layout a scacchiera imponeva un grande impegno cognitivo, ora, in un'ottica di inclusività, il **tracciato ad anello risulta più intuitivo e semplice da percorrere**. Il disegno tradizionale dei padiglioni, grazie alla modularità della griglia, è pura funzionalità, facilità di commercializzazione degli spazi e perfezione tecnica ma presenta tuttavia alcuni punti di debolezza come l'elevato numero di strade, la mancanza di punti di riferimento, la presenza di percorsi asimmetrici lungo tutto il perimetro dei padiglioni in cui gli stand si trovano solo da un lato del percorso.

Grazie al **nuovo layout**, invece, l'offerta espositiva risulta **piena di significato lungo tutto il perimetro a destro e a sinistra del camminamento** dei visitatori. In particolare, è stato organizzato **un percorso simmetrico addossando gli stand alle pareti perimetrali esterne**, togliendo dalla vista dei visitatori i muri tecnici; i **principali percorsi sono stati resi più larghi** e sono state inserite **installazioni culturali e aree di quiete** contro il tipico affaticamento museale vissuto anche in fiera. **Per visitare tutti gli stand sarà necessario percorrere 640 metri anziché i precedenti 1,2 chilometri**. È stata definita una netta differenza tra i percorsi principali, con una larghezza di almeno 6 metri, e quelli secondari, rendendo l'**orientamento più semplice** e nei viali più ampi sono state inserite **installazioni culturali e aree di quiete**.

Inoltre, per **EuroCucina**, Lombardini22 ha progettato l'allestimento di uno dei contenuti culturali offerti dalla Manifestazione: **lo spazio centrale dedicato al food design**. Quest'area è concepita come un **palcoscenico distintivo e modulabile, fortemente caratterizzato e insieme neutro**, che ogni giorno ospiterà un magazine di settore, un performer, un artista o una brigata di food designer, provenienti da diverse parti del mondo, che presenteranno **una visione inedita e originale sul presente e futuro del cibo**. L'ambiente si caratterizza per la **particolare forma a stella**, le cui curve e insenature sono facilmente adattabili ai contenuti e alle aree di lavoro per i food designer. I **tendaggi perimetrali, neutrali per texture, tessuto e colore, sono modulabili** per aprire e chiudere all'occorrenza lo spazio e creare scenari ad hoc. Anche **la luce** posta a coronare la sagoma della stella – **fredda e calda, accesa e spenta, bianca o colorata** – è **modulabile** per consentire un ulteriore **livello di personalizzazione e configurabilità**. Lo spazio, nel suo insieme, prevede **due aree adiacenti e permeabili tra loro**: da un lato, **l'area funzionale con il laboratorio e lo scenografico banco di lavoro**, dall'altro **lo spazio espositivo per volumi e riviste internazionali indipendenti dedicati al mondo del food design**. Tra i due ambienti, la parete tecnica antincendio si tramuta da ostacolo a opportunità progettuale e accoglierà delle video proiezioni. Tutto l'allestimento è **circolare e fluido**: la continuità delle finiture evidenzia l'ibridazione degli spazi.



Salone  
del Mobile.  
Milano

# EuroCucina

## **EuroCucina 2024. Da spazio multifunzionale a progetto aperto e olistico di condivisione.**

*Dal 16 al 21 aprile, va in scena EuroCucina, l'appuntamento internazionale più autorevole del settore, occasione d'incontro e confronto per le migliori aziende italiane ed estere e momento unico per scoprire le nuove tendenze dello spazio protagonista degli interni domestici di oggi.*

Alla sua **24<sup>ª</sup> edizione, EuroCucina**, salone di riferimento a livello globale, raduna **espositori** accumulati dall'ampia offerta e dall'elevata qualità dei prodotti esposti, distribuiti **per la prima volta nei padiglioni 2 e 4**, ma non solo. Le aziende del mobile che porteranno un *total living*, infatti, presenteranno le loro proposte di cucine nei rispettivi stand.

Se l'approccio olistico all'abitare è diventato una direzione progettuale sofisticata ma necessaria in un'epoca come la nostra, la cucina riafferma il **proprio ruolo centrale, offrendo e appropriandosi di sempre maggior spazio** da dedicare a famiglia, amici e a tutte le attività connesse. Il progetto della cucina riflette le narrazioni e i valori di un'era complessa: **desiderio di convivialità, benessere, serenità, natura e sostenibilità**. Ne conseguono spazi che strizzano l'occhio al **minimalismo scandinavo o japandi, a forme organiche e a materiali e colori naturali** che evocano un senso di tranquillità e di bellezza confortevole.

Cucina, dunque, come **assoluto baricentro della casa moderna**, spazio aperto e fluido, non più solo ibrido e integrato ma **capace** anche di **erodere metri quadri alla zona living** o condividere con essa elementi funzionali importanti. In quest'area plurifunzionale e versatile, l'elemento centrale è **l'isola** che diventa sempre **più ampia, attrezzata, tecnologica** e, a tratti, raddoppia o presenta spazi di lavoro retrattili per ospitare il desinare vero e proprio con sedute di vario genere e attività altre come smartworking, compiti a casa e relax con gli amici. Anche nuovi complementi come **cantine** e **serre domestiche** faranno capolino e sono inglobati. Per rispondere a un bisogno di ordine, pulizia e quiete mentale, tornano le **cucine a scomparsa e walk-in** che, grazie a sistemi sempre più ingegnerizzati di ante, nascondono con discrezione attrezzature, elettrodomestici, dispensa e rubinetteria. A testimonianza dell'accresciuto potere di questa stanza, non mancano nuove ed eleganti proposte di **cucine abitabili** con un grande tavolo da pranzo in condivisione con il living: così, lo spazio giorno diventa un tutt'uno caratterizzato da un *continuum* stilistico, una coerenza e un'omogeneità di ambienti. Elementi di design innovativi creano, così, transizioni emozionanti tra cucina e soggiorno con trasparenze e materiali di alta qualità: **librerie, scaffalature a giorno e**

**sistemi boiserie modulari**, articolati e accessoriabili, collegano gli ambienti coniugando contenimento e personalità. Infine, la cucina tenderà a uscire dalle mura domestiche per sconfinare nell'**outdoor**, con soluzioni super accessoriate, portatili o meno, che coniugano versatilità, praticità e qualità dei materiali e delle prestazioni.

La prevalenza di un'**estetica naturale**, vera o emulata che sia, caratterizza le nuove cucine. Desiderio, bisogno e consapevolezza *green* unite a un crescente apprezzamento del wabi-sabi (la celebrazione della bellezza imperfetta di forme e materiali organici), conducono all'uso di **pietre, granito, quarzo, marmo** ma anche **di gres porcellanato e argille ceramiche** che, grazie a una produzione industriale molto avanzata, riproducono realisticamente **moltissimi effetti estetici materici**, per rispondere alla sempre più sentita necessità di riconsiderare il rapporto tra naturale e artefatto e di rivalutare le distinzioni tra artificiale, sintetico, organico e inorganico. Grazie a **innovazione tecnologica**, i **materiali** migliorano in durezza superficiale, resistenza chimica, all'abrasione, agli urti, ai raggi UV e agli shock termici, garantendo una minore possibilità di deterioramento nel tempo. D'altro canto, il **legno** (in particolare chiaro) è tra i materiali preferiti per le finiture d'arredo di questa stanza. Da tutto ciò consegue un **aumento della tattilità del design** dello spazio cucina che non è una tendenza passeggera ma un riflesso del nostro desiderio di un'esperienza più sensoriale e coinvolgente nelle nostre abitazioni. Unica eccezione a questo racconto è il **ritorno dell'acciaio inox**, che si rifà all'estetica delle cucine professionali, popolari grazie ai programmi e talent culinari che ci fanno immaginare di essere chef casalinghi meritevoli di stelle Michelin e di aree di lavoro spaziose, essenziali e facili da pulire. L'acciaio inox spicca per durabilità, igiene, facilità di manutenzione e sostenibilità, essendo riciclabile al 100%.

In merito alle **forme**, che si ammorbidiscono e si arrotondano, si predilige **pulizia e rigore** che valorizzano la funzionalità dello spazio. Le **nuance**, si lasciano anch'esse ispirare dallo **spettro cromatico della natura**, optando spesso per un mix di toni tenui che ricordano le spezie più utilizzate in cucina – **salvia, rosmarino, lavanda, zafferano e basilico**. Il **verde** impera in tutte le sue gradazioni, affiancato da toni più caldi come **rosso terracotta, giallo e bordeaux** ma anche da tinte neutre. Per un tocco di drammaticità, sale alla ribalta il blue che ben si abbina a tonalità oro e rosa.

Come in ogni altro spazio della casa, la **sostenibilità** rimane tra le tendenze chiave per il 2024: come richiesto da un consumatore ormai consapevole e coinvolto, vedremo aziende che investono sempre più in cicli **produttivi sostenibili**, a **bassa impronta di carbonio**, e in **soluzioni durabili che riflettono anche sul fine vita del prodotto**.



Photo Archivio: EuroCucina



Salone  
del Mobile.  
Milano

# FTK, *Technology* For the Kitchen

## **FTK, *Technology For the Kitchen* 2024. Va in scena l'intelligenza dell'elettrodomestico da incasso.**

*Complemento naturale di EuroCucina, a FTK, Technology For the Kitchen andrà in scena una tecnologia intelligente, responsabile e inclusiva per un futuro più sostenibile.*

*Dal 16 al 21 aprile a Fiera Milano a Rho, Padiglioni 2-4.*

Non c'è dubbio: avremo sempre più elettrodomestici **intelligenti**. E, proprio per questo, **responsabili**, avendo il compito di minimizzare l'impatto delle attività domestiche quotidiane sull'ambiente e contribuire a migliorare il nostro stile di vita e la nostra salute. E' questo quanto ci racconterà la **9ª edizione di FTK, Technology For the Kitchen**, l'evento collaterale di EuroCucina che si propone come momento privilegiato di riflessione sulla tecnologia da incasso e le cappe da arredo attraverso la presentazione di **prodotti innovativi, prototipi e concept** di quello che sarà l'arte del conservare e del cucinare.

