



## **Il Salone del Mobile.Milano 2023 chiude a +15%. Il nuovo format convince operatori, buyer e pubblico.**

**307.418 le presenze alla 61<sup>a</sup> edizione del Salone del Mobile.Milano che, con un +15% rispetto al 2022, sancisce il successo del nuovo format della Manifestazione, confermando la forza catalizzatrice dell'evento.**

**Più di 2.000 i brand espositori**, di cui il **34% da 37 Paesi**, tra cui **550 giovani designer da 31 Paesi e 28 Scuole e Università di design da 18 nazioni**. In termini di **affluenza di visitatori**, le presenze registrate sono state **307.418 (+15% rispetto al 2022)**, in sei giorni, da **181 Paesi**. Particolarmente significativo il **65% di buyer e operatori di settore provenienti dall'estero**. La **Cina** è tornata a essere il primo Paese dopo l'Italia, seguita da **Germania, Francia, Stati Uniti, Spagna con Brasile e India** a pari merito. Oltre **5.400 i giornalisti** accreditati, il 47% dei quali provenienti dall'estero.

*“La 61<sup>a</sup> edizione del Salone del Mobile.Milano è stata un successo internazionale ed è grande la soddisfazione per aver superato le attese. Le presenze rappresentano un risultato eccezionale per il quale abbiamo lavorato duramente, in modo profondo e radicale per dare nuovi sensi e valori alla visita in fiera e nuove esperienze ai visitatori che ci hanno raggiunto”, commenta **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**. “Da questa edizione abbiamo tratto diverse lezioni importanti: abbiamo imparato che si può riprogettare un evento grandissimo come il Salone per traghettarlo nel futuro, che si può vincere la partita della sostenibilità quando tutto il sistema rimane coeso, che si possono immaginare e utilizzare nuovi contenuti per generare conoscenza, crescita, valore. Siamo soddisfatti di come siamo riusciti a mettere al centro il visitatore, che con facilità ha gestito i proprio percorsi e incontrato le aziende desiderate; dell'opportunità data agli espositori di presentarsi e raccontarsi non solo al target di riferimento, ma anche ai nuovi interlocutori con cui sono venuti in contatto grazie al nuovo layout; di aver proposto a chiunque si trovasse in fiera momenti di conoscenza e crescita grazie ai tanti talk e tavole rotonde e alle mostre di Euroluce”, afferma **Porro**. “Abbiamo investito sulla qualità e dimostrato la voglia di continuare a produrre innovazione e ‘raccontare le storie’ delle nostre aziende e dei nostri prodotti. Siamo stati ancora una volta il motore che ha riaperto la città”, conclude **Maria Porro**: “È stato prezioso e irrinunciabile il contributo di ICE, che ci ha supportato nell'apertura verso nuovi mercati come quello indiano o mercati in crescita come quello americano ed è stato cruciale il ruolo del digitale che, in questa settimana come nei mesi precedenti, ha permesso sia di entrare in contatto con nuovi Paesi sia di mantenere saldo il rapporto con chi non ha potuto raggiungerci. Ringrazio tutti per l'impegno: le aziende che si sono messe in gioco e hanno scommesso sulle nuove proposte, gli organizzatori, gli allestitori, i curatori che, insieme, hanno creduto nella Manifestazione. Confidiamo che tutti abbiano percepito l'entusiasmo e la volontà di offrire un'esperienza nuova, globale e consapevole, in cui quello che ha contato sono le idee e lo scambio culturale,*



*consci che pensare al futuro e anche alle nuove generazioni con il SaloneSatellite sia la via per costruire valore nel tempo”.*

Un significativo riconoscimento all'importanza e alla qualità di questa edizione del Salone e dell'intero settore è arrivato anche dalla presenza di alte autorità governative e istituzionali, tra cui il **Presidente del Consiglio, Giorgia Meloni**. Presenze importanti che testimoniano quanto la Manifestazione rappresenti uno dei principali motori dell'economia italiana, un modello per raccontare l'eccellenza del design nel mondo e attrarre talenti internazionali. Il decisivo supporto di **Agenzia ICE e Simest**, oltre a confermare il valore internazionale della Manifestazione, si è concretizzato con l'invito di oltre **220 buyer e 240 giornalisti** provenienti **da 64 Paesi** che hanno avuto l'opportunità di incontrare le aziende espositrici. Importante anche la stretta collaborazione con **Fiera Milano** che ha contribuito alla realizzazione di questo evento.

