



Fuorisalone 2018
Milano 17-22 aprile

Fuorisalone 2018
Milan April, 17th-22nd

Format e piani di comunicazione di Fuorisalone.it
Communication formats for Fuorisalone.it

di Studiolabo
by Studiolabo

Indice

Index

- ▶ Il Fuorisalone e Milano
Fuorisalone and Milan
- ▶ Cos'è Fuorisalone.it?
What is Fuorisalone.it?
- ▶ Format di comunicazione acquistabili
Purchasable communication formats

Questa presentazione spiega il progetto Fuorisalone.it attraverso format modulari. I dati riportati dell'edizione 2016 sono parziali: possono però essere integrati su richiesta del cliente.

This presentation explains the Fuorisalone.it project through its modular formats. The data provided by the 2016 edition are partial: they can, however, be integrated upon customer request.

Il Fuorisalone e Milano

Fuorisalone and Milan

Ogni anno, ad aprile, un evento internazionale anima Milano: Fuorisalone e Salone del Mobile definiscono insieme la Milano Design Week, l'appuntamento per il design più importante al mondo.

Every year in April an international event enlivens Milan: Fuorisalone and Salone del Mobile together make up the Milan Design Week: the worldwide most important appointment for design.

Cos'è Fuorisalone?

What is Fuorisalone?

Per Fuorisalone intendiamo l'insieme degli eventi distribuiti in diverse zone di Milano che avvengono in corrispondenza del Salone Internazionale del Mobile, in scena nei padiglioni di Rho Fiera. Ogni anno, nel mese di aprile, Fuorisalone e Salone definiscono la **Milano Design Week**, l'appuntamento più importante al mondo per il design.

Il Fuorisalone non va inteso come un evento fieristico, non ha un'organizzazione centrale e non è gestito da alcun organo istituzionale: è nato spontaneamente nei primi anni '80 dalla volontà di aziende attive nel settore dell'arredamento e del design industriale. Attualmente vede un'espansione a molti settori affini, tra cui automotive, tecnologia, telecomunicazioni, arte, moda e food.

I diversi espositori oggi si possono organizzare autonomamente oppure fare riferimento a **Studiolabo** che fornisce assistenza dalla ricerca della location alla definizione di strategie fino a piani di comunicazione dedicati da scegliere su Fuorisalone.it

*Fuorisalone is the set of events distributed in different areas of Milan on the same days when the Salone Internazionale del Mobile takes place, which is staged in the stands of Rho Fiera. Every year, in April, Salone and Fuorisalone define the **Milano Design Week**, the most important event in the world for design.*

The Fuorisalone is not a Fair event, it doesn't have a central organisation and it's not managed by any Institution. It started spontaneously early in the 1980's thanks to the will of companies working in the furnishing and industrial design sectors. Currently, it is expanding into many related sectors including automotive, technology, telecommunications, art, fashion and food.

*Today, the various exhibitors can organise independently or refer to **Studiolabo**, which gives assistance: from the search for the location to the definition of strategies and to special communication plans that can be chosen on Fuorisalone.it*

Milano capitale del design

Milan design capital

Durante il Fuorisalone il design invade Milano. La città si fa palcoscenico di installazioni, party, eventi, tutti all'insegna del design, con più di mille eventi in 7 giorni, disseminati per tutta la città. Milano cambia vestito per una settimana. In questo panorama fatto di creatività a 360 gradi, il design s'intreccia con il tessuto urbano di Milano, creando un evento senza precedenti.

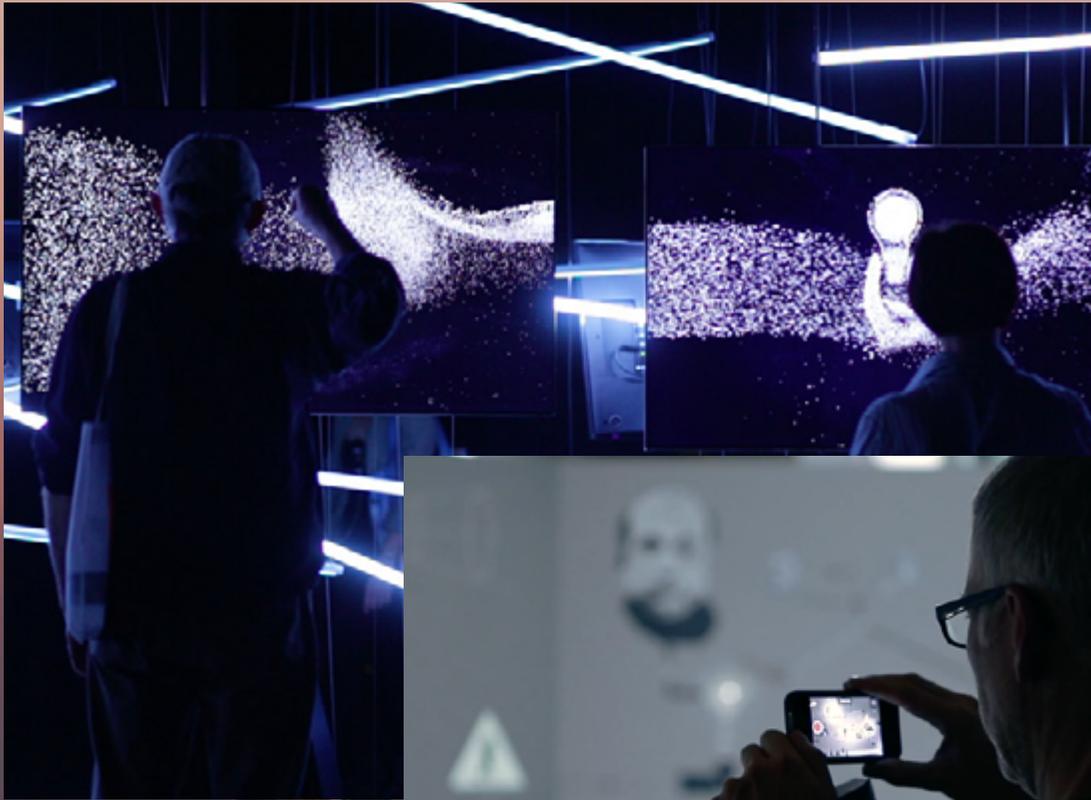
Il film documentario **#DesignCapital** racconta i sette giorni che, ogni anno, fanno di Milano la capitale del design. Rivivendo i giorni del Fuorisalone 2014 sullo sfondo degli allestimenti, delle persone, dei quartieri e delle feste che coinvolgono tutta la città, il film, produzione di Studiolabo, raccoglie le opinioni di importanti designer, da Ron Gilad a Marten Baas, oltre che di opinion maker di Wallpaper* e CoolHunting. Molteplici punti di vista sono legati tra loro da immagini che raccontano i prodotti più innovativi e i progetti più spettacolari e che, a poco a poco, costruiscono la storia di una "città infinita", in cui la dimensione urbana si fonde con la cultura del design.

Guarda il film su www.milanodesigncapital.com

During the Fuorisalone, design invades Milan. The city becomes stage of installations, parties, and events, all dedicated to design, with more than 1000 events taking place, in 7 days, all around the city. Milan changes its look for a week. With this background made of creativity all around, design is linked with the urban pattern of Milan, creating a unique and unseen event.

*The documentary film **#DesignCapital** tells the seven days that, every year, make Milan the capital of design. By re experiencing the Fuorisalone 2014 week – the settings, the people, the districts and the parties engaging the whole city – this film, produced by Studiolabo, collects the voices of different influential designers, such as Ron Gilad and Marten Baas, and opinion makers from Wallpaper* and CoolHunting. Multiple perspectives linked to one another by images of the most innovative objects and outstanding installations; these images slowly build up the tale of an "endless city", in which the urban dimension melts with the design culture.*

Watch the film on www.milanodesigncapital.com



Alcuni frame da “#DesignCapital: i sette giorni che fanno di Milano la capitale del design”.

Some scenes from “#DesignCapital: the seven days that make Milan the capital of design”.

Cosa ti serve per partecipare?

What do you need to participate?

Tre gli elementi principali per partecipare al Fuorisalone:

1. Avere un contenuto da presentare
2. Avere una location dove esporre
3. Comunicare al meglio l'evento

Come già anticipato, Fuorisalone non è una fiera e non ha un unico organizzatore. È un evento spontaneo organizzato autonomamente da singoli o da gruppi di aziende riunite in un progetto comune. È quindi consigliabile comunicare attraverso le guide e i canali ufficiali.

Three main elements to be part of Fuorisalone:

- 1. To have a content to present*
- 2. To have a location where to exhibit*
- 3. To communicate the event in the best way*

As anticipated, Fuorisalone isn't a Fair, and does not have a unique organization office. It's a spontaneous event, autonomously organized by individuals or groups of companies, reunited under a common project. It's therefore recommended to communicate through official guides and channels.