Quest'anno, la **tecnologia** ci aiuterà a svolgere tali attività al meglio grazie a elettrodomestici che collaboreranno e converseranno tra loro e con l'uomo, anticipando bisogni o svelando necessità che non sapevamo di avere. Le collezioni di prodotti – da quelli per la **refrigerazione** e il **congelamento** a quelli per **la cottura e l'aspirazione** – offriranno **prestazioni di ultima generazione** per **ottenere il meglio** in fatto di **risultati, minimizzare i consumi e aumentare la longevità degli apparecchi**. Elemento fondamentale sarà l'effettivo **risparmio energetico dell'elettrodomestico** e la sua capacità di **efficientare le attività e rendere sostenibile il proprio utilizzo** da parte del consumatore,

Ma ci sarà di più. Connettendo tutti gli apparecchi della cucina e dell'abitazione, **l'intelligenza artificiale** sarà la vera protagonista, offrendo un'esperienza *user-centric* totale. Vedremo elettrodomestici che si **connettono tra loro in modo fluido e intuitivo**, fornendo informazioni che possono venire elaborate e incorporate nei diversi aggiornamenti dei software, mettendo gli utenti al centro di un processo di sviluppo che consente di adattare le soluzioni dell'elettrodomestico alle esigenze del singolo proprietario. La **Smart Home** è ormai realtà e garantisce **l'interoperabilità degli elettrodomestici**: frigorifero, forno, lavastoviglie, piani cottura, anche di brand differenti, diventano un ecosistema a cui si accede da piattaforme e applicazioni sul proprio smartphone o dalla televisione.

Ecco, allora, che i **frigoriferi** setteranno la temperatura in autonomia, saranno in grado di riconoscere gli alimenti conservati al loro interno e consiglieranno ricette, avviseranno quando i prodotti sono in scadenza o quando mancano grazie a un tracciamento visivo e, in alcuni

casi, faranno la spesa online autonomamente; saranno poi in grado di monitorare i consumi elettrici e, grazie a grandi schermi, diventeranno un hub per l'entertainment familiare connettendosi a tutti i social network e al web. Le **cantinette**, con il supporto di specifiche applicazioni, analizzeranno le etichette delle bottiglie per suggerire le condizioni migliori di conservazione e consigliare abbinamenti gastronomici. I **forni** eseguiranno automaticamente le cotture più corrette e bilanciate dal punto di vista nutrizionale; i più smart, con algoritmi intelligenti, consentiranno la perfetta e simultanea cottura di proteine e verdure al solo tocco di pulsante o calcoleranno il livello ottimale di ossigeno per la panificazione; frigorifero e forno si "parleranno": il primo riconoscerà gli ingredienti a disposizione, il secondo selezionerà una rosa di ricette da cucinare. I **piani a induzione** rileveranno la temperatura dei liquidi nelle pentole per regolare automaticamente la temperatura ed evitare fuoriuscite e si spegneranno a cottura ultimata avvertendoti sul telefono o sulla televisione. E, se ricevesti una telefonata proprio mentre stai miscelando gli ingredienti nella pentola, potrai rispondere dallo schermo del piano cottura connesso allo smartphone. Le **lavastoviglie** sceglieranno autonomamente il dosaggio del detersivo e permetteranno consumi ancora più contenuti, tempi dimezzati, gestione in remoto e comfort ergonomico. E le **televisori** saranno, dunque, il principale elemento attraverso cui leggere le notifiche di tutti gli elettrodomestici della cucina.

Miglioreranno anche **professionalità e multifunzionalità** per conservare e cucinare i cibi con le stesse tecniche e tecnologie a disposizione degli chef stellati. Vedremo apparecchi casalinghi che rispettano e mantengono proprietà nutritive, consistenze, sapori, colori e profumi dei cibi, bilanciando temperature, umidità, potenze.

Non meno importante sarà il **contenuto estetico** dei prodotti presentati: **ergonomia, materiali, colori, bellezza** saranno tratti imprescindibili delle soluzioni proposte, sempre più orientate a un **design personalizzato e personalizzabile** per offrire ai consumatori elettrodomestici che soddisfino tutte le esigenze di gusto e stile.



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Salone Internazionale del Bagno

## **Salone Internazionale del Bagno 2024. Le nuove stanze da bagno: zone di benessere sartoriali amiche dell'impronta idrica.**

*Salone di riferimento a livello internazionale, la biennale dedicata al bagno si arricchisce di nuove presenze e offre moltissime novità che coniugano funzionalità, attenzione all'impronta idrica e alla spesa energetica con una componente edonistica ed estetica. Dal 16 al 21 aprile a Fiera Milano Rho, padiglioni 6-10.*

Il **Salone Internazionale del Bagno** è una **fiera in crescita e dinamica** che, alla sua **10ª edizione**, si conferma come l'appuntamento internazionale più importante per chi si occupa di arredobagno, grazie alla sua capacità di attrarre tutte le figure professionali di riferimento – dall'architetto ai grandi gruppi di acquisto fino al singolo rivenditore – nonché il fruitore finale. All'evento si presenteranno **180 espositori**, distribuiti su **18.000 mq**, che metteranno in scena il meglio della produzione internazionale: dai **mobili e accessori** alle **cabine doccia**, dalla **porcellana sanitaria** ai **radiatori**, dalla **rubinetteria** alle **vasche da bagno**.

Le novità in mostra riflettono la continua evoluzione di questo spazio che acquista sempre più valore all'interno dello spazio domestico **tanto da essere la terza stanza più progettata e richiesta ad architetti e designer**. Luogo della cura del sé, sempre più spesso **piccola (ma non troppo) e (quasi) democratica spa casalinga**, il bagno è il luogo in cui l'acqua e i suoi rituali ci riconnettono al nostro io più profondo. Ma non è più sufficiente un alto coefficiente emotivo ed estetico per convincere l'acquirente, professionale o privato che sia; oggi, a essere un **valore discriminante è l'aderenza dei brand ai principi dell'eco-design** e della **sostenibilità**, dal reperimento delle materie prime alla produzione, dal prodotto finale alla sua cura fino al processo di smaltimento. Tutto si deve risolvere senza **compromettere funzionalità, qualità e durabilità**.

Da anni, le aziende dell'arredobagno investono in **ricerca e innovazione** per ottenere prodotti a basso impatto ambientale. Questo le ha portate a una riflessione molto più profonda sulla **water footprint** (propria e dei loro prodotti), sul **ciclo di produzione** e sui **materiali che devono essere riciclabili e circolari**. Oggi, il settore sa come rispettare il mondo in cui viviamo: sono attualità concreta **prodotti che riducono gli sprechi d'acqua e di energia, certificazioni di qualità, materiali ecologici e iper-salubri facili da curare, finiture legno ad acqua, scarti di produzione riciclati, atossicità, resistenza**.

Ed ecco, allora, **rubinetterie intelligenti** che consentono una perfetta regolazione della percentuale di acqua calda e fredda o dotate di un regolatore dinamico di portata che consente la riduzione dei consumi fino al 50%. Altri sistemi rendono più semplice la gestione

del consumo di acqua attraverso il monitoraggio continuo e un **segnale acustico che avvisa degli sprechi**, sensibilizzando l'utente verso un uso più attento di questa risorsa naturale. A questi si aggiungono **rubinetti senza contatto** o quelli che offrono una **personalizzazione (responsabile) della portata, temperatura e durata del flusso**. Progetti quasi sul mercato riguardano, poi, il re-impiego: sono allo studio sistemi che permettono di **immagazzinare il calore prodotto dall'acqua** per scaldare il getto della doccia successiva, senza ulteriore spreco di energia.

Anche nei **sanitari di ultima generazione**, estetica e design si coniugano con sistemi tecnologici innovativi per un attento risparmio idrico. I vasi, rigorosamente rimless, sono in grado di funzionare con una quantità minima d'acqua, con flussi di scarico di 4,5 litri, e in alcuni casi anche di 3.

La **smart bathroom** è sempre più attuale: sono realtà i **sistemi di attivazione e riconoscimento vocale** che riscaldano le sedute dei sanitari, che si collegano a dispositivi inseriti nei sanitari per analisi mediche il cui risultato appare direttamente sullo schermo del cellulare, che regolano automaticamente il flusso dell'acqua e la quantità di luce o di musica nella stanza; **vasche da bagno** che si riempiono da sole quando ricevono un input dallo smartphone, portando l'acqua al livello e alla temperatura ideali per evitare sprechi; **specchi** che consentono di collegarsi al telefono cellulare.

Se la **personalizzazione** è la strategia vincente di tutte le aziende del bagno, **docce, lavabi e complementi di arredo** confermano la tendenza generale alla customizzazione. **Sistemi integrati con cassette a scomparsa o mensole al vivo, specchiere e accessori**, realizzati con **soluzioni su misura e hi-tech**, e con una scelta ampia di finiture, sono sempre più richiesti anche alla produzione industriale. Le **docce** si fanno sempre più **walk-in** con una parete senza profili, sostegni invisibili e il piatto doccia a scomparsa, a filo pavimento. Oppure, si possono trasformare vere e proprie **wet room** a emulazione delle stanze da bagno di spa e alberghi di lusso. Le vasche sono **freestanding**, con controllo intelligente della temperatura e luci d'atmosfera che **trasformano il bagno in una vera e propria spa domestica**. **I radiatori** diventano sculture dello spazio del benessere.