*“Gli espositori hanno investito bene le loro risorse, i visitatori hanno investito bene il loro tempo. Lo dicono i numeri, lo dice l'entusiasmo che si è respirato durante la settimana e lo dice la massiccia presenza della stampa e delle istituzioni con cui abbiamo condiviso temi fondamentali per il legno-arredo come formazione, internazionalizzazione, sostenibilità e filiera corta con legname made in Italy”.* **Claudio Feltrin, Presidente di FederlegnoArredo** sintetizza così il successo del Salone del Mobile.Milano che *“si è confermato ancora una volta come l'unica fiera del design, che vanta la maggioranza di espositori italiani, capace di attirare visitatori, in maggioranza stranieri: il risultato migliore che certifica il valore del nostro saper fare. Ma quest'anno, lasciatemelo dire, al di là dei numeri e dell'evidente soddisfazione di tutti, il risultato di cui dobbiamo andare più fieri – aziende e Salone – è quello di aver fatto una scelta strategica vincente, pensando a EuroLuce come a un modello di fiera innovativo e molto democratico, apprezzato da espositori e visitatori, a cui ci ispireremo non soltanto noi per l'appuntamento di aprile 2024, ma a cui, sono convinto, si ispireranno tutte le fiere del mondo. Ma nel mondo solo il Salone è Salone”.*

L'estrema attenzione alla **componente sostenibile**, sia a **livello di organizzazione e gestione della Manifestazione** – che porterà il Salone a essere la prima Manifestazione fieristica di settore a ricevere **la certificazione ISO 20121** per la gestione sostenibile degli eventi – sia a livello di ricerca e proposta di valore e di soluzioni concrete e già attuabili – presentate dagli allestimenti delle mostre di EuroLuce, dal SaloneSatellite e da moltissimi espositori – hanno reso il Salone un palcoscenico internazionale per nuove idee imprenditoriali e soluzioni tecnologiche capaci di contribuire al benessere dell'uomo, alla tutela dell'ambiente, della casa e all'utilizzo più efficiente delle risorse, in linea con i **Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite**.

Successo di pubblico per le mostre **The City of Lights**, curate da **Beppe Finessi**, che ha trasformato **EuroLuce** (il cui nuovo format espositivo è stato firmato da **Lombardini22**) in un continuum spazio-temporale fatto di attività creative pluridisciplinari connesse alla luce: un'occasione di scoperta, di riflessione sul passato e sul futuro, luogo di dialogo fra tecnologia e poesia, architettura e design. Moltissimi gli apprezzamenti espressi agli autori coinvolti – **Hélène Binet, Massimo Curzi, Matteo Pirola, From outer Space, Martina Sanzarello, Michele**



**Calzavara e Berfu Bengisu Gören** – che, con le loro diversità progettuali, linguistiche ed estetiche hanno permesso al visitatore di vivere esperienze “luminose”, talvolta anche contraddittorie. Oggetti, fotografie, disegni, sculture, video, ma anche il segno forte del maestro **Maurizio Nannucci** sono stati i protagonisti di **una grande installazione site-specific e sei grandi mostre**, tra cui **Costellazioni, con i suoi sette singoli intermezzi architettonici e allestitivi progettati da Formafantasma**. Largo consenso e grandissimo boom di presenze nell’Arena Aurea (progetto di Formafantasma), per il **public program** curato da **Annalisa Rosso** con **Shigeru Ban, Nao Tamura, Kjetil Trædal Thorsen e Marius Myking di Snøhetta, Andrea D’Antrassi di MAD Architects** e per la lezione del maestro **Gaetano Pesce al SaloneSatellite**, segno che il desiderio di confrontarsi sui temi fondamentali del progetto e del suo valore sociale e ambientale è più vivo che mai. Vivo come l’interesse dimostrato dalle migliaia di visitatori che, presso il **Bookshop Corraini Mobile**, hanno acquistato o sfogliato le migliori pubblicazioni dedicate al design, all’arte all’architettura.