1. Avere un contenuto da presentare

Chiedi una consulenza a Studiolabo: realtà milanese che opera nel campo della comunicazione aziendale, fornendo servizi di consulenza, progettazione ed esecuzione grafica su diversi media di promozione e produzione di eventi artistici, culturali e privati. Altri punti di forza sono la progettazione e la produzione di progetti digital, web e mobile.

► www.studiolabo.it

2. Avere una location dove esporre

Milano location e Brera Real Estate nascono dall'esperienza maturata con Fuorisalone.it e Brera Design District con l'intento di offrire un servizio di consulenza e di ricerca location per eventi su tutta Milano. Scegli quale piattaforma fa per te in base alla zona dove esporrai!

► www.milanolocation.it

► www.brerarealestate.it

3. Comunicare al meglio l'evento

Fuorisalone.it è sempre stato il portale di riferimento della Design Week grazie a tutte le aziende, designer ed artisti che lo hanno selezionato come canale di comunicazione ufficiale: racconta gli eventi sullo sfondo di una città che per una settimana si anima di design e creatività.

► www.fuorisalone.it

► www.fuorisalonemagazine.it

1. To have a content to present

Ask Studiolabo a consultancy. It is a Milanese studio that works in the field of brand communication, providing consulting services, graphic designs on different supports and digital media, production of artistic, cultural and private events. Another skill is linked to the design and the production of digital, web and mobile projects.

► www.studiolabo.it

2. To have a location where to exhibit

Milano location and Brera Real Estate were created from the long experience matured with Fuorisalone.it and Brera Design District with the intent to offer a consultancy and location research service for events organized all around Milan. Choose which platform best suits you, depending on where you are going to exhibit!

► www.milanolocation.it

► www.brerarealestate.it

3. To communicate the event in the best way

Fuorisalone.it has always been the reference website for Milano Design Week, thanks to all the companies, designers and artists that have selected it as their official communication channel: it tells all the events which enliven the city with design and creativity for a week.

► www.fuorisalone.it

► www.fuorisalonemagazine.it

Quali sono i servizi utili per la realizzazione dell'evento?

Which are other useful services *for the realization of the event?*

Una parte importante per la realizzazione dell'evento è data dalla **logistica**. Fuorisalone.it suggerisce di affidarsi ad **Expotrans**, il suo partner ufficiale, con trent'anni di esperienza nel settore delle spedizioni internazionali e logistica per eventi.

Questi i principali servizi offerti:

- Imballaggio
- Ritiro da vostro magazzino
- Assicurazione All Risks
- Emissione documenti di trasporto
- Consegna e movimentazione on-site (anche in zone ztl)
- Magazzinaggio merce prima, durante e dopo l'evento
- Ritiro dal luogo di esposizione e riconsegna a magazzino
- Spedizione internazionale e consegna

Scopri il servizio di Expotrans

*An important part for the realization of the event is given by the **logistics**. Fuorisalone.it suggests relying on **Expotrans**, its official partner, with thirty years of experience in the field of international shipping and logistics for events.*

These are the main services offered:

- *All risk insurance*
- *Issuing of transport documents*
- *Pick up from port/airport Terminal*
- *Delivery and on-site handling (also in restricted city areas)*
- *Warehousing before, during and after the event*
- *Packaging solutions*
- *Pick up from show site and delivery back port/airport Terminal*
- *Italian Customs assistance in case you sell your goods*
- *International network of Freight Forwarder*

Discover Expotrans service

Cos'è Fuorisalone.it?

What is Fuorisalone.it?

Fuorisalone.it è una piattaforma online per la comunicazione degli eventi che prendono luogo nella città di Milano durante la Design Week di aprile. Negli anni - oltre 15 - è stata riconosciuta dalle istituzioni come guida ufficiale dell'evento.

Fuorisalone.it is an online platform, for the communication of all events that take place in Milan in April during the Design Week. During the past years - more than 15 - it's been recognised by the institutions as the Official Guide of the whole event.

Fuorisalone.it: la guida ufficiale

Fuorisalone.it: the official guide

Fuorisalone.it è una piattaforma di comunicazione e un sistema di supporto ad aziende, enti, privati o associazioni per l'ideazione, realizzazione, promozione e comunicazione di eventi della Design Week.

Dal 2003 Fuorisalone.it è la guida ufficiale all'evento.

Riconosciuta e supportata dalle istituzioni, è il punto di riferimento per il Progetto Interzone, supportato dal Comune di Milano all'interno del programma 'Milano Creativa'.

Fuorisalone.it è uno strumento per parlare degli eventi del Fuorisalone, vivendoli in prima persona e portando i protagonisti della settimana del design a Milano in primo piano, sullo sfondo di una città che vive una settimana di totale cambiamento attorno ai temi del design e della creatività.

L'intento di Fuorisalone.it è la promozione del design come evento e performance inseriti nel tessuto urbano. Un design che, uscendo dai suoi spazi ufficiali, diventa accessibile a tutti, attraverso l'utilizzo di strumenti e servizi adeguati.

Fuorisalone.it is a communication platform, which offers a support system to companies, agencies, private people or associations for the conception, creation and promotion of events during the Design Week.

Since 2003 Fuorisalone.it is the official guide to the event.

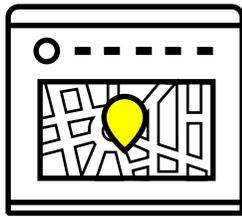
Institutionally recognised and supported, it has also been the reference point for the Interareas project, supported by Milan City Council within the 'Milano Creativa' programme.

Fuorisalone.it is a tool that talks about the events of the Fuorisalone, experiencing them at first hand, bringing the key players of the Design Week to the foreground, with a background of a city that lives total changing situations revolving around design and creativity for a week.

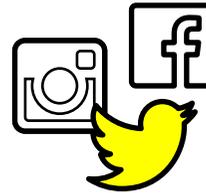
The aim of Fuorisalone.it is the promotion of design as an event, performance and installation in the urban pattern. A design that, by moving out of its official spaces, becomes accessible to all through the use of appropriate tools and services.

Strumenti di comunicazione

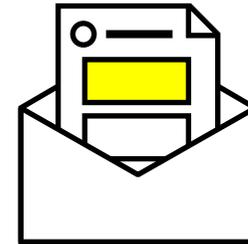
Communicatin tools



Web Portal



Social Media

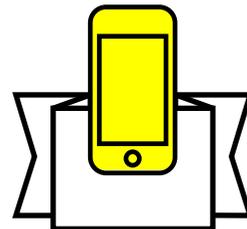


Newsletter

Fuorisalone.it



Magazine



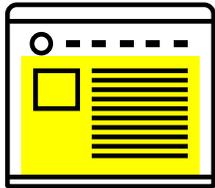
App

Lo schema rappresenta gli strumenti di comunicazione di Fuorisalone.it, tutti a disposizione del cliente, il quale può scegliere pacchetti di volta in volta diversificati a seconda delle esigenze.

The scheme represents the communication tools of Fuorisalone. it all available for the client, who can choose different packages, from time to time, based on needs.