E il **design**? La nuova tendenza è il **bagno come estensione e integrazione del living**, che propone sistemi contenitori e d'arredo con forme e materiali che potrebbero trovarsi a loro agio anche in salotti e camere da letto. Grande spazio, poi, alle geometrie e, in particolar modo **alle linee e alle forme curve e plastiche**, che si abbinano a un design pulito ed essenziale, che esalta **colori, materiali e texture**.

Per quanto riguarda i **materiali**, grandi protagonisti saranno i **marmi policromi** e il **legno**, che trasferisce calore e un senso di *genius loci*, organicità e natura, veicolati anche da **gres e porcellane** con effetti materici e naturali.

Anche la palette cromatica sarà fortemente ispirata alla natura. **Tonalità terrose** come il **verde salvia, il beige e il marrone chiaro** creeranno atmosfere zen e rilassanti. Queste nuance si armonizzeranno ai materiali organici, valorizzando l'approccio eco-friendly dell'arredo. Colori liquidi, **verdi e blu saturi**, che evocano l'intensità di fondali marini profondi, risulteranno innovativi e valorizzeranno gli accenti oro, rame, ottone, spazzolati o meno, delle rubinetterie. Non mancheranno il **grigio scuro** e il **nero carbone**, sempre più ricercati non solo per rivestimenti e pavimenti, ma anche per sanitari e rubinetterie.



Photo Archivio: Salone Internazionale del Bagno



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Interiors by David Lynch. A Thinking Room

**“Interiors by David Lynch. A Thinking Room”: l’omaggio visionario del celebre regista al Salone del Mobile.Milano e agli interni, siano essi domestici o dell’anima.**

*Attraverso “le stanze” immaginate e immaginifiche di David Lynch, porte simboliche da attraversare per immergersi nella Manifestazione, il Salone del Mobile.Milano ribadisce come gli interni non abbiano mai solo una valenza decorativa o simbolica, ma sappiano interagire e palpitare con chi li vive.*

In occasione della sua 62<sup>a</sup> edizione, **il Salone del Mobile.Milano** sceglie **David Lynch**, il regista dell’inconscio, per **raccontare e riflettere in modo originale e metafisico sulla produzione di interni e su quanto questa stia in relazione profonda**, a tratti simbiotica, **con l’interiorità di chi, quegli arredi, li acquista** non per una mera ragione decorativa ma perché vissuti quale proiezione esteriore del sé. Ne è nata un’installazione suggestiva e visionaria, e un’esperienza sensoriale e narrativa ricca di emozione. **“Interiors by David Lynch. A Thinking Room” (padiglione 5-7)** risveglia il nostro senso della meraviglia, scandisce attimi memorabili e, attraverso il linguaggio scenografico del cinema e del teatro, celebra il design di uno spazio per pensare non solo quale ambiente fisico ma soprattutto quale regione interiore.

**Antonio Monda, curatore del progetto**, racconta di come Lynch ami creare arredi con le proprie mani e di come questi non siano tanto frutto di ispirazione quanto di un duro e preciso lavoro manuale. D’altro canto, gli interni dei suoi film – e probabilmente i mobili di cui è colmo il suo studio – non rappresentano una semplice ambientazione, ma sono il **riflesso dello stato d’animo dei protagonisti**, i quali vivono in una condizione di perenne e precario equilibrio tra l’angoscia e la tenerezza, la violenza e la pietà, il sogno e l’incubo. Basti pensare al nero assoluto della casa in cui si addentra Bill Pullman in *Strade Perdute*, il kitsch in cui vive la diabolica Diane Ladd in *Cuore Selvaggio* o la villetta di Kyle MacLachlan in *Velluto Blu*, nella quale, oltre la superficie idilliaca, si scopre la corruzione e il mistero del male. Per non parlare dei locali dove lavorano e cercano svago i protagonisti di *Twin Peaks*, nei quali l’ansia e l’alienazione non riescono a far scomparire un anelito di pace e serenità. Nelle sue opere ognuno degli interni è un personaggio dotato di una vita propria, che lo spettatore interpreta.

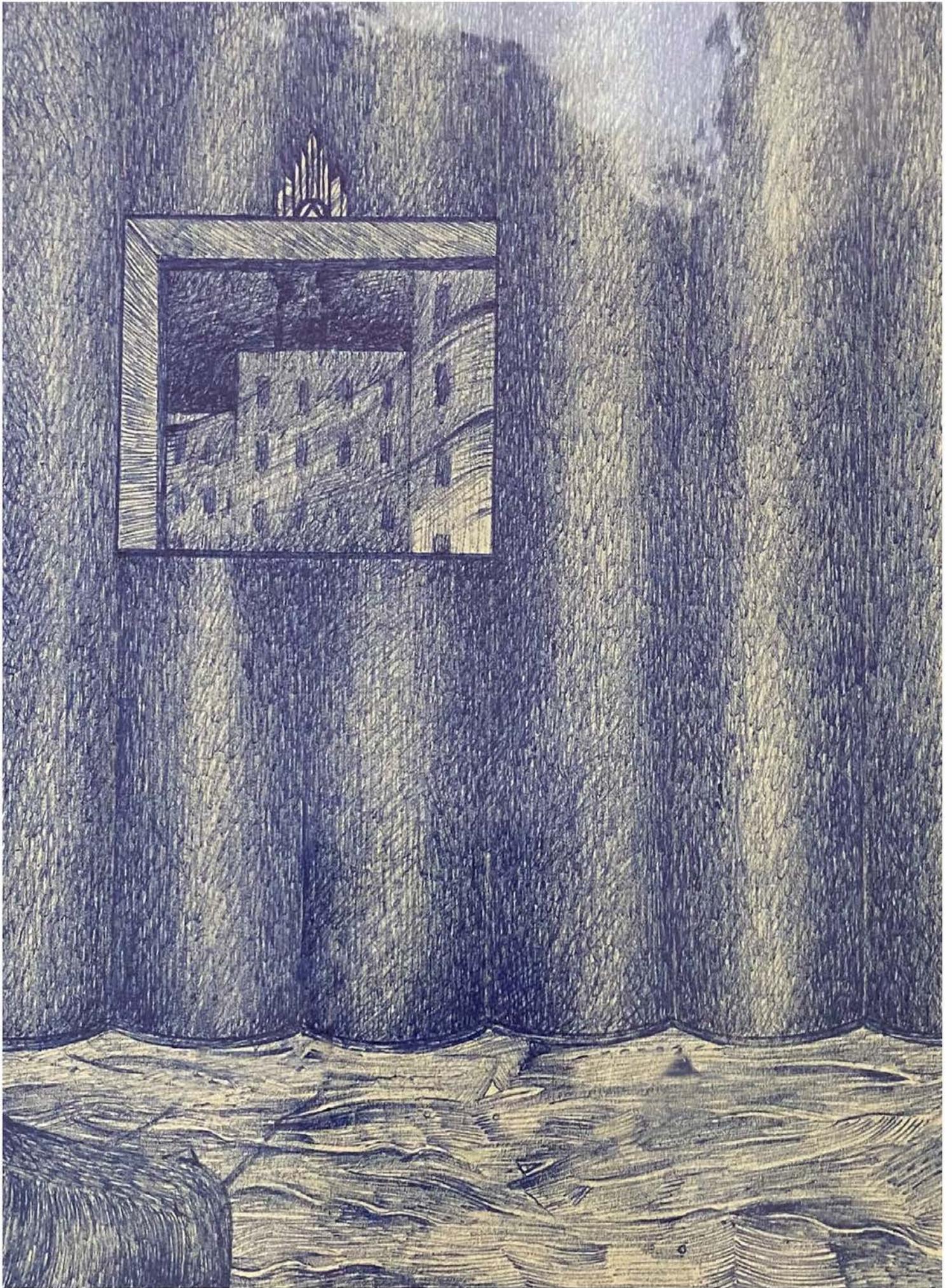
È, quindi, molto più che stanze, queste **Thinking Room**, insondabili come ogni anima e misteriose come il rapporto tra la ragione e la fantasia. Sono luogo nel quale ogni pulsione, ogni spasmo, ogni speranza trova un momento di riflessione, forse anche di quiete, perché in Lynch nulla è certo e definitivo, e niente è come si potrebbe immaginare, a cominciare dalla

**geometria scultorea della grande sedia in legno – che campeggia al centro degli spazi progettuali –, dai sette cilindri dorati, dal soffitto a volta con tubi di metallo e dalle aperture sull'esterno, vuoi che siano finestre o semplici schermi.** E non è certo un caso che queste stanze destinate al pensiero siano **avvolta nel velluto blu.**

**Commenta Antonio Monda:** *“Inconfondibile e inimitabile, il linguaggio cinematografico di David Lynch segue l'andamento dei sogni e degli incubi, e in entrambi i casi una lettura razionale si rivela incompleta e fallace. Il linguaggio che usa, invece, nelle conversazioni private ha il rigore dell'approccio scientifico e l'intelligenza del distacco e dell'ironia. Il motivo di questa diversità è nella meditazione trascendentale che pratica quotidianamente, e la Thinking Room ne rappresenta la sintesi perfetta: un luogo immerso nel velluto blu, nel quale è possibile perdersi per poi ritrovarsi e decidere se chi ha offerto quell'opportunità sia l'artista o l'uomo, ammesso che ci sia una differenza”.*

Aggiunge **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano:** *“Abbiamo scelto di lavorare con un maestro del cinema come David Lynch per la sua capacità di condurci in un altro mondo, misterioso e straniante. Entrare nella sua Thinking Room sarà come varcare la soglia di una stanza che è in realtà un mondo altro, uno spazio interiore. Cosa sono in fondo il design, e l'arredo in particolare, se non la ricerca e la creazione - attraverso il disegno, la funzione e i materiali - di oggetti che arredino una casa, o anche solo una stanza, che ci facciano sentire sicuri nel nostro inconscio?”.*

**Lombardini22**, gruppo leader nello scenario italiano dell'architettura e dell'ingegneria, ha progettato il **masterplan del posizionamento e l'impianto architettonico del perimetro curvilineo che conduce all'opera di David Lynch.** Quello che Lombardini22 ha disegnato è lo “scrigno di un diamante”, un lavoro tecnico e di layout, ideato in modo che l'allestimento del grande regista americano sia chiaro, di impatto e coerente con le altre aree e della Manifestazione. Il perimetro curvilineo è costituito da un sipario bordeaux che conduce all'area di 50 metri quadrati dedicata all'opera di David Lynch. Il progetto è stato condotto in collaborazione il **Piccolo Teatro di Milano**, che ha tradotto in scena gli affascinanti immaginari e i pensieri artistici di Lynch, realizzando materialmente le sue Thinking Room. Secondo un processo di lavoro sviluppatosi dinamicamente lungo differenti direttrici e in più fasi, in grado di unire il piano tecnico-operativo a quello creativo, **il Piccolo Teatro ha dato forma alle indicazioni e alla visione del geniale regista cinematografico**, ideatore dell'esperienza immersiva di una “stanza del pensiero”.