Superano le migliori aspettative anche i dati registrati dalla **piattaforma digitale** durante i giorni del Salone del Mobile.Milano 2023. Sito, newsletter, app, push e social network hanno raccontato quotidianamente lo svolgersi della manifestazione, le attività dedicate al pubblico e ai brand, gli eventi e le novità presentate dalle aziende, tra prodotti, workshop e allestimenti. Un racconto *live* che segue il piano di attivazioni iniziato nelle settimane precedenti e una pianificazione multicanale che ha dato spazio anche alle attività dietro le quinte di tutti gli addetti ai lavori coinvolti. La design community internazionale ha risposto con entusiasmo: sul fronte social, sono stati **30 milioni gli account** raggiunti e i contenuti hanno registrato oltre **6 milioni** di video views e circa **80 milioni** di impression. Sul sito invece i visitatori sono stati circa **1 milione e oltre 7 milioni** le pagine viste. L’app aggiornata Salone del Mobile.Milano ha **triplicato il numero di download** dall’inizio dell’anno, grazie anche alla presenza del nuovo servizio di **mappa interattiva** che ha registrato oltre **350mila sessioni** durante la fiera e permesso di effettuare oltre **750mila** scansioni con il servizio di matchmaking, supportando l’esperienza dei visitatori e agevolando uno scambio efficiente con gli espositori. Hanno contribuito al racconto su scala globale di quanto successo al Salone anche la pubblicazione sistematica di contenuti dedicati sul canale cinese WeChat, lo streaming dei talk organizzati in fiera e un podcast giornaliero che ha raccolto le voci di alcuni dei protagonisti di questa edizione. Tra le novità da segnalare, il lancio del canale TikTok, che ha visto uno storytelling dedicato, anche attraverso la narrazione di content creator, registrando **4 milioni** di visualizzazioni video e oltre **3 milioni** di pubblico raggiunto. Sono state sviluppate anche diverse attività in realtà aumentata, tra cui il contest per vincere un esclusivo zaino Piquadro, che ha registrato oltre **10mila** sessioni. Durante la Manifestazione è stata ufficializzata la collaborazione con il media digitale Highsnobiety, che ha generato contenuti quotidiani di aggiornamento della Manifestazione destinati a un target inedito per il Salone: una nuova generazione internazionale attenta alle innovazioni culturali e di mercato. In parallelo alla produzione editoriale, una collezione di prodotti in edizione limitata (magliette, felpe e cappellini), rimarca l’assoluta iconicità del Salone del Mobile.Milano.

Per continuare sulla strada **dell’innovazione consapevole** anche durante questa edizione sono state svolte **1.200 interviste** ad aziende, progettisti, design lover, figure di spicco nel panorama culturale nazionale e internazionale in visita al Salone. Sapere come espositori,



visitatori, stakeholder vivono e percepiscono la Manifestazione; quali le aspettative, gli obiettivi, i desiderata; cosa motiva, interessa e influenza la loro decisione di partecipazione è fondamentale per il Salone per evolversi e modulare al meglio contenuti e proposte, anticipando i tempi. Ciò che ne scaturirà, insieme alle conclusioni tratte da tavoli di lavoro creati *ad hoc* in queste settimane con focus sull'arredo di Cucina e Bagno, permetteranno di impostare i lavori e gli scenari della prossima edizione.

A rimarcare il ruolo internazionale del Salone del Mobile.Milano e della città, la loro vocazione all'inclusione e all'ospitalità, il **Progetto Accoglienza**, frutto della collaborazione con il **Comune di Milano, Fondazione Fiera** e le principali scuole di design della città – **Nuova Accademia, IED Istituto Europeo di Design e Scuola del Design/Politecnico di Milano**. I cento studenti dislocati in punti nevralgici di Milano hanno fornito indicazioni a migliaia di visitatori provenienti da tutto il mondo sulla mobilità, sulla fiera e sugli eventi degli espositori del Salone in città. Grazie al sondaggio da loro effettuato è emerso che i visitatori hanno adottato soluzioni green per raggiungere la fiera come treni e metropolitana.

Appuntamento alla prossima edizione a Milano **dal 16 al 21 aprile 2024**.

Milano, 23 aprile 2023

## Ufficio Stampa Salone del Mobile.Milano

Andrea Brega – [andrea.brega@salonemilano.it](mailto:andrea.brega@salonemilano.it) – 02/72594629

Marilena Sobacchi – [marilena.sobacchi@salonemilano.it](mailto:marilena.sobacchi@salonemilano.it) – tel. 02/72594319