



Fuorisalone Design Guide

Media Kit 2021

Chi Siamo

Dal 2003, Fuorisalone.it è la piattaforma di riferimento del Fuorisalone, evento che insieme al Salone del Mobile. Milano definisce la Milano Design Week.

Riconosciuta e promossa da istituzioni e addetti ai lavori come piattaforma e canale di comunicazione ufficiale, marchio registrato con estensioni dedicate a Cina e Giappone, negli anni è stata scelta da aziende operanti in diversi settori merceologici e dai designer, per la promozione di brand, progetti ed eventi dedicati alla Design Week milanese.

Oggi, Fuorisalone è molto più di questo.

Chi siamo

Studiolabo e Fuorisalone

Studiolabo è una società con sede a Milano che si occupa dal 2003 di comunicazione e concept design. Fornisce servizi di consulenza strategica, branding e progettazione grafica, promuove e produce eventi culturali legati al mondo del design e al marketing territoriale ed è autore e ideatore di Fuorisalone.it e Brera Design District.

Fuorisalone.it nata come piattaforma per orientarsi durante la Design Week di Milano nel 2020, a causa della sospensione dell'evento fisico per la pandemia, ha assunto un rinnovato ruolo di portabandiera del design e della cultura del progetto, sia a livello nazionale che internazionale.

Se nel 2020, Fuorisalone.it è stata il luogo di sperimentazione per una dimensione tutta digitale del design, con il 2021 la piattaforma si rivoluziona diventando una vera e propria Guida del Design - fisica, digitale ed ibrida - attiva tutto l'anno.

Nasce Fuorisalone Design Guide

Dalla comunicazione dell'evento Design Week alla promozione di design, arte, architettura e lifestyle, tutto l'anno.

Dopo l'esperienza del 2020, che ha visto la nascita della piattaforma Fuorisalone Digital e la formula della doppia edizione, **Fuorisalone.it propone un nuova soluzione a servizio dei clienti, attiva tutto l'anno e organizzata in diversi strumenti e canali di comunicazione.**

Fuorisalone diventa Fuorisalone Design Guide.

Una Guida dedicata al mondo del design, dell'arte e dell'architettura, ma anche del lifestyle, del food e della tecnologia, sviluppata sulla base di un piano editoriale attivo tutto l'anno e su due eventi: **l'edizione di aprile Fuorisalone Digital** (12-18 aprile) e **l'edizione di settembre Fuorisalone Design Week** (4-10 settembre) in concomitanza con il Salone del Mobile.Milano, prevedendo un modello integrato di attività sul territorio e online, multi canale.

Perchè scegliere Fuorisalone

Esperienza pluriennale al servizio dei clienti, valore internazionale del brand e profonda conoscenza delle logiche di marketing e comunicazione digital.

Fuorisalone rappresenta qualcosa di unico a livello internazionale.

L'evento che celebra Milano Capitale del Design Internazionale ha confermato il suo ruolo anche nel 2020, anno che ha visto per la prima volta l'annullamento della fiera, con un piano di comunicazione totalmente digitale sviluppato da Studioloabo.

L'esperienza maturata ha permesso di capire il valore del brand e del contesto anche oltre il “momento” dell'evento fisico, sviluppando una nuova piattaforma a servizio di pubblico e clienti che garantisce una visibilità sui propri strumenti e una continuità nel tempo, portando il contenuto, le relazioni, la cultura del progetto al centro del format.

Il contesto attuale richiede: identità, relazione, flessibilità, delocalizzazione, networking, multicanalità; tutti ingredienti alla base della piattaforma Fuorisalone Design Guide. Per questo motivo utilizzare Fuorisalone come canale di promozione risulta essere una scelta strategica che affianca le tradizionali attività di marketing e comunicazione dei brand o dei media tradizionali.

La piattaforma integrata di Fuorisalone

Fuorisalone Design Guide: Magazine, Tv, Newsletter, Social insieme a Fuorisalone Meets, China e Japan.

La nuova piattaforma proposta da Fuorisalone.it nasce intorno al concetto di **Design Guide, spostando l'attenzione dalla comunicazione dell'evento a quella del contesto**, da una settimana a tutto l'anno, con un piano editoriale sempre attivo e multicanale.

A seguire lo schema di sintesi dell'offerta principale legata a Fuorisalone.it e la sua audience.

Completano l'offerta **Fuorisalone Meets**, dedicato alla gestione di webinar che permette di organizzare seminari e presentazioni dedicate e i canali **Fuorisalone China** (profili Weibo, Wechat e Miniprogram) e **Fuorisalone Japan** (www.fuorisalone.jp) entrambi nati con l'obiettivo di estendere l'opportunità di comunicazione su due mercati strategici per il made in Italy grazie a un servizio di consulenza, partner locali e alleanze.

Come, quando e cosa comunicare con Fuorisalone

04/04

Le soluzioni di Fuorisalone.it

Fuorisalone grazie alla piattaforma propone soluzioni flessibili e su misura a seconda delle esigenze del cliente.

Si può scegliere di aderire ad un pacchetto standard di comunicazione, che garantisce una presenza sui diversi strumenti con visibilità diretta in occasione delle due edizioni dell'evento o **definire un piano di comunicazione dedicato, componendo i diversi format da sfruttare nel corso dell'anno, quando lo si desidera.**

La competenza e conoscenza del contesto di Studioloabo viene condivisa con il cliente offrendo offrendo una consulenza che lo supporta e lo aiuta ad orientarsi nelle scelte, ottimizzando le risorse e creando nuove opportunità.

Fuorisalone parla di design a 360°: dal furniture design al tech, dai service design all'automotive, real estate, arte, fashion oltre che luxury, lifestyle, travel, well-being, sustainability.

La piattaforma di Fuorisalone

Magazine

News, appuntamenti, storie, persone, aziende e focus su Milano.

Design Guide

Contenuti Digitali ed eventi sul territorio di Milano

Digital TV

Contenuti ondemand e palinsesto live durante gli eventi



Newsletter

L'indispensabile

Approfondimento dei temi della settimana

Osservatorio

Il punto su trend e strategie in ottica B2B

Social Media

Instagram

Pinterest

Facebook

LinkedIn

Strumenti e canali di comunicazione

Fuorisalone.it

- Sito web
- Design Guide
- Magazine
- Brand & Designer
- Percorsi
- Osservatorio
- Landing page/mini siti

Fuorisalone TV

- Serie
- Products and Brands
- Interviste
- Documentari
- Talk
- Meets

Social Media

- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- Pinterest

Newsletter

- L'indispensabile
- Osservatorio
- Tips / DayByDay
- Dem

Fuorisalone China

- WeChat
- Weibo
- Miniprogram

Fuorisalone Japan

- Eventi
- Community
- Progetti Italia/Giappone

L'audience di Fuorisalone

La mancanza dell'evento fisico e del Salone