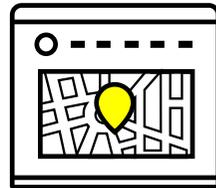
I numeri di Fuorisalone.it

Fuorisalone.it numbers



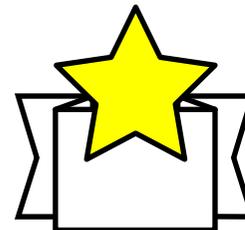
1,8 mln

page views in 5 giorni
page views in 5 days



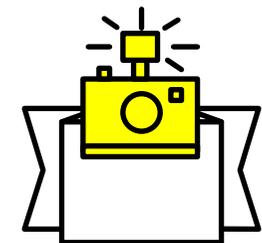
266.000

utenti unici in 5 giorni
unique users in 5 days



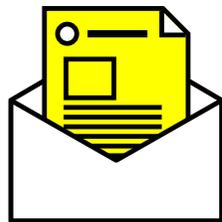
1.492

eventi caricati sul sito
eventi caricati sul sito



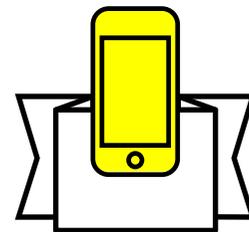
8.660

foto degli e.Reporter
e.Reporters' photos



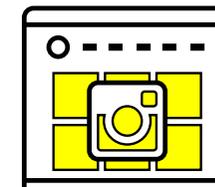
33.000

iscritti alla newsletter
newsletter subscribers



26.700

download totali dell'App
App total downloads



82.000

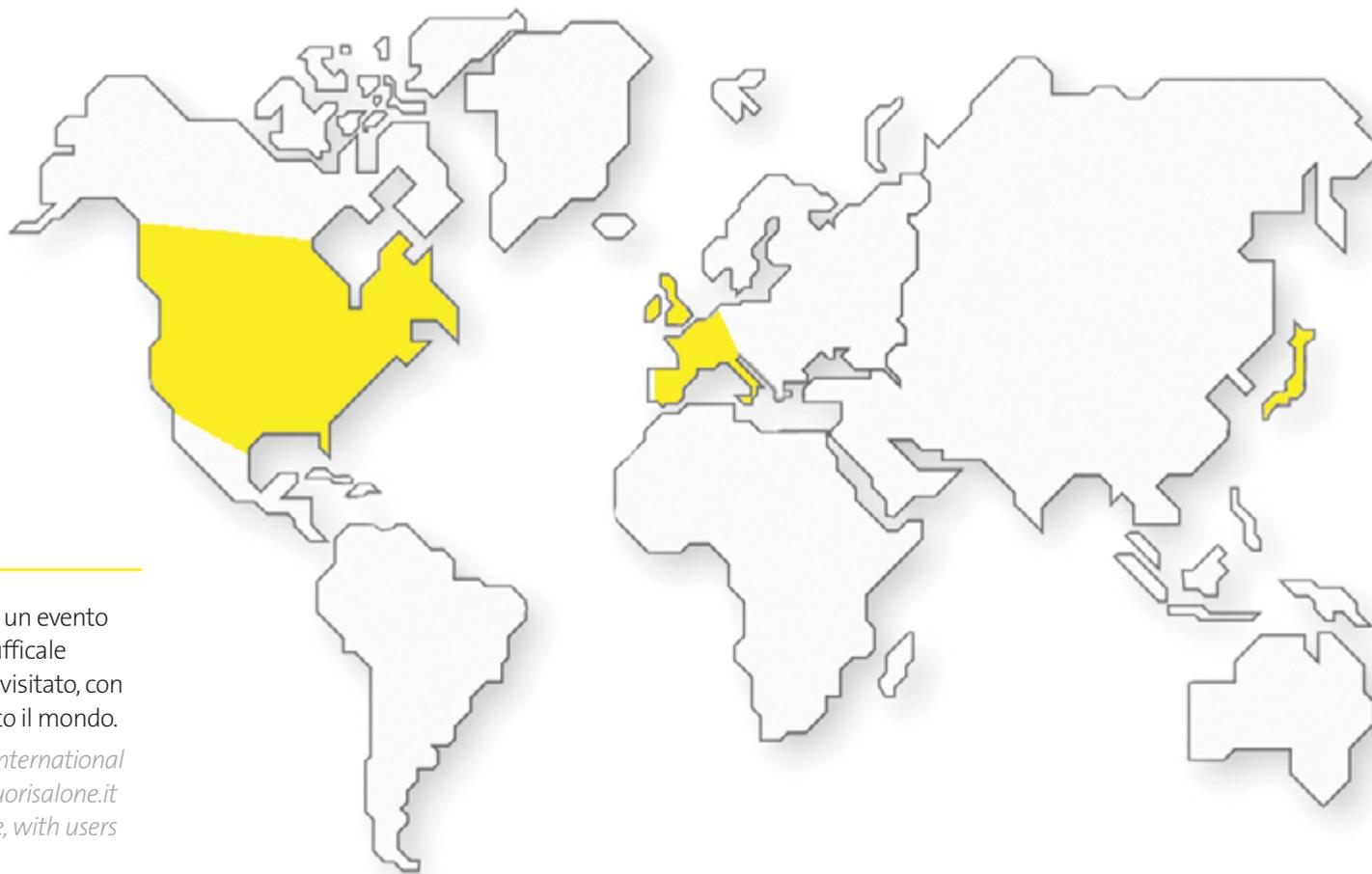
Instagram con #Fuorisalone2017
Instagram pics with #fuorisalone2017

143

Paesi del mondo hanno visitato il sito Fuorisalone.it durante la Design Week 2016. Ai primi dieci posti troviamo Italia, Svizzera, Germania, UK, Francia, Spagna, USA, Paesi Bassi, Giappone e Austria

143

Countries of the world have visited the website Fuorisalone.it during last Design Week, including, in the first 10 positions, Italy, Switzerland, Germany, UK, France, Spain, USA, The Netherlands, Japan and Austria.



La Milano Design Week è un evento internazionale: la guida ufficiale Fuorisalone.it è il sito più visitato, con utenti provenienti da tutto il mondo.

Milan Design Week is an international event: the official guide Fuorisalone.it is the most visited website, with users from all over the world.

Format di comunicazione acquistabili *Purchasable communication formats*

Comunicare per tempo e nelle corrette modalità la propria presenza al Fuorisalone è fondamentale per la riuscita dell'evento. Per questo offriamo un piano di comunicazione dedicato ai clienti che vogliono visibilità.

To communicate on time and in the right ways that you'll be attending Fuorisalone is essential to the success of the event. For this reason, we offer a communication plan dedicated to clients that require visibility.

Hai un evento/brand da promuovere?
Vuoi una maggior visibilità tra la
moltitudine di eventi del Fuorisalone?

Do you have an event/brand to promote?
Do you want more visibility in the crowd
during Fuorisalone?

Scopri quali sono le proposte nate da oltre 15 anni di esperienza e scegli la modalità di comunicazione adatta al tuo brand o progetto.

Discover which are the proposals, developed from an over 15-years-long experience, and choose the communication method most suitable to your brand or project.

Noi ti proponiamo: *We offer you:*

1. Fuorisalone.it

- 1.1 Main Sponsor
- 1.2 Progetto e.Reporter
- 1.3 Percorso
- 1.4 Instagram Feed

Fuorisalone.it

*Main Sponsor
E.Reporter Project
Itinerary
Instagram Feed*

2. Fuorisalone Magazine

- 2.1 Articolo Focus
- 2.2 Articolo Discover
- 2.3 Articolo Stories
- 2.4 Articolo People

Fuorisalone Magazine

*Focus article
Discover article
Stories article
People article*

3. Altri strumenti

- 3.1 Newsletter DEM
- 3.2 Social media: uscite dedicate

Other tools

*Newsletter DEM
Social Media: dedicated posts*

Questi sono elementi modulabili che possono essere personalizzati dall'azienda con il proprio marchio e/o contenuti. Nelle slide successive indicheremo come.

These are modular elements that can be customized with company logos and/or other contents. We will clarify how in the following slides.

1.1 Main Sponsor

Main Sponsor

È la posizione che garantisce al cliente il maggior ritorno di immagine e comunicazione.

Con questa posizione l'azienda e il brand entrano a far parte di un circuito di connessioni legate al mondo del design, non solo on line, affiancando il proprio nome ad un progetto importante riconosciuto.

Il pacchetto Main Sponsor, oltre ad avere un'alta visibilità in home page, avrà anche una serie di uscite social, un articolo sul Magazine e la presenza in newsletter. Questo pacchetto è comunque flessibile, modificabile ed eventualmente integrabile in base alle necessità e al progetto del cliente.

The position is what ensures to the client the major return in terms of image and communication.

With this position the company and the brand will become part of a circuit of connections tied to the world of design, not only online, matching their brand name to an important well known project.

The Main Sponsor package, besides offering a high visibility on the homepage it will grant you with some social media posts, one editorial article on our Magazine and the presence on our newsletter. However, this package is flexible and adjustable, depending on your project and how much visibility you want to get.

1.1 Main Sponsor

Main Sponsor

I contenuti proposti dal pacchetto sono flessibili ed eventualmente integrabili con altri elementi singoli, da definirsi in base al progetto. Il pacchetto Main Sponsor comprende di base:

The proposed contents in the package are flexible and can be possibly integrated with other single elements, to be defined on the basis of the project. Basically, the Main Sponsor package includes:

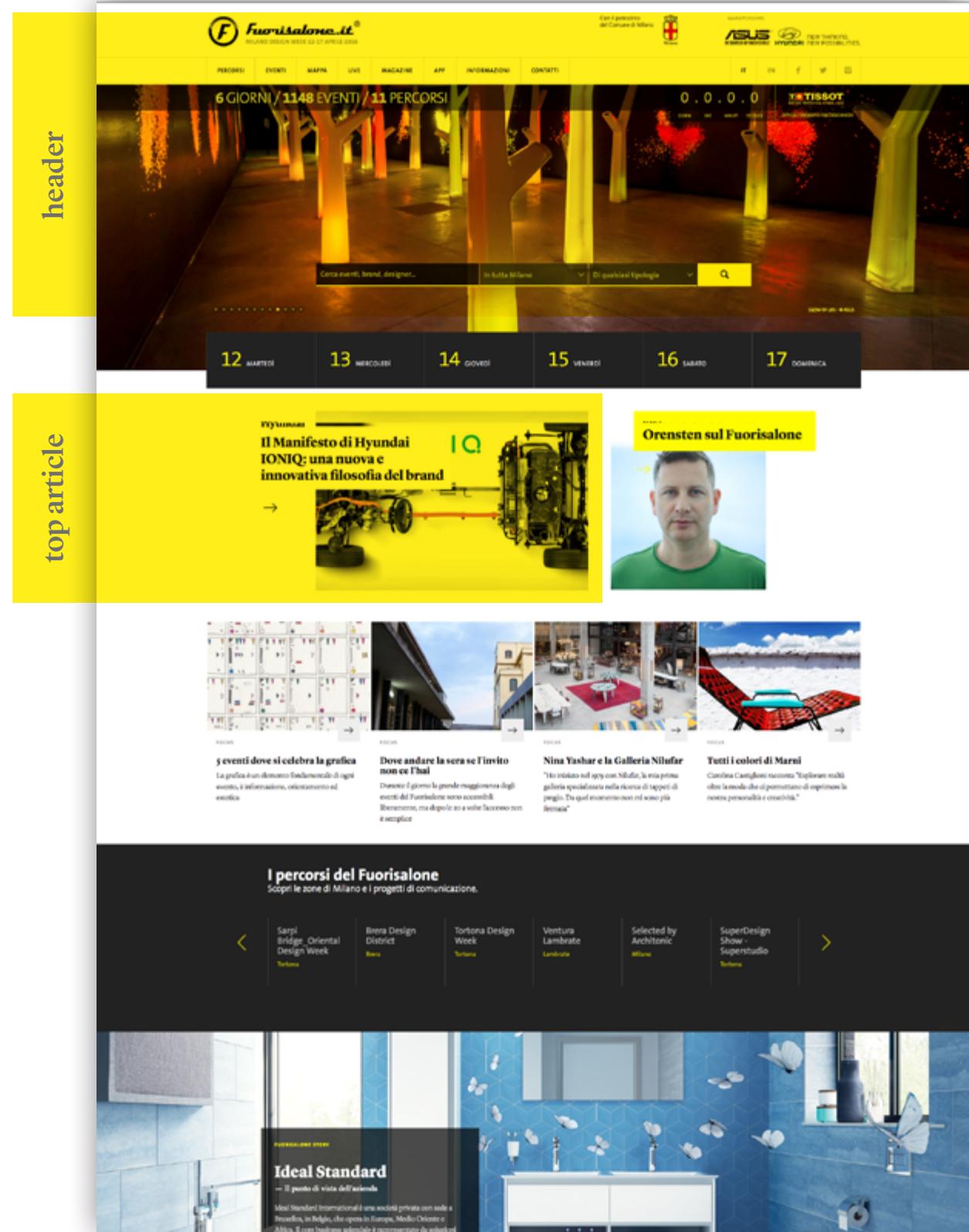
. Massima visibilità sul sito
. Best visibility on the website

. Posizione in evidenza su App
. Highlight position on the App

. Copertura social
. Posts on social media

. Pubblicazione su Fuorisalone Magazine
. Publication on Fuorisalone Magazine

. Copertura Newsletter
. Newsletter



1.2 Progetto e.Reporter

e.Reporter Project

La pagina con le immagini degli e.Reporter è la pagina più visitata del sito. Il progetto e.Reporter, prevede la presenza di 100 studenti, selezionati tra le scuole del design milanese.

L'obiettivo è realizzare un contenitore online capace di raccontare e rappresentare attraverso le immagini l'atmosfera e lo spirito del Fuorisalone. La possibilità che si dà alle aziende è di poter sponsorizzare questa sezione, collaborando in diverse modalità: **dalla sovvenzione tecnica alla promozione di contest con un brief assegnato.**

La definizione di premi per gli e.Reporter permette di sviluppare un tema di ricerca da affidare ai ragazzi, producendo così del materiale utilizzabile anche in altri contesti oltre a essere un contenuto interessante in termini di visibilità per l'azienda.

The most visited page of the web site is the one with the images of the e.Reporters. This project consists of 100 students selected from design schools in Milan.

*The goal is to realize an online container capable to tell and represent through the images the atmosphere and the spirit of Fuorisalone. Brands can promote their contents and collaborate in different ways with this format: **from technical sponsorship to promotion of contests with pre-assigned briefs.***

Defining a prize for the best e.Reporters allows us to develop a theme for them, making them produce good contents for the company, also for other situations. Their contribution in the project is also an interesting content in terms of visibility for the brand itself.

1.2 Progetto e.Reporter

e.Reporter project

Il format prevede una sezione dedicata alle immagini prodotte dagli e.Reporter selezionabili attraverso motore di ricerca organizzato per autore, evento, percorso e location. È possibile lavorare con un team dedicato di dieci e.Reporter per progetti specifici proposti dal cliente.

Il progetto quindi comprende:

This format includes a page all dedicated to images made by e.Reporters, that can be selected through a search engine organized by author, event, itinerary or location. It's possible for a client to work with a dedicated team of ten e.Reporters for specific projects suggested by the client. This format includes:

. Pagina sul sito dedicata alle immagini

. Page on website dedicated to photos

. Pagina sul sito dedicata ai profili

. Page on website dedicated to profiles

. 2 uscite social

. 2 social posts

. 1 DEM

. 1 DEM



1.3 Percorso

Itinerary

I percorsi sono liste di eventi del Fuorisalone selezionati e raggruppati per area geografica o perché relativi ad uno stesso progetto di comunicazione o tema.

È possibile per i clienti proporre una selezione di eventi e progettare insieme una soluzione per promuovere un percorso, firmato dal cliente o dall'azienda.

Il Percorso avrà un'alta visibilità sul sito Fuorisalone.it ed una comunicazione social dedicata.

Itineraries are lists of Fuorisalone events selected and sorted for geographical area or because related to the same communication project or theme.

It is possible for the clients to propose a selection of events and design together a solution to promote an itinerary, signed by the client or the company.

The Itinerary will get a high visibility on Fuorisalone.it website and a dedicated social media communication.

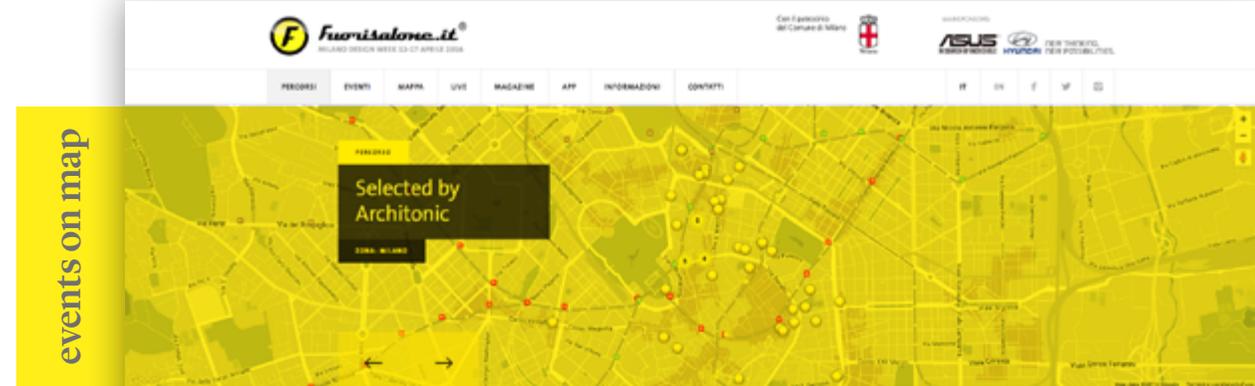
1.3 Percorso

Itinerary

La pagina web dedicata al singolo percorso prevede una prima sezione con segnalazione eventi selezionati su mappa, una gallery di immagini e un testo di presentazione oltre all'elenco dei singoli eventi linkati alla relativa pagina nella sezione Eventi. Il format quindi comprende:

The web page dedicated to a single itinerary foresees a first section reporting events selected on the map, a gallery of images and a presentation text in addition to the list of single events linked to a web page in the Events section. The format includes:

- . Presenza in homepage
- . *Visibility in homepage*
- . Pagina dedicata sul sito
- . *Dedicated page on the website*
- . 1 uscita Facebook
- . *1 Facebook post*
- . 1 DEM
- . *1 DEM*



The world's leading research tool for the specification of premium architectural

Facebook
Twitter
Instagram
Pinterest
YouTube
Vimeo

ARCHITONIC

Architonic AG
Müllenstrasse 21
8004 Zürich
Switzerland

T: +41 44 297 20 26
F: +41 44 297 20 25

Architonic is the world's leading research tool for the specification of premium architectural and design products. Our curated database currently provides information about more than 300'000 products from 1'500 brands and 6'200 designers.