Sketch "Interiors by David Lynch. A Thinking Room" @David Lynch



Salone  
del Mobile.  
Milano

# All You Have Ever Wanted to Know About Food Design

**EuroCucina celebra il cibo come simbolo e fenomeno culturale, esempio di resilienza e adattabilità, fonte di emozione e meraviglia, materia di progetto tra passato, presente e futuro.**

*Al centro di EuroCucina, un grande spazio immersivo e un palcoscenico fluido e accogliente ospiteranno sei autorevoli food magazine che, insieme a performer, artisti, designer e chef da tutto il mondo, presenteranno una visione inedita e originale sul presente e futuro degli ingredienti che la natura ci offre.*

**“All You Have Ever Wanted to Know About Food Design in Six Performances”** è il titolo a cappello di questi progetti che, tra presentazioni, riflessioni, performance, esposizioni, taste experience, si susseguiranno giorno dopo giorno al centro dei padiglioni di **EuroCucina / FTK, Technology For the Kitchen** per riflettere su cosa sia “cibo” oggi e al centro di quale progettualità di domani si trovi.

A partire dalla consapevolezza che il **cibo è mitologia, filosofia, cultura, spiritualità, folklore** e come tale debba essere conservato, tramandato e re-immaginato, questo programma vuole **aprire il dibattito sulle sfide a cui il cibo mette di fronte il design** e sulle **opportunità che il settore alimentare offre al mondo del progetto**. Attraverso il binomio cibo-progetto, infatti, si aprono molteplici possibilità di indagine: lo stato delle risorse alimentari, la sostenibilità dei processi, le innovazioni in atto, le implicazioni sociali di un atto naturale e culturale allo stesso tempo. L’educazione e l’industria alimentare, l’intero ciclo produttivo e di consumo, la gestione degli scarti possono essere uno **spazio di intervento e di creatività**. Attraverso il food design si possono esprimere l’impegno concreto e radicale, la poesia, la ricerca sperimentale. In fondo, il cibo è un prodotto e un progetto pari ad altri: per questo le sei esperienze vogliono essere un’esortazione a **superare i confini e ad aprire nuove strade per l’avanzare di sperimentazioni in campo alimentare che facciano la differenza per il futuro dell’uomo su questo pianeta**.

I sei food magazine indipendenti provenienti da diversi Paesi presenteranno, dunque, il loro **peculiare punto di vista sulle emergenze dei nostri tempi e sui possibili scenari futuri**, attraverso rappresentazioni realizzate insieme ad artisti, designer, chef e creativi. Le **installazioni** saranno **visitabili per tutto l’orario di apertura**, mentre **le esperienze di food tasting** e **le presentazioni dei progetti e delle visioni editoriali**, che le accompagnano, **si svolgeranno live alle ore 14.30**.

Così, la rivista italiana **L'INTEGRALE** guidata da **Diletta Sereni** metterà in scena “**Mangiare il mare**” con l'**artista visivo Luca Trevisani**, che ne curerà l'allestimento, e lo **chef e scrittore Tommaso Melilli**, che gestirà la *taste experience*. Il mare del futuro è senza pesci: gli umani si troveranno così a esplorare oltre i confini di quel che sono abituati a pescare. Sul palco allora vedremo una cucina-dispensa che sa estrarre il sapore del mare con brodi, succhi e intingoli tratti da specie invasive che hanno soppiantato quelle conosciute. Nel mare del futuro, anche i sassi diventano delle risorse di gusto e nutrimento e le alghe, confinate ai margini della nostra cultura, sono una risorsa ecologica fondamentale – cibo e medicamento.

Il magazine statunitense **FAMILY STYLE**, che presenterà il suo primo numero, racconterà di come i cibi possano essere “**Objects of Affection**” con **Sophia Roe**, chef, food editor e vincitrice del James Beard Award e **Lonneke Gordijn** e **Ralph Nauta**, fondatori dello studio di design **DRIFT** di Amsterdam. Il progetto nasce da un menù creato ad hoc per la rivista dal celebre chef argentino **Francis Mallmann** (suoi nove ristoranti in tutto il mondo, autore di libri di successo, più un milione e duecentomila follower su Instagram, massimo esperto al mondo di cucina *open flame*), a cui Sophia Roe darà vita attraverso una sua personalissima visione e un food design dall'estetica surreale, esplorando, al contempo, la relazione ancestrale che ci lega al cibo e alla sua preparazione. Family Style ha poi affidato allo studio Drift il progetto di un artwork originale per la cover in limited edition di quel numero: i designer olandesi lo creeranno sulla scia del loro ultimo progetto di ricerca sul materialismo, che analizza il modo in cui le persone interagiscono con gli oggetti quotidiani creati dall'uomo. Prodotti di uso quotidiano come automobili, matite o orologi sono ridotti alle materie prime di cui sono composti e poi mostrati sotto forma di blocchi rettangolari.

**THE PRESERVE JOURNAL**, rivista austriaca, collabora con l'artista belga **Grace Gloria Denis** e propone “**Digesting Degrowth – Care, Commons, Frugal Abundance, and Conviviality**” per raccontare come il concetto di “decrescita” (pensiero politico, economico e sociale contemporaneo favorevole alla riduzione controllata, selettiva e volontaria della produzione economica e dei consumi, con l'obiettivo di stabilire relazioni di equilibrio ecologico fra l'uomo e la natura per uno sviluppo sostenibile) si possa collegare e si debba esperire anche in collegamento alla produzione e al consumo di cibo. Attraverso un'esperienza performativa e commestibile si esploreranno in modo creativo alcuni dei principi fondamentali di questa corrente, ossia “cura”, “nutrimento”, “abbondanza frugale” e “convivialità”.

**Louise Long**, fondatrice e guida creativa e editoriale del magazine inglese **LINSEED JOURNAL**, con **Francesca Sarti**, fondatrice dello studio di design **Arabeschi di Latte**, daranno vita a “**A humble gathering**”, un progetto visionario e di forte impatto, che si interroga

sull'abbondanza dei doni della natura, meritevoli di apprezzamento e preservazione. Il viaggio parte dal termine "humilis" che significa, letteralmente, "dalla terra". Di fronte all'aggressione, allo sfruttamento, allo spreco e all'avidità, un appello a essere umili è un appello alla convivenza rispettosa e alla cooperazione fruttuosa anche con la natura. Inoltre, l'humilis, l'humus, l'umile è intriso di potere simbolico, mitologia, filosofia, spiritualità e folklore. Su questo palco, verrà messa in scena una raccolta di ingredienti e materiali naturali "umili", ricette e storie, curiosità culturali ed esperienze sensoriali ricche di fascino.

**"Food Documentary Magazine. Origin - Transformation – Consumption"** è il progetto di **MAGAZINE F**, rivista sudcoreana, che ha coinvolto il visionario ed eclettico food artist statunitense **Bobby Cortez** (già chef privato di Paul Allen, Eddie Murphy, Antonio Banderas, Melanie Griffith e Lady Gaga, che crea grandiose installazioni pop-up per pranzi e cene, in cui fonde design, architettura, arte, fotografia e cucina) per offrire creazioni e degustazioni coinvolgenti e interattive degli ingredienti più amati al mondo. Si converserà, al contempo, sui principali temi della rivista: "Origini" (come e dove un alimento viene coltivato, curato e raccolto), "Trasformazioni" (come la storia, l'economia e la cultura influenzano il modo in cui gli esseri umani agiscono sugli ingredienti per soddisfare bisogni ed esprimere desideri), "Consumo" (come la preparazione e la degustazione degli ingredienti riflette la nostra identità, creatività, curiosità e gioia di vivere).

L'ultimo magazine? Il portoghese **Farta: "All You Have Ever Wanted to Know About Food Design in Six Performances"** svelerà molto presto il progetto.