16 million architects, interior designers and design enthusiasts annually choose Architonic as their guide to the very best.

list of single events

Eventi in questo percorso

Stalder
Fuorisalone 2014 Open Party
Stalder

<p>W&P Understand - New metal experience - Kitchen</p>	<p>USM USM Upholster Setline NC USM Swiss Corner</p>	<p>Net System Net System Collection</p>	<p>CERAMICA CONTINUA, CERIO Architetture Materiali, MATERIA APPLICATA S.R.L. CERAMICA CONTINUA</p>	<p>UNTELOO UNTELOO</p>	<p>Spazio in Sale Borsa Art Saloon</p>
<p>CSA DESIGN CAOSIGN NATURALMENTE ADDIO</p>	<p>Granitica Cielo SPAZIO CLOUD OPENING</p>	<p>Dever&Dever Dever&Dever - New Collection</p>	<p>Faber FRANK, K&C FRANK, K&C e ENGELHARDT FRANK, K&C</p>	<p>GUARD CH&M GUARD SHOWROOM</p>	<p>aFlex aFlex - stay tuned</p>
<p>HENYTB HENYTB</p>	<p>Karlet KARLET BY LAUFEN</p>	<p>Made in Italy</p>	<p>Bofas spa Nuova Collezione Bofas 2014</p>	<p>Armani/Casa Exclusive Selection by Rubelli, Dominique Kasper, by Rubelli, Douglas, Rubelli, Casa, Rubelli Venezia Rubelli Casa, Douglas e P&P of Fuorisalone</p>	<p>Scena Scena Connections, Connections & Connectivity</p>
<p>Vita Vita pop-up store</p>	<p>W&L&D W&L&D Symposium Showroom</p>	<p>Zimmer+Rohde Zimmer+Rohde Contract Award</p>	<p>Agma Milano Quality - Via Saffrona 24 - 20121 Milano - 12/13 Aprile 2014 Fuorisalone Milano - 00184 Design District</p>	<p>KEPIONTE Design Week 2014 KEPIONTE</p>	<p>ING2 ING2 Design Week ING2 Date of news</p>

1.4 Instagram Feed

Instagram Feed

Fuorisalone.it offre visibilità alle aziende o brand che hanno programmato un piano di comunicazione dedicato all'evento sui propri canali social.

È possibile, condividendo con Fuorisalone.it ***l'hashtag*** di riferimento del progetto/campagna, realizzare una pagina in cui vengono raccolti e presentati tutti i feed dei social su cui è attiva la campagna.

Una selezione di immagini dei feed può essere ripresa e pubblicata sui canali social di Fuorisalone.it secondo un piano predefinito.

Fuorisalone.it offers visibility to companies or brands that have programmed a dedicated communication plan for Design Week on their social media.

*Sharing the project **hashtag** with Fuorisalone.it, it is possible to realize a webpage to collect and present all the feeds from social media where the campaign is active.*

A selection of images from the feed can be copied and posted on the social channel of Fuorisalone.it, on the basis of a pre-defined plan.

1.4 Instagram Feed

Instagram Feed

La pagina sul sito è presente all'interno della sezione Live ed è strutturata sulla base dei contenuti condivisi con l'azienda. Il format comprende:

The page on the web site is present within the section Live and it is arranged on the basis of the contents shared with the company. Here is an example. This format includes:

- . Pagina dedicata sul sito
. Dedicated page on the website
- . 2 post Instagram durante la Design Week
. 2 Instagram posts during the Design Week

live feed based on one or more hashtags

Fuorisalone.it
MILANO DESIGN WEEK 12-17 APRILE 2016

Con il patrocinio del Comune di Milano

SPONSOR: ASUS IN BOND IF POSSIBLE HYUNDAI NEW THINGS. NEW POSSIBILITIES.

PERCORSI | EVENTI | MAPPA | **LIVE** | MAGAZINE | APP | INFORMAZIONI | CONTATTI | IT | EN | f | t | i

FOTO | REPORTER | INSTAGRAM | ASUS | HYUNDAI | TOSOT | SAPILO | VALVERDE | CREATIVE ACADEMY | FENIX NTM | PEOPLE

Prossimo appuntamento:
Fuorisalone 2017
Milano 4-9 aprile

→
Scopri qui i format e piani di comunicazione di Fuorisalone.it
Come investire sulla comunicazione del tuo brand o del tuo evento.

Iconic Renaissance Design by FENIX NTM
—
105 foto inserite

PROJECT BY:
FENIX NTM
leggiato della Pinacoteca di Brera, una selezione di "icone" del design attraverso un percorso narrativo di progetti senza tempo. Leggerezza, rapidità, esattezza, molteplicità, coerenza: ancora oggi i valori identificati da Italo Calvino nelle sue "Lezioni Americane", rappresentano un punto di riferimento per chi, come il designer, crea "storie".

live feed based on one or more hashtags

2. Fuorisalone Magazine

Fuorisalone Magazine

Per l'edizione 2017, Fuorisalone.it ha proposto un'evoluzione del progetto Fuorisalone Magazine, creando una piattaforma dedicata. Fuorisalone Magazine è un contenitore di storie, approfondimenti e anteprime sulla Design Week milanese, attivo tutto l'anno diventando un punto di riferimento per contenuti e news legati al mondo del design.

Obiettivo: parlare di design, a 360° e 365 giorni l'anno.

Come?

Acquisendo un dominio proprio **fuorisalonemagazine.it** e arricchendosi di una sezione che parlerà del design nel mondo e che sarà attiva e aggiornata tutto l'anno.

For 2017 edition, Fuorisalone.it proposed an evolution of Fuorisalone Magazine project, creating a dedicated platform. Fuorisalone Magazine is a container of stories, focuses and previews about Milan Design Week and will be active all year round, becoming a reference point for contents and news tied to the world of design.

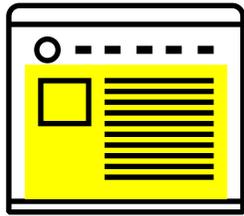
Goal: talk about design, at 360 degree and 365 days a year.

How?

*Getting a domain on **fuorisalonemagazine.it** and enriching it with a new section that will be talking about design from all over the world and be active and updated all year round*

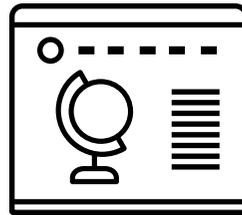
2. Fs Magazine: progetto

Fs Magazine: project



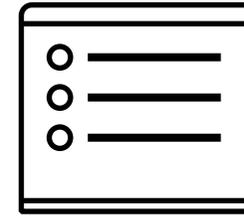
Sezione articoli
“Focus, Discover, People, Stories”
▶ Legati all’edizione

Section of purchasable articles
“Focus, Discover, People, Stories”
▶ *Edition related*



Sezione
“Design Week dal mondo”
▶ Attiva tutto l’anno

Section
“World Design Weeks”
▶ *Active all year around*



Sezione FAQ
“Informazioni sul Fuorisalone”
▶ Attiva tutto l’anno

FAQ section
“Infos about Fuorisalone”
▶ *Active all year around*

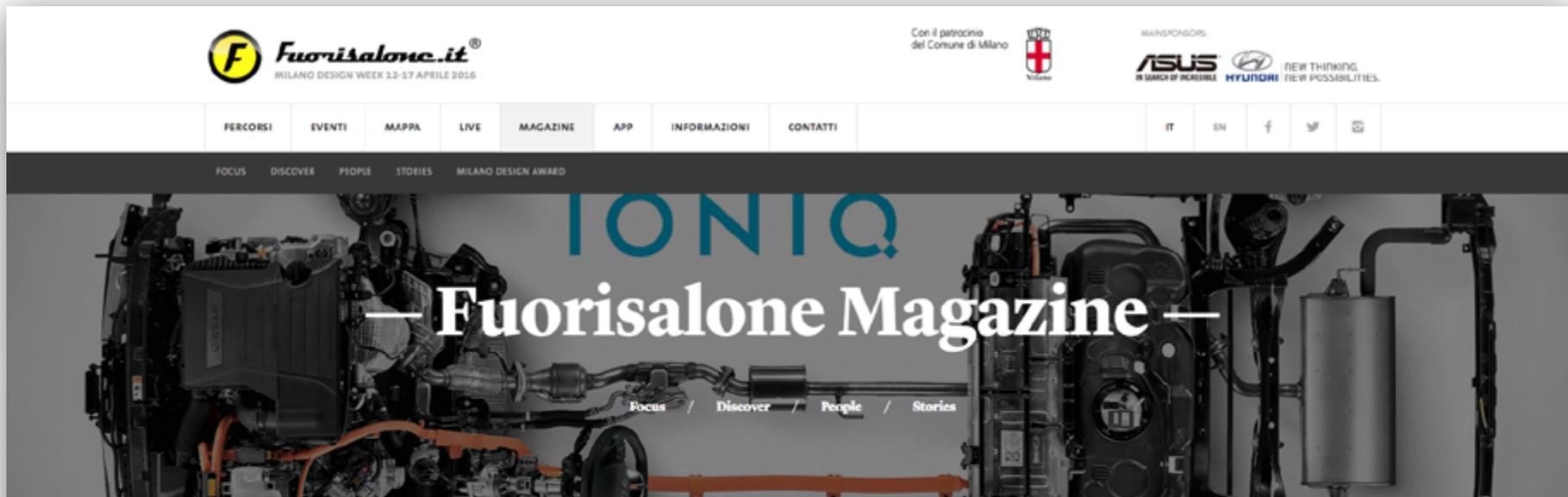
2. Fs Magazine: numeri 2017

Fs Magazine: 2017 numbers

138 articoli pubblicati online
online articles

13,3K utenti unici
unique users

54,7K pagine viste sul sito
page views on website



Comprendere la Design Week

Quest'anno Fuorisalone.it si arricchisce di una nuova sezione, un percorso di riflessione e scoperta che prende il via due mesi prima della settimana che tutti aspettiamo con un misto di entusiasmo, attesa e trepidazione. Fuorisalone Magazine ci accompagnerà fino all'inizio della Design Week, quando - come di consueto - entreranno in gioco la guida e i racconti dal vivo dei nostri reporter.