All You Have Ever Wanted to Know About Food Design. Magazine F con Bobby Cortez, food artist



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Under the Surface

## **“Under the Surface”. Il Salone del Mobile.Milano riflette sull’impronta e il valore della risorsa idrica nella filiera dell’arredobagno con un grande progetto allestitivo.**

*Etica, sostenibilità, tecnologia ma anche potere, fascino e fragilità dell’acqua: tante sono le suggestioni da cui nasce “Under the Surface”, un percorso progettuale ad alto tasso emozionale che si inserisce nel dibattito sul valore della produzione d’arredo responsabile.*

A che punto è il progetto, in particolare il design dell’arredobagno, rispetto alla **sostenibilità idrica**? È possibile supportare aziende produttrici e consumatori nel riconoscere l’urgenza di sviluppare strategie per promuovere la conservazione dell’acqua, l’efficienza e l’uso corretto di tale risorsa? Quali gli strumenti e le tecnologie concrete e attuali a disposizione dell’industria e quali i prodotti che già hanno accolto la sfida? Questi sono solo alcuni dei quesiti da cui la 62° edizione del Salone del Mobile.Milano parte per fare il punto sullo stato dell’arte della produzione di arredobagno attraverso l’installazione **“Under the Surface”, progettata e realizzata da Accurat, Design Group Italia ed Emiliano Ponzi (Salotto NY) e ospitata nel padiglione 10 del Salone Internazionale del Bagno.**

Conscio che la **sfida idrica necessita di un cambio radicale di paradigma e visione**, di una nuova educazione all’uso delle risorse e della presa di coscienza che il cambiamento è già, oggi, attuabile, il Salone ha coinvolto tre professionalità differenti per ragionare insieme sul tema della **relazione positiva e rispettosa con la risorsa naturale più preziosa sulla terra** e sul **ruolo della filiera dell’arredobagno nel guidare verso un uso più consapevole e responsabile dell’acqua**. In una sintesi di visioni, competenze e ispirazioni, la collaborazione tra **Emiliano Ponzi, Accurat, Design Group Italia** si concentra, così, sull’importanza cruciale delle risorse idriche globali, dando forma a un’espressione potente e significativa del ruolo centrale dell’acqua nella nostra vita.

L’installazione prende la forma di **un’isola sommersa**, simbolo dell’acqua come fonte di vita e delle sfide legate alla nostra relazione con essa. Immersa in un mare di riflessi di luce in continuo movimento, l’isola **non è solo un racconto visivo evocativo**, ma anche un **medium per narrare storie di valore** che **aiutino il visitatore a prendere coscienza dell’impatto che le nostre pratiche quotidiane legate all’uso dell’acqua possono generare. I riflessi di luce**, che si muovono e cambiano incessantemente, sono progettati per **rappresentare**, tra valli e rilievi sommersi, **i dati sul consumo globale d’acqua, trasformando statistiche e numeri in**

**un'esperienza visiva emotiva e coinvolgente.**

All'interno dell'installazione, in bilico tra astrazione e realtà, alcune nicchie offrono uno spazio più intimo e riflessivo. Attraverso **l'uso innovativo di data-visualization dinamica, vengono raccontati i progressi tecnologici e manifatturieri legati alla salvaguardia idrica nel campo dell'arredobagno.** Queste narrazioni visive mostrano come i nuovi prodotti presentati al Salone Internazionale del Bagno **siano progettati per ridurre il consumo di acqua, sia nella loro produzione sia nell'uso quotidiano.** La scelta di utilizzare il linguaggio intuitivo della data-visualization permette ai visitatori di comprendere immediatamente l'impatto positivo di queste innovazioni, **trasformando dati complessi in informazioni facilmente accessibili** e visivamente accattivanti al fine di far comprendere l'importanza della loro adozione per un futuro più sostenibile.

Commenta il team di progettisti: *“Under the Surface” racconta la complessità del mondo in cui viviamo, dove non è più possibile analizzare solo la superficie delle cose ma è necessario andare a fondo. Guardare e guardarsi in profondità è l'unico modo per capire qualcosa, imparare qualcosa, diventare persone e consumatori migliori*”. Conclude **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano:** *“Abbiamo scelto di affrontare i temi della sostenibilità e del risparmio idrico che sono centrali per l'evoluzione dell'ambiente bagno. Una stanza della casa che si è profondamente trasformata: da luogo di servizio a salotto umido. Qui piccoli gesti quotidiani in rapporto ad oggetti disegnati e prodotti con intelligenza possono fare la differenza. Con l'installazione “Under the surface” ci immergeremo sotto la superficie di questo delicato equilibrio con l'acqua. Visualizzando in modo poetico i dati del settore, e descrivendone le problematiche, racconteremo come saper collegare conoscenze, competenze e tecnologie sia importante per generare progetti e prodotti che migliorino la vita perché rispettosi dell'ambiente. Oggi, più che mai, dobbiamo essere consapevoli dell'influenza delle nostre scelte quotidiane sul futuro”*.

**“Under the Surface”** dimostra, così, che possiamo immaginare un altro modo di realizzare prodotti in complicità con la natura, senza continuare a consumare risorse idriche ma attivando percorsi ecologici virtuosi.





Salone  
del Mobile.  
Milano

# SaloneSatellite

## **Connecting Design since 1998. Il SaloneSatellite celebra 25 anni di connessioni e relazioni tra talenti, culture e progetti.**

*Dal 16 al 21 aprile, presso il quartiere Fiera Milano di Rho nei Padiglioni 5-7, va in scena la 25° edizione del SaloneSatellite, l'appuntamento più autorevole del "giovane" design, occasione d'incontro e confronto tra talenti in erba e le migliori aziende italiane ed estere che trovano nella Manifestazione un momento unico per intravedere gli sviluppi della progettualità a venire.*

Era il 1998. Il Salone del Mobile, con l'espansione nei nuovi padiglioni del Portello, andava a occupare l'intera superficie di Fiera Milano, aggiungendo il Padiglione 9, con un'apertura diretta al pubblico. Destinato ad accogliere gli eventi espositivi collaterali, ma soprattutto una novità: il **SaloneSatellite**. Un **nuovo spazio che avrebbe ospitato 65 giovani espositori provenienti da tutto il mondo e un gruppo di scuole di design internazionali**. *"Abbiamo messo in orbita questo SaloneSatellite" – si legge nel catalogo di quella prima edizione – "perché crediamo nei giovani e nel futuro che essi rappresentano. Il design, che è avanguardia per antonomasia, ha bisogno di luoghi di riferimento e di incontri. E quale luogo più adatto, per comunicare il design giovane, se non il Salone Internazionale del Mobile di Milano?"*.

Una visionaria dichiarazione di intenti, che resta valida ancora oggi, nel **25° compleanno del SaloneSatellite**, con un'edizione che conta circa **600 partecipanti da 37 Paesi e 22 Scuole di Design e Università internazionali da 13 Paesi**. Tra cui, per la prima volta, *Prince Sultan University* dall'Arabia Saudita, *Belgrade Business and Arts Academy of Applied Studies* dalla Serbia, *Michael Graves College* dagli Stati Uniti e *Xi'An Jiaotong-Liverpool University* dalla Cina. Oltre a un'inedita collaborazione fra Cometa di Como e i CMQ - Campus des métiers et qualification francesi, per un progetto che sarà lanciato proprio dal SaloneSatellite 2024, ospitato per questa edizione nei **padiglioni 5 - 7 della Fiera di Rho**.

*"Incredibile, 25 anni!", esclama Marva Griffin Wilshire, Fondatrice e Curatrice del SaloneSatellite. "Mi sembra solo ieri che Manlio Armellini – all'epoca AD di Cosmit, Comitato Organizzatore del Salone del Mobile Italiano – dopo le nostre conversazioni sui giovani designer, mi affidò l'incarico di organizzare un evento dedicato a loro, all'interno del quartiere fieristico".* Da allora, questa vicinanza con gli imprenditori delle maggiori aziende riunite al Salone del Mobile.Milano, ha sancito proficue collaborazioni consegnando decine di designer debuttanti al loro percorso professionale e alla riconoscibilità internazionale.

**Una mostra, alla Triennale Milano**, ripercorrerà la storia di questo avamposto di connessioni e scoperte. A curarla, due professionisti che hanno già celebrato con Marva Griffin Wilshire, gli anniversari dei 10 anni (con la mostra “Avverati. A Dream Come True”, Fiera Milano, Rho, 2007) e dei 20 (“SaloneSatellite 20 Years of New Creativity”, Fabbrica del Vapore, 2017): **Beppe Finessi**, e **Ricardo Bello Dias**, che con il suo studio firma anche gli allestimenti fieristici fin dall’ormai mitica prima edizione. **La mostra inaugurerà il 16 aprile e resterà aperta fino al 28, una settimana oltre la chiusura del Salone del Mobile.Milano.**

Tornando alle anticipazioni dell’attesa edizione di quest’anno, come di consueto, per premiare e incentivare i designer più meritevoli, non poteva mancare il **SaloneSatellite Award – 13<sup>a</sup> edizione**. La Giuria di esperti del settore, presieduta sempre da **Paola Antonelli**, Senior Curator in the Department of Architecture and Design del MoMA (New York), valuterà i progetti candidati dagli espositori 2024, raccolti in una mostra all’interno dei padiglioni 5 - 7. Conosceremo i nomi, nella Cerimonia che si svolgerà nel primo pomeriggio di mercoledì 17 aprile.

In un allestimento completamente rinnovato, grazie alla collaborazione con Teckell, sarà creata anche un’area giochi per un **match di ping-pong** tra i designer ex SaloneSatellite e i nuovi partecipanti. Chi vincerà?



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Universo Satellite

**“Universo Satellite”: in Triennale, il racconto di uno spaccato di storia del progetto tra dialoghi e relazioni, giovani, scuole e comunicazione, schizzi, prototipi e prodotti.**

*Il progetto espositivo, a cura di Beppe Finessi e allestito da Ricardo Bello Dias, ripensa all'intera storia della Manifestazione senza cadere nella trappola della mera carrellata di oggetti: al contrario, porta in scena il meraviglioso e complesso rapporto tra il mondo della produzione e questi giovani talenti, che da luoghi differenti del mondo hanno portato idee nuove nel design e nell'universo domestico.*

Dalla fondazione nel 1998, **il SaloneSatellite** è il luogo della creatività per antonomasia. Divenuto, con il tempo, un “Universo” a sé, pur rimanendo perfettamente integrato al Salone del Mobile.Milano, l'evento vive una piena autonomia e mostra una forte e originale identità. E mentre festeggia la sua 25° edizione nei padiglioni 5 e 7 della Fiera di Rho, alla **Triennale di Milano** si potrà visitare la mostra **“Universo Satellite” (16-28 aprile)**, curata da **Beppe Finessi**.