Nel percorso di realizzazione di Fuorisalone Magazine abbiamo incontrato molte persone che costruiscono la Design Week di Milano con le loro idee e con le loro azioni. Abbiamo strutturato la pagina di questa

Comprendere significa capire e ascoltare, ma anche accogliere il mondo a casa propria, esattamente come fa Milano, che per una settimana diventa la città più internazionale e creativa del pianeta. Abbiamo cercato di

— Paolo Ferrarini



2. Fs Magazine: format articoli

Fs Magazine: articles format

La parte acquistabile e relativa alla prossima Design Week, si compone di 4 tipologie di articoli che prevedono contenuti originali, prodotti dalla redazione o proposti dagli inserzionisti:

. Focus
on things that matter

. Discover
before the others

. Stories
about the essentials of Design Week

. People
who made Design Week

The purchasable section and related to the next Design Week is composed of 4 different type of articles, that foresee original content produced by the editing staff and proposed by the advertisers:

*. Focus
on things that matter*

*. Discover
before the others*

*. Stories
about the essential of Design Week*

*. People
who made Design Week*

2.1 Articolo Focus

Focus Article

Il Focus è un articolo esteso dedicato al singolo brand o progetto proposto e risulta essere il contenuto più visibile e importante all'interno del sito. L'azienda avrà una pagina dedicata, raggiungibile da una url specifica, composta da diversi elementi evidenziati in giallo a sinistra. L'articolo sarà inoltre collegato alla sezione Eventi del sito. Acquistando un articolo Focus si avrà:

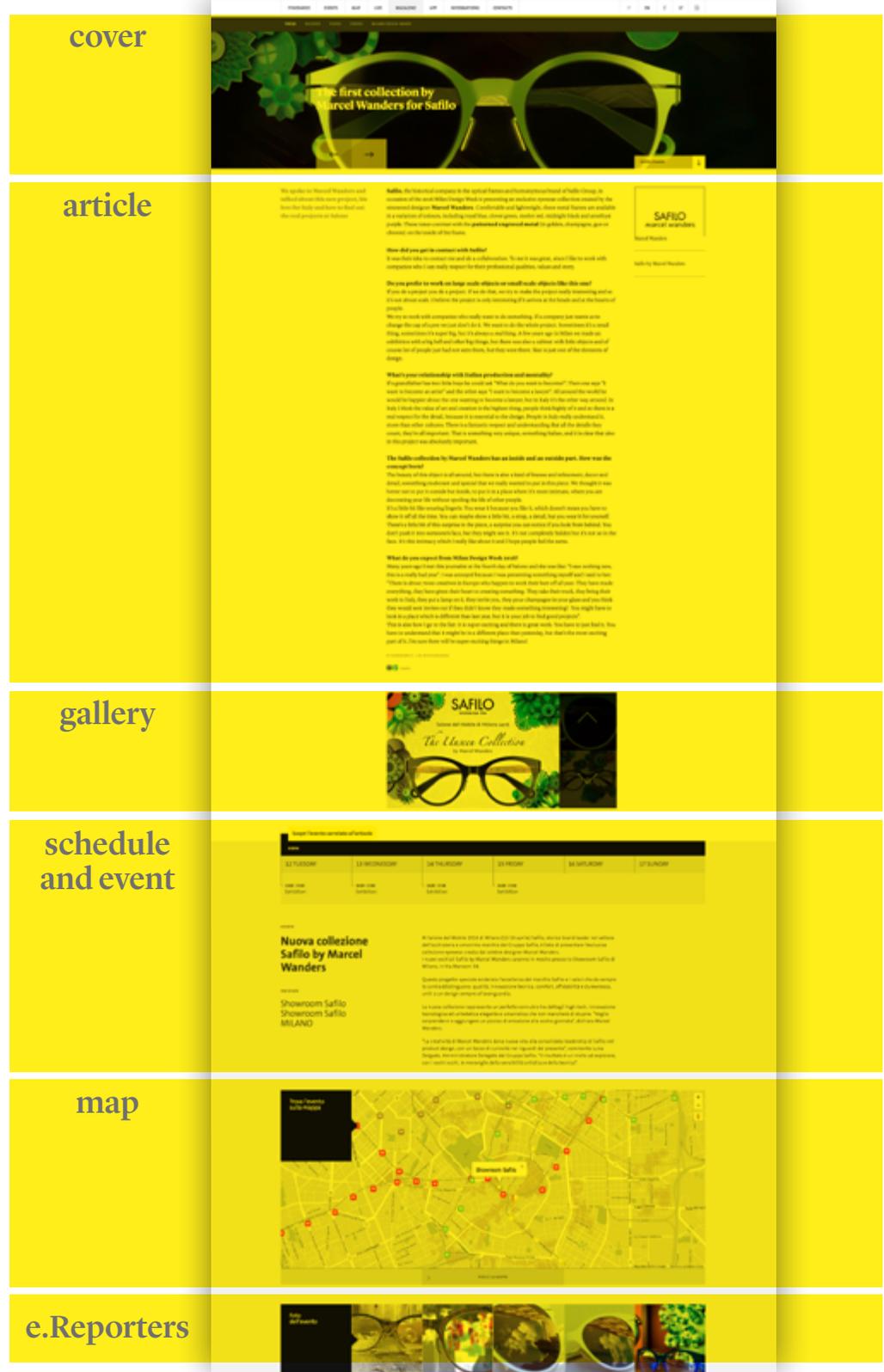
Focus is an extended article dedicated to a single brand or proposed project that results to be the most visible and important content within the website. The company will have a dedicated web page, with a specific url, composed by different elements highlighted on the left in yellow. This article will be linked also to the Events section of the website. A Focus article includes:

. Visibilità in homepage

. *Visibility in homepage*

. Pagina dedicata sul sito

. *Dedicated page on the website*



2.2 Articolo Discover

Discover Article

Questa tipologia di articolo prevede un testo di breve lunghezza, accompagnato da un'immagine e da un link di approfondimento. Un modo semplice per presentare e promuovere contenuti redazionali. Il Discover comprende:

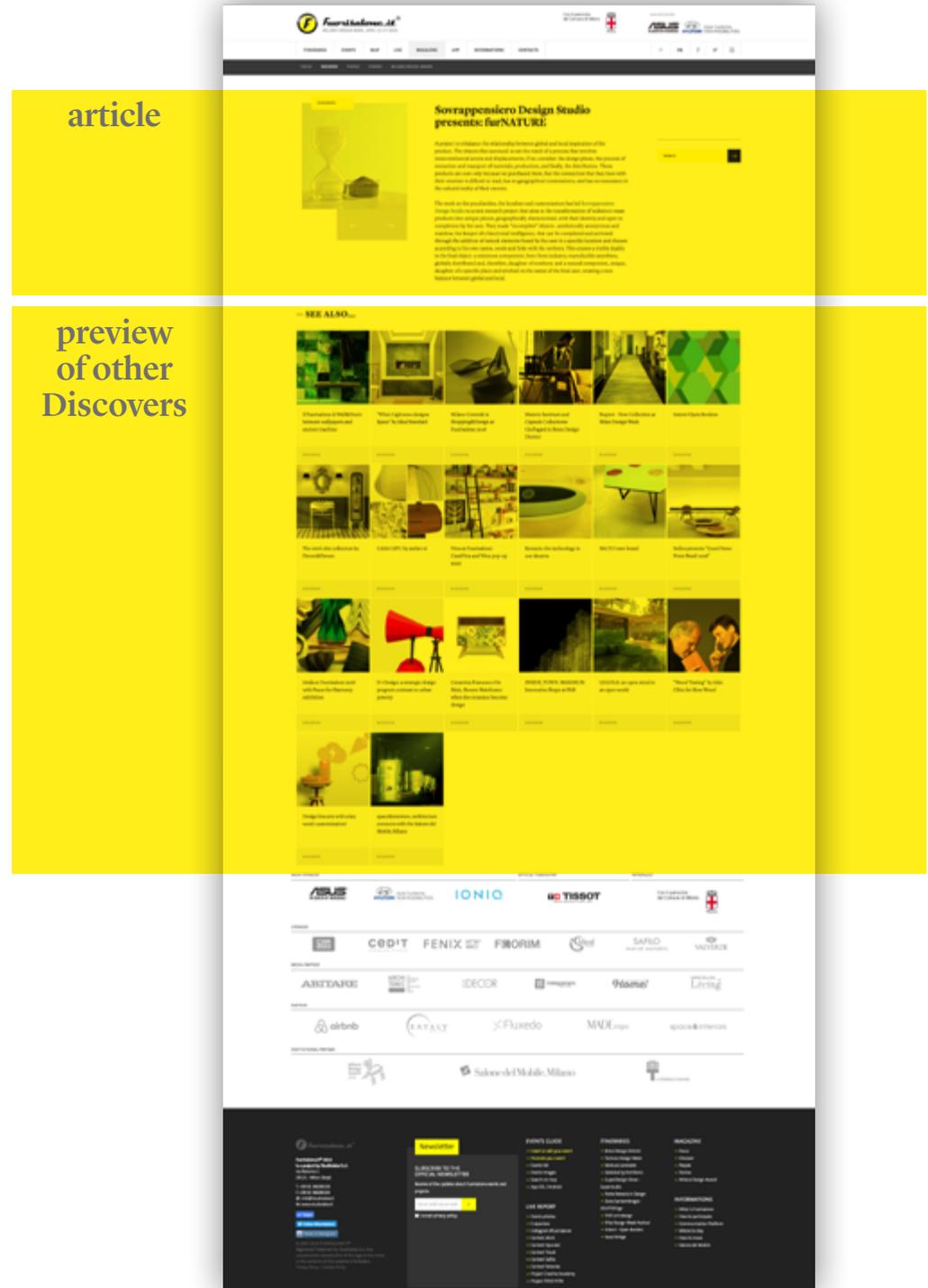
This type of article includes a brief text accompanied by an image and a link to learn more. A simple way to present and promote editorial contents. The Discover includes:

. Visibilità random in homepage

. *Random visibility in homepage*

. Pagina dedicata sul sito

. *Dedicated page on the website*



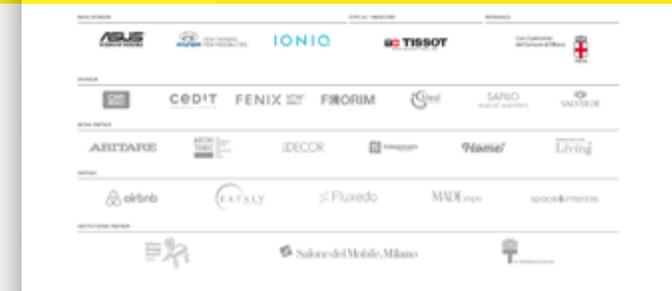
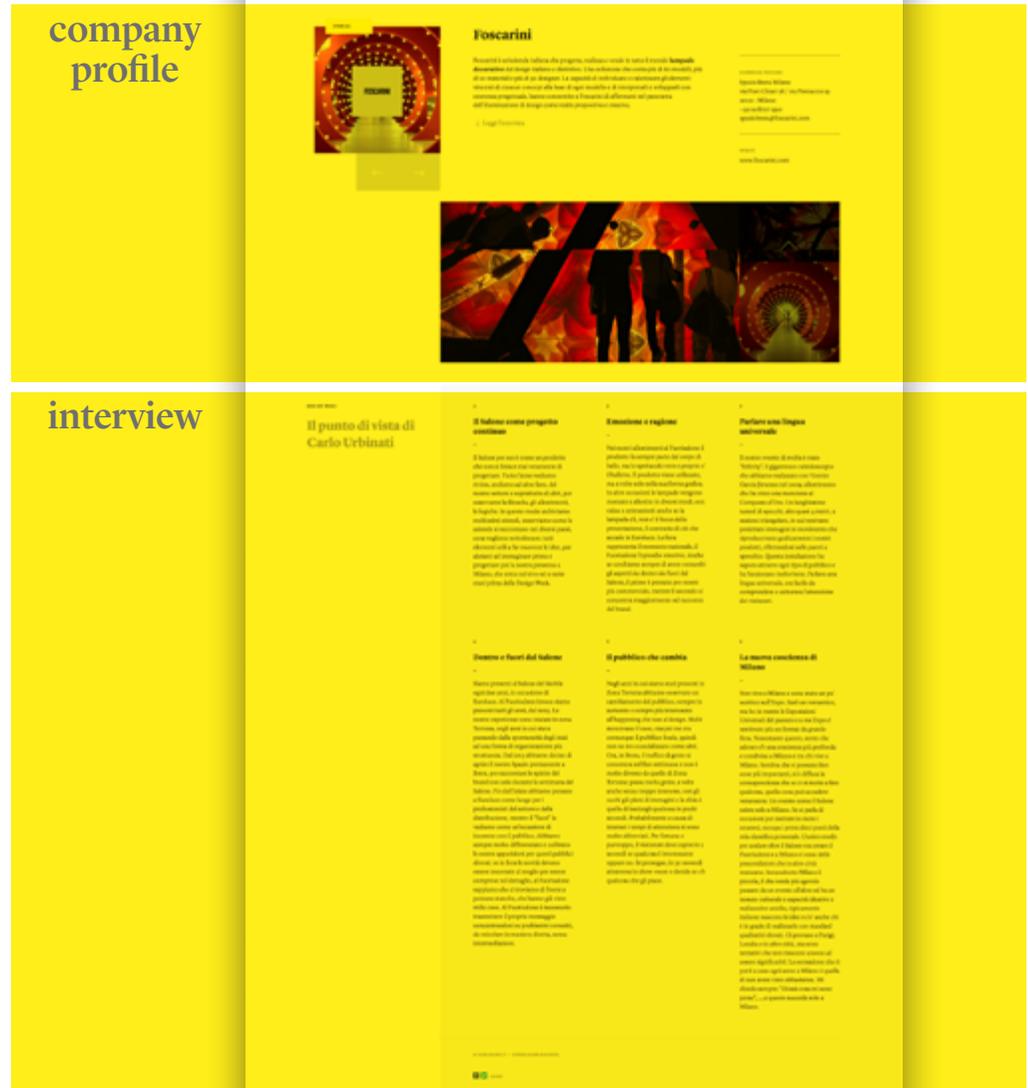
2.3 Articolo Stories

Stories Article

Le Stories vogliono testimoniare il Fuorisalone attraverso gli occhi dei suoi protagonisti, le aziende di design che ne hanno fatto la storia. Una raccolta di interviste originali, aneddoti e indiscrezioni. Il layout dell'articolo prevede un company profile seguito da un'intervista. Questo format include:

Stories wish to witness the Fuorisalone through the eyes of its protagonists, design companies that have made history. A collection of original interviews, anecdotes and revelations. The layout of the article foresees a company profile followed by an interview.
 This format includes:

- . Pagina dedicata sul sito
- . *Dedicated page on the website*



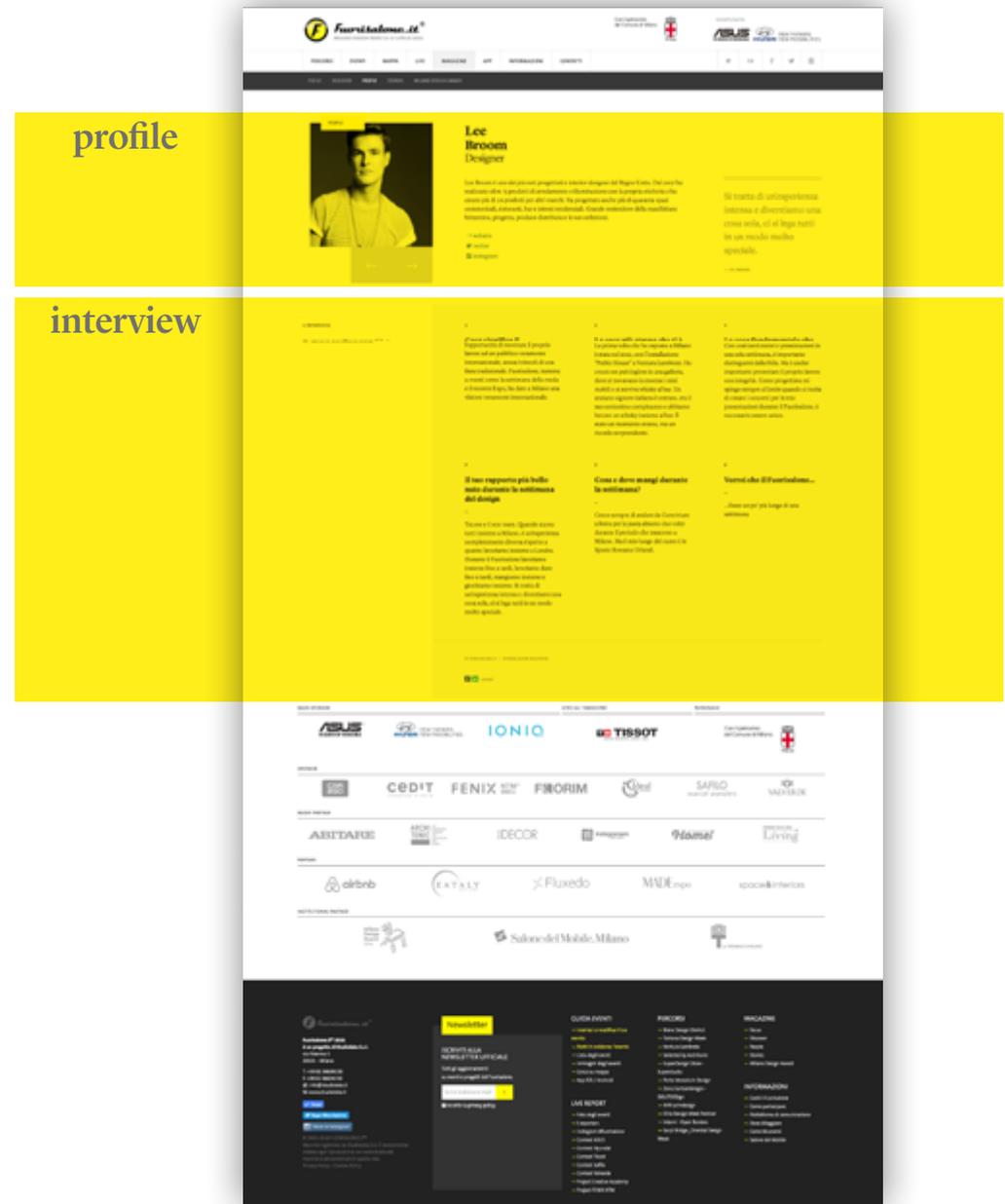
2.4 Articolo People

People Article

Se le Stories danno un punto di vista delle aziende e dei brand di design che hanno fatto la storia del Fuorisalone, la sezione People presenta la Design Week dal punto di vista dei designer o delle figure di rilievo legate alla settimana del design milanese. L'articolo è strutturato con una prima parte introduttiva e descrizione del profilo; nella seconda un'intervista. Il format People ha:

If the Stories give a point of view of the design companies and brands that have made the history of the Fuorisalone, the People section presents the Design Week through the eyes of designers or important characters tied to the Milan design week. The article is made first by an introductory and description profile; the interview is following. The People format has:

- . Pagina dedicata sul sito
- . *Dedicated page on the website*



3. Altri strumenti

Other tools

È possibile acquistare anche degli strumenti di comunicazione singoli, che possono essere integrati a quelli legati alla piattaforma Fuorisalone.it

Questo permette di ampliare l'offerta di comunicazione e di creare, di volta in volta, pacchetti di comunicazione totalmente dedicati alle esigenze di ogni brand e/o progetto, costruendo una proposta che si adatti ad ogni esigenza di comunicazione.

Gli strumenti disponibili sono:

. Newsletter
DEM dedicata

. Social Media
post dedicati

It's possible to buy also single communication tools, which can be integrated to those tied to the platform Fuorisalone.it

This allows to expand the communication offer and to create from time to time communication packages totally dedicated to the needs of a brand and/or projects, building a proposal that can suit any need of communication.

The available tools are:

*. Newsletter
dedicated DEM*

*. Social Media
dedicated posts*

3.1 Newsletter DEM

Newsletter DEM

La DEM è sicuramente il mezzo più efficace che raggiunge, in un unico invio, più persone del settore (immagine di destra). È una newsletter dedicata ad un unico brand o azienda e può essere inviata prima, durante e dopo la Design Week. Il bacino dei destinatari è composto da più di 30.000 utenti.

The DEM is definitely the most effective tool in order to reach more people of the same sector, with a unique sending (image on the right). It is a newsletter dedicated to a unique brand or company and it could be sent before, during or after the Design Week. The base of recipients is made of more than 30.000 users.



3.2 Pacchetto Social Media

Social Media package

La comunicazione di Fuorisalone.it prevede anche un'intensa attività sui social media Facebook (28k fan totali) e Instagram (29k follower totali). L'offerta Social Media dedicata alle aziende è pensata come integrazione ai format. È necessario presentare un **contenuto originale e diverso** nel caso in cui siano programmate più uscite. I contenuti per i post social andranno approvati internamente dal nostro Social Media Team, in modo da garantire coerenza editoriale. Con l'offerta Social Media, in aggiunta al proprio piano di comunicazione o format, si avrà:

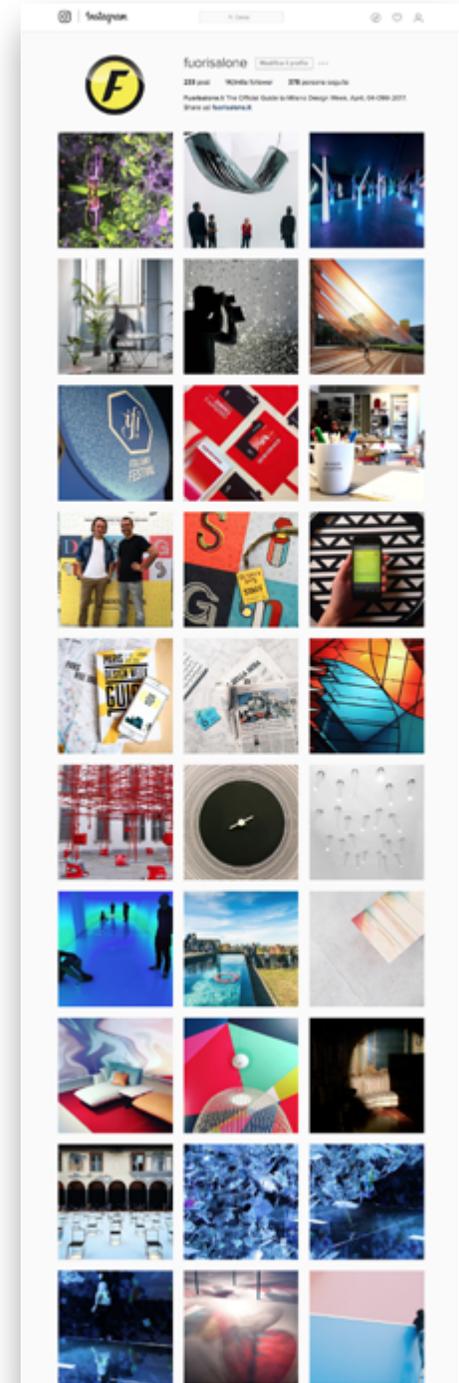
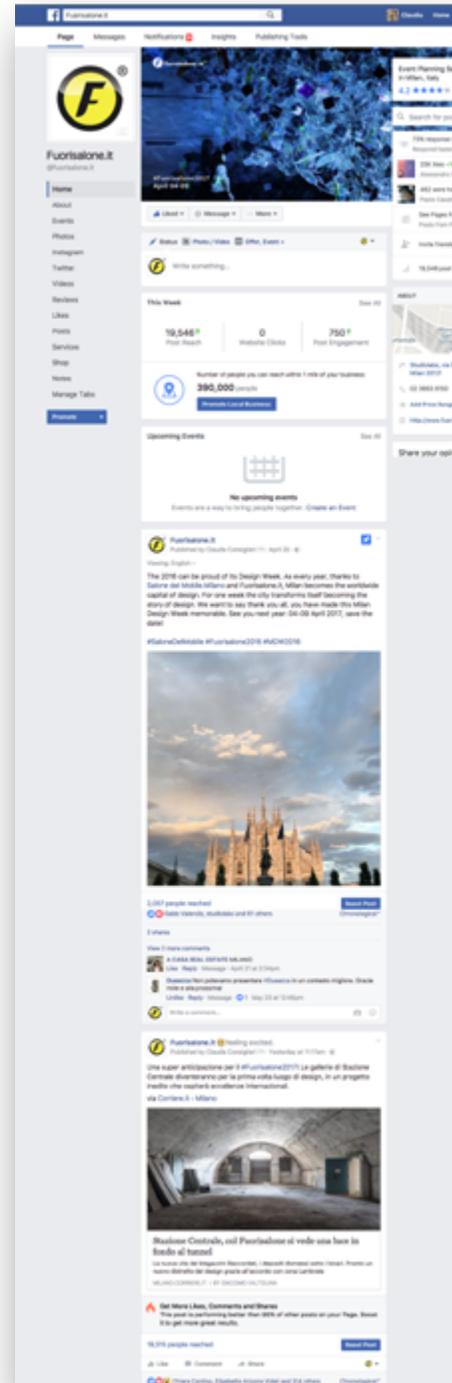
The communication of Fuorisalone.it foresees also an intense activity on social media: Facebook (28k total fans) and Instagram (29k total followers). The Social Media offer dedicated to companies is thought as an integration to the formats. It is necessary to present an original and different content in case there are more posts scheduled. The contents for social media posts shall be approved by our Social Media Team, in order to guarantee editorial coherence. With the Social Media offer, in addition to your own communication format or package, you will have:

. 1 post Facebook

. 1 Facebook post

. 1 post Instagram

. 1 Instagram Post



Sei interessato a ricevere un'offerta?

Contattaci:

Interested in receiving an offer?

Contact us:

giulia@studiolabo.it

info@studiolabo.it

T. 02 3663 8150



Un progetto di Studiolabo
via Palermo 1, Milano
M: info@studiolabo.it
T: 02 3663 8150
www.studiolabo.it

*A project by Studiolabo
via Palermo 1, Milan, Italy
E: info@studiolabo.it
T: 02 3663 8150
www.studiolabo.it*

www.fuorisalone.it
www.fuorisonemagazine.it
Facebook [Fuorisalone.it](https://www.facebook.com/fuorisalone.it)
Instagram [@fuorisalone](https://www.instagram.com/fuorisalone)