Negli spazi dell'istituzione verranno esposti **tutti gli ingredienti di quella ricetta, ancora oggi imbattuta**, firmata **Marva Griffin Wilshire**, che l'ha ideata e fatta diventare un vero e proprio **Universo**, assolutamente “centrato” intorno a un'idea forte, al contempo unitaria e sfaccettata, fatta di persone, dialoghi e relazioni, giovani soprattutto (e perciò anche di scuole), e ovviamente dei progetti da loro presentati (e mostrati a un grande pubblico) nella speranza di incontrare imprenditori e aziende interessate a quei primi cimenti.

Ma se al SaloneSatellite i giovani progettisti portano soprattutto prototipi delle tipologie più disparate con un'evidente attenzione al mondo dell'arredo, la **mostra allestita in Triennale non sarà una semplice esibizione di oggetti** perché gli esiti della Manifestazione travalicano il successo dei progetti in sé – di una lampada, di una sedia, di un vaso. Il SaloneSatellite ha generato, infatti, **incontri, sodalizi, relazioni, dialoghi**; ha **aperto nuove direzioni linguistiche e contribuito a scrivere i nuovi linguaggi del design internazionale**; ad alcuni ha suggerito di fondare **la propria azienda o il proprio laboratorio**; ha **accolto creativi** che nel corso del tempo si sono affermati anche in ambiti complementari a quello del *furniture* e del *product design*; ha ospitato alcune centinaia di scuole che hanno presentato il loro modo di intendere **l'attività didattica nella formazione dei designer**.

Una mostra come una **grande Wunderkammer** dove non brillano solo gli oggetti!



Photo Archivio: SaloneSatellite



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Progetto di Comunicazione

**Publicis Groupe, con la curatela scientifica di Paolo Ciuccarelli, firma l'innovativa campagna di comunicazione del Salone del Mobile di Milano in cui l'AI plasma contenuto e contenitore.**

*Innovativa e specchio della dinamicità delle conversazioni di cui la community del design si nutre: la nuova campagna di comunicazione del Salone è una mappa che si muove e si trasforma per essere sempre attuale, conservando, allo stesso tempo, memoria del passato, perché dalla stratificazione temporale dei contenuti possano emergere tendenze e pattern.*

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, Fondatore del DensityDesign Lab al Politecnico di Milano e direttore del Center for Design a Northeastern University, 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** racconta, dunque, il Salone del Mobile.Milano da una prospettiva inedita e multidimensionale **fondendo insieme arte, design e tecnologia.**

Grazie ai processi *AI-driven* sono stati, in un primo tempo, **intercettati i dibattiti e analizzate le conversazioni che hanno animato la design community dalla scorsa edizione fino a oggi.** Le voci dei brand, dei progettisti, dei design lover e dei visitatori della Manifestazione sono state visualizzate secondo tre parametri: la **dualità emozionale/razionale** (il design è ragione o emozione?); l'articolazione tassonomica dei due poli (categorie); il bilancio del sentiment degli attributi nelle categorie. Le riflessioni più significative sono state incanalate in una **piattaforma fluida che ha ridato un primo artwork capace di rappresentare visivamente questo dialogo estensivo.**

In una seconda fase invece, il **campo di ascolto si è ristretto e raffinato: al primo ascolto bottom-up, pubblico,** si aggiunge un secondo passaggio “**esperto**”, in cui sono stati prima definiti gli attori – usando i principali award come filtro, sono stati individuati oltre 2.500 progettisti che hanno ricevuto uno o più premi – **per andare a raccogliere le loro (o su di**

**loro) conversazioni**, poi **elaborate e visualizzate** applicando lo stesso approccio della prima fase. Si è così aggiunto alla conversazione pubblica un **livello di competenza assoluta**, con una visione professionale. I contributi di questi innovatori arricchiscono così il nuovo key visual che racchiude un discorso più ampio, capace di dare una forma nuova al dialogo sulla cultura del design.

Infine, **nella terza fase**, all’ascolto “da lontano” delle conversazioni pubbliche e a quelle mediate dagli “esperti” si aggiunge l’osservazione più ravvicinata, in senso spaziale e temporale, ossia l’ascolto sul campo, che si confronta direttamente con il pubblico e la comunità del Salone del Mobile.Milano durante la Manifestazione, online e offline: un ascolto “qui e ora”, in tempo reale, per leggere l’impatto dell’evento e integrarlo con ciò che emerge dalle conversazioni precedenti.

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 il potere innovativo 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.

*“Il Salone ha abbracciato una proposta audace, che mescola i metodi della ricerca scientifica con il linguaggio della comunicazione visiva, costruendo un immaginario per la prima volta data-driven, visivamente astratto e insieme concreto nel suo sintetizzare e mettere a disposizione gli elementi chiave del discorso collettivo sul design”* commenta **Paolo Ciuccarelli**. *“Il protocollo di analisi adottato assume il web come proxy delle comunità del design, lasciando in prima istanza che siano le conversazioni stesse a indicare gli attori rilevanti e i temi emergenti, per poi indirizzare l’ascolto in una seconda fase verso le voci selezionate dal filtro dei premi internazionali, bilanciando l’approccio ‘dal basso’, con quello curatoriale. Il dualismo emozionale/razionale, rosso/blu, definisce il campo visivo e cromatico della campagna, scandito dalle categorie elaborate nel dialogo con l’intelligenza artificiale e dal sentiment associato ai termini sottostanti; un protocollo che guarda prima al passato recente (dal Salone precedente a oggi), per dare una base solida alla lettura della narrazione corrente, durante il Salone, e abilitare riflessioni e progettualità per il futuro, del design e delle comunità che lo rappresentano”*.



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Osservatorio del Salone del Mobile

## **Salone del Mobile, un ecosistema studiato e analizzato in termini di impatto sociale, economico e culturale dal Politecnico di Milano.**

*La settimana del Salone del Mobile è un fenomeno unico al mondo che val bene l'indagine a base scientifica promossa dalla Manifestazione e realizzata dal Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, in collaborazione con la sua Scuola del Design e con il Comune di Milano, per comprenderne prospettive e impatti organizzativi, economici, culturali, sociali e professionali sulla città.*

Il **Salone del Mobile.Milano** è un evento di portata globale, **un sistema di connessioni, creatività e innovazione** che, ogni anno, per una settimana, nel mese di aprile, attrae oltre 300mila persone: si tratta di imprenditori, giornalisti, collezionisti, intellettuali, critici, designer, architetti, creativi, lavoratori della conoscenza, cultori del bello. Si ritrovano in un luogo che li accoglie con una rete di opportunità, un palcoscenico stimolante che trasmette positività, entusiasmo, intraprendenza, emozione. Nonostante ciò, a oggi, l'interazione tra il Salone e tutto ciò che è nato attorno alla Manifestazione, così come il loro impatto su Milano, non sono mai stati studiati in modo razionale ed esaustivo, in una parola scientifico.

Partendo da questa consapevolezza, il Salone del Mobile.Milano **ha commissionato al Dipartimento e alla Scuola del Design del Politecnico di Milano, una ricerca** per esplorare in profondità questa relazione e promuovere una maggiore sostenibilità, inclusione e circolarità durante quella settimana. Nelle intenzioni della Manifestazione e del Politecnico, questa sarà **un'indagine completa e multidisciplinare di un fenomeno che coinvolge le istituzioni pubbliche e i principali stakeholder del settore design**, ciascuno con il proprio sistema di governance interna ed esterna. I tavoli di lavoro che coinvolgono moltissimi attori si sono aperti proprio in questi giorni.

Afferma **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**: *“Abbiamo avvertito la profonda necessità di indagare l'impatto culturale, sociale, economico, nonché l'influsso in termini di crescita, legacy e di trasmissione di competenze che la settimana del Salone del Mobile innesca. Questo ecosistema così complesso e multiforme non è mai stato misurato nella sua totalità. Abbiamo scelto Politecnico, un partner autorevole e “super partes”, che potesse analizzare con rigore scientifico e ri-raccontare con i dati giusti questo fenomeno unico al mondo, evidenziandone l'influenza sul contesto cittadino a breve, medio e lungo termine. Grazie alla collaborazione con il Politecnico e sotto l'egida del Comune di Milano, ci siamo posti come obiettivo la fondazione 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”.*

Il progetto di ricerca intende **indagare il Salone-come-ecosistema** attraverso una chiave interpretativa originale, per approfondire il fenomeno nella sua portata socioeconomica sul territorio, grazie alla raccolta e all’analisi di nuovi indicatori, oltre che tramite riflessioni collettive e plurali degli stakeholder attivi sulla scena. Questa prima operazione, che si svolgerà nel corso del 2024, porrà le basi per un futuro **Osservatorio del Salone del Mobile, una piattaforma permanente dedicata a identificare opportunità e sfide che interessano il Salone del Mobile.Milano e la città.**

Dichiara **Donatella Sciuto, Rettrice Politecnico di Milano:** *“Essere in una città dinamica e creativa come Milano, significa assumersi – in quanto centro di conoscenza e di formazione – la responsabilità di capirne i fenomeni più significativi, tra cui, certamente, la settimana del Salone del Mobile.Milano. Il Politecnico, in questo progetto, agirà come connettore e facilitatore tra gli attori dell’ecosistema design (e non solo), per costruire – insieme – visioni e scopi comuni. È l’esempio di una buona pratica che attiva il dialogo tra istituzioni, accademia, società e cultura per una crescita sostenibile e responsabile”.*

L’Osservatorio potrà influire sulle future decisioni riguardanti la settimana dedicata all’arredo, al design e alla cultura del progetto per renderla più sostenibile, inclusiva e dialogante con Milano e le sue attuali politiche. L’indagine si avvarrà di una metodologia di ricerca mista, basata su analisi di basi dati eterogenee fornite da soggetti privati e pubblici, un processo di coinvolgimento degli stakeholder e un’attività di monitoraggio e osservazione condotta dalla Scuola del Design. I risultati verranno raccolti in un report finale dal format divulgativo, la cui pubblicazione è prevista per la fine dell’anno.

Concludono i professori **Stefano Maffei e Francesco Zurlo:** *“Il Salone-come-ecosistema è un unicum al mondo e vanta molti tentativi di imitazione. È un fenomeno corale che coinvolge attori e risorse per creare, ogni anno, nuova conoscenza su tecnologie, stili, comportamenti, espressioni della bellezza. Il Politecnico, con un approccio metodologico e un’attitudine design driven, vuole mettere a sistema dati e informazioni e innescare, orientandole, conversazioni tra stakeholder per conoscere meglio il fenomeno al fine di aiutare gli operatori e le istituzioni, in primis il Salone, ad accrescerne sostenibilità e bellezza”.*



Salone  
del Mobile.  
Milano

Partner

## Salone del Mobile.Milano 2024: le partnership

*Aggiungendo nuove partnership e consolidando quelle già avviate, il Salone del Mobile.Milano promuove e sostiene idee e progetti di condiviso valore, capaci di intrecciare creatività, sostenibilità e savoir-faire.*

Se la 62° edizione del Salone del Mobile.Milano si presenta come un ecosistema, questo approccio si riflette anche nella selezione, o conferma, delle partnership che entrano a far parte della Manifestazione per offrire un'esperienza di visita unica e originale a 360° gradi. Per la prima volta con il Salone del Mobile.Milano, **Aesop**, azienda australiana di formulazioni per la cura del viso, capelli e corpo, nata a Melbourne nel 1987, condivide con la Manifestazione l'interesse nei confronti di un design sostenibile e intelligente. Il suo approccio avanguardistico e sensibile a spazi e oggetti è sempre stato parte integrante del marchio, fedele alla convinzione che poche cose favoriscono una vita ben vissuta più di un design ben ragionato, tema che sarà anche il focus del talk che il brand terrà proprio nell'arena "Drafting Futures" al Salone.

Avviata nel 2017, la partnership istituzionale tra **Intesa Sanpaolo e il Salone** prosegue nel segno dell'arredo e del design. Il maggior gruppo bancario italiano, valorizzando il tessuto imprenditoriale del Paese e accompagnando le imprese di tutta la filiera nel loro percorso di crescita sostenibile, rinnova così il supporto al settore del mobile, dell'arredo e del design italiano, fiori all'occhiello del Made in Italy, con l'obiettivo di supportare una filiera fondamentale per l'economia del Paese incentivandone con strumenti ad hoc per le imprese i percorsi di digitalizzazione, riduzione dell'impatto ambientale e sviluppo delle attività all'estero.

**Official Time Keeper** del **Salone del Mobile.Milano**, **Panerai**, lo storico marchio di orologi di lusso che coniuga design italiano e tecnologia svizzera, rafforza la sinergia con la Manifestazione e la città di Milano, quale capitale internazionale del design con due touchpoint che ne evidenziano la meticolosa tecnicità, il valore estetico e lo spirito innovativo. In Fiera, affacciato su Corso Italia, un innovativo pop up ripercorre la storia del brand fiorentino attraverso una timeline e una sequenza di immagini storiche con un allestimento che riflette i concetti di dinamismo e competizione, centrali nello storytelling della Maison per il 2024. In città, invece, Casa Panerai, recentemente inaugurata in via Montenapoleone, sarà palcoscenico di una serie di eventi, offrendo ai visitatori un'esperienza unica.

Ultradecennale la collaborazione con **Piquadro**, che riafferma la condivisione di valori

legati al mondo del design e della sostenibilità. Marchio italiano di prodotti tech-design per il lavoro, il viaggio e il tempo libero, nato nel 1998 e con presenza in 50 paesi, ha raggiunto un posizionamento ben definito ispirato ai valori di design e performance. Per la difesa dell'ambiente e per l'impegno a favore del territorio, il marchio ha recentemente ottenuto il Corporate Standard Ethics Rating (SER) "EE-", importante riconoscimento che indica un'adeguata conformità agli standard di sostenibilità, come anche l'utilizzo di pellami provenienti da filiera responsabile certificata Leather Working Group – LWG, e tessuti tecnologici di ultima generazione tutti riciclati.

Undicesimo anno per la collaborazione con **Ca' del Bosco**, eccellenza vinicola italiana in ambito internazionale, che quest'anno si presenta, sempre nel centrale asse di Corso Italia con uno stand istituzionale di 190 metri quadrati, rinnovato e ispirato nei materiali, nei colori e nella modernità dello stile da alcuni spazi della cantina recentemente inaugurati. Una conferma della stima reciproca e dei valori che legano Ca' del Bosco al Salone: passione, stile, inventiva, genialità, innovazione che si accompagnano all'artigianalità e alla tradizione. Per gli appassionati l'esperienza si completa con la possibilità di degustare i vini di Ca' del Bosco in abbinamento a proposte gastronomiche di altrettanta qualità.

Oltre al sostegno e alla passione per il design, **S.Bernardo** e Salone del Mobile.Milano, in partnership dal 2019, condividono anche l'imprescindibilità della transizione ecologica. Con l'impegno a diventare CO2 impatto zero entro il 2026, l'azienda ha messo già in atto strategie concrete per ridurre il suo impatto, ricorrendo all'energia pulita di un parco eolico che alimenta oltre la metà delle attività dell'impianto di Garessio. Inoltre, la promozione e l'utilizzo di packaging ecologici, come le bottiglie in vetro a rendere, quelle in RPET 100% riciclato e riciclabile – come Ely, la bottiglia elicoidale, ispirata alla colonna tortile presente al Salone insieme all'iconica "Gocce", disegnata da Giorgetto Giugiaro – e le lattine in alluminio completano il suo approccio sostenibile.

Altra partnership consolidata è quella con **illycaffè**, leader globale del caffè di alta qualità sostenibile, che sarà presente in vari punti della Manifestazione, dal Caffè della Stampa alla Red e International Business Lounge, accompagnando designer, buyer e giornalisti alla scoperta e degustazione dell'unico blend illy 100% Arabica durante i momenti di pausa.

Rinnovata per il terzo anno consecutivo, invece, la collaborazione con **Radio DeeJay, Radio Capital e m2o** che tornano con il loro truck nel quartiere fieristico, in Corso Italia, raccontando in diretta cosa succede e come si vive il Salone. Per tutta la settimana del Salone il truck sarà la redazione da dove verranno trasmessi live alcuni dei programmi del

palinsesto: musica, intrattenimento e informazione si alterneranno alle tante voci di espositori, designer, architetti e visitatori coinvolti quotidianamente dai dj e conduttori.

Torna anche **Highsnobiety** al Salone del Mobile.Milano con il progetto multicanale “Not In”, una serie che celebra le capitali culturali di tutto il mondo. Not In Milan presenta sei pezzi ready-to-wear che valorizzano la ricca eredità della Manifestazione. Dopo il successo, lo scorso anno, della **T-Shirt Icons**, la nuova collezione proporrà una **camicia stampata, una felpa grafica e vari accessori**. Highsnobiety è un brand dedicato a una nuova generazione di pionieri culturali, la cui missione è scoprire e promuovere il meglio che la cultura ha da offrire, mettere in contatto le persone attraverso lo stile e allargare la community di creators emergenti. Sempre all'avanguardia, Highsnobiety si dedica alla scoperta di ciò che verrà.

Infine, ma non da ultimo, si conferma anche quest'anno la collaborazione con **Fuorisalone**, che **valorizzerà la visibilità degli espositori** attraverso **una strategica presenza sulla mappa di Fuorisalone.it**. La mappa non solo **evidenzierà gli eventi degli espositori in città**, ma offrirà anche **indicazione sul padiglione**, rendendo così più agevole per i visitatori individuare e raggiungere gli stand degli espositori direttamente in fiera, creando un ponte efficace tra gli eventi cittadini e l'esperienza in fiera.



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Conferenza Stampa Note

## Da Darwin ai Giganti del mondo del progetto.

Quest'anno, la conferenza stampa del Salone del Mobile.Milano si è aperta e conclusa con due momenti speciali. Un prologo performativo come momento di riflessione sul concetto di "evoluzione" e le parole di uno dei più radicali interpreti del mondo del progetto, Andrea Branzi. Due occasioni per "leggere" un presente in corsa con il futuro.

### Sotterraneo. I Think

Ad aprire la conferenza stampa del Salone del Mobile.Milano quest'anno è stata "I think", una performance commissionata a Sotterraneo, una produzione di Piccolo Teatro di Milano – Teatro d'Europa per Salone del Mobile.Milano. Parola chiave: evoluzione. Fondato nel 2005 a Firenze, Sotterraneo, con opere trasversali e stratificate nella ricerca su forme e contenuti, si muove attraverso i formati – dallo spettacolo frontale al site-specific passando per la performance – focalizzando le contraddizioni e i coni d'ombra del presente, secondo un approccio avant-pop che cerca di cantare il nostro tempo rimanendo in equilibrio fra l'immaginario collettivo e il pensiero più anticonvenzionale, considerando la scena un luogo di cittadinanza e gesti quotidiani di cultura che allenano la coscienza critica del pubblico, destinatario e centro di senso di ogni nostro progetto.

*In scena Sara Bonaventura, Claudio Cirri, Radu Murarasu, Daniele Villa.*

### Andrea Branzi. Il Design e la Vita.

Il Salone del Mobile rende omaggio quest'anno ad Andrea Branzi, uno dei maggiori protagonisti della scena del design internazionale con un video inedito - "Il Design e la vita" - realizzato da Luca Cepparo, in cui Andrea Branzi racconta il suo modo di progettare sempre connesso alla vita, al di là della professione o degli ambiti di disciplina. Sequenze sul suo luogo di lavoro e immagini dei suoi progetti, accompagnati da brani estratti dall'intervista di Catherine Rossi per Design in Dialogue, restituiscono la sua capacità di sintetizzare e arrivare al centro delle questioni con profondità e leggerezza.

La famiglia Branzi ringrazia *Abet Laminati, Alessi, Cassina, Fondation Cartier pour l'Art Contemporaine, Friedman Benda Gallery, Galleria Antonia Jannone, Galleria Clio Calvi e Rudi Volpi, Galleria Luisa Delle Piane, Manufacture de Sèvres, Metea, Nemo Lighting, Nilufar Design Gallery, Rotalian*



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Preview Immagini



Preview immagini. Conferenza Stampa  
62° edizione Salone del Mobile.Milano



01  
**Salone del Mobile.Milano**

Salone del Mobile.Milano  
Photo: Delfino Sisto Legnani



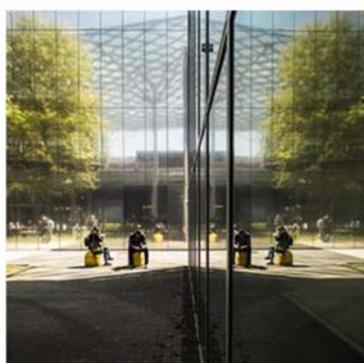
02  
**Salone del Mobile.Milano**

Salone del Mobile.Milano  
Photo: Delfino Sisto Legnani



03  
**Salone del Mobile.Milano**

Salone del Mobile.Milano  
Photo: Delfino Sisto Legnani



04  
**Salone del Mobile.Milano**

Lost and Roll  
Photo: Gianluca Vassallo



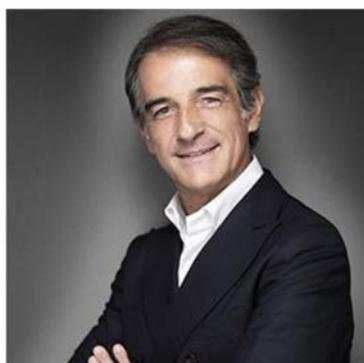
05  
**Salone del Mobile.Milano**

Lost and Roll  
Photo: Gianluca Vassallo



06  
**Salone del Mobile.Milano**

Lost and Roll  
Photo: Gianluca Vassallo



07  
**Claudio Feltrin**

Presidente FederlegnoArredo  
Photo: Courtesy FederlegnoArredo



08  
**Maria Porro**

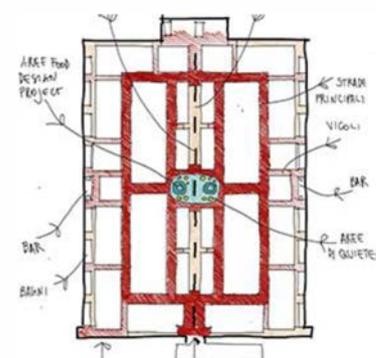
Presidente Salone del Mobile.Milano  
Photo: Guido Stazzoni



09  
**Marco Sabetta**

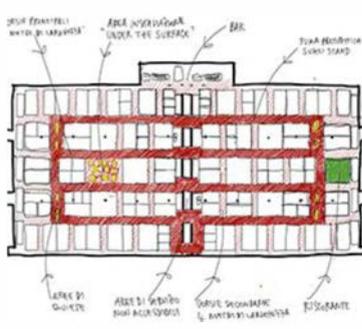
Direttore Generale Salone  
del Mobile.Milano  
Photo: Salone del Mobile.Milano

Preview immagini. Conferenza Stampa  
62° edizione del Salone del Mobile.Milano



10  
**EuroCucina**

Sketch nuovo layout  
Lombardini22



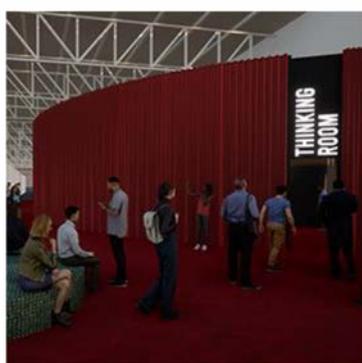
11  
**Salone Internazionale del Bagno**

Sketch nuovo layout  
Lombardini22



12  
**I partner di Lombardini22**

Lombardini22  
Photo: Lombardini22



13  
**Interiors by David Lynch. A Thinking Room**

Vista esterno  
Photo: Lombardini22



14  
**David Lynch**

Photo: Dean Hurley



15  
**Antonio Monda**

Curatore Interiors by David Lynch.  
A Thinking Room  
Photo: Brigitte Lacombe



16  
**Mangiare il Mare**

Progetto de L'Integrale  
Photo: Luca Trevisani



17  
**Mangiare il Mare**

Progetto de L'Integrale  
Photo: Luca Trevisani



18  
**L'Integrale**

All You Have Ever Wanted to Know  
About Food Design in Six Performances

Preview immagini. Conferenza Stampa  
62° edizione del Salone del Mobile.Milano



19  
**Diletta Sereni**  
Direttrice L'Integrale  
Photo: Nicolò Scibilia



20  
**Tommaso Melilli**  
Chef e scrittore  
Photo: Greta Plaintiffano



21  
**Luca Trevisani**  
Artista Visivo  
Photo: Benedetta Stefani



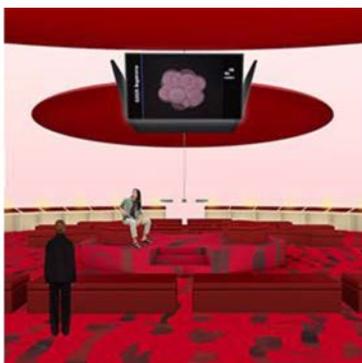
22  
**Under the Surface**  
Sketch  
Photo: Salotto NY



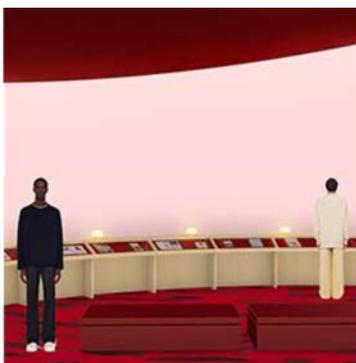
23  
**Under the Surface**  
Render progetto  
Photo: Salotto NY



24  
**Salotto NY**  
Da sx Gabriele Rossi Accurat,  
Gabriel Zangari Design Group Italia,  
Emiliano Ponzi



25  
**Arena "Drafting Futures"**  
Render Progetto  
Photo: Formafantasma



26  
**Bookshop Corraini Mobile**  
Render progetto  
Photo: Formafantasma



27  
**Formafantasma**  
Simone Farresin e Andrea Trimarchi  
Photo: Renee de Groot

Preview immagini. Conferenza Stampa  
62° edizione del Salone del Mobile.Milano



28  
**SaloneSatellite**

SaloneSatellite 2019  
Photo: Ludovica Mangini



29  
**SaloneSatellite**

SaloneSatellite 2022  
Photo: Ludovica Mangini



30  
**SaloneSatellite**

SaloneSatellite 2023  
Photo: Ludovica Mangini



31  
**SaloneSatellite Award**

Photo: Ludovica Mangini



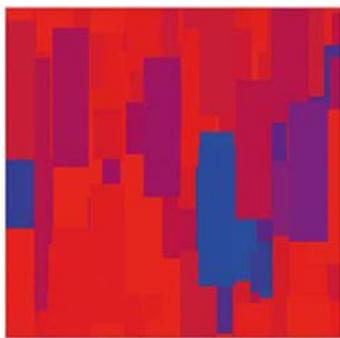
23  
**Marva Griffin Wilshire**

Fondatrice e Curatrice  
SaloneSatellite  
Photo: Gerardo Jaconelli



24  
**Beppe Finessi**

Curatore Universo Satellite  
Photo: Salone del Mobile.Milano



31  
**Campagna di  
Comunicazione 2024**

Salone del Mobile.Milano  
Publicis Groupe



32  
**Paolo Ciuccarelli 2024**

Curatore scientifico  
Campagna di Comunicazione 2024  
Salone del Mobile.Milano

Le immagini per la stampa possono essere utilizzate esclusivamente dai media (stampa, online, TV, radio) nel contesto di riferimento, riportando copyright e indicazioni indicati in questo documento.

[www.salonemilano.it/it/press](http://www.salonemilano.it/it/press)



Salone  
del Mobile.  
Milano

# Contatti



**Ufficio Stampa Salone del Mobile.Milano**

**Marilena Sobacchi**

Responsabile Ufficio Stampa Italia

[marilena.sobacchi@salonemilano.it](mailto:marilena.sobacchi@salonemilano.it)

tel. 02/72594319

**Andrea Brega**

Responsabile Coordinamento Ufficio Stampa

[andrea.brega@salonemilano.it](mailto:andrea.brega@salonemilano.it)

tel. 02/72594629

---

**Luca Adornato**

**Direttore Marketing e Comunicazione**

**Susanna Legrenzi**

Press & Communication Strategy Advisor

**Patrizia Malfatti**

Responsabile Stampa Estero

**Vlatka Selakovic Zanoletti**

Stampa Estero senior support

**Patrizia Ventura**

International Press Incoming

**Massimo Poggipollini**

Segreteria operativa

[www.salonemilano.it/it/press](http://www.salonemilano.it/it/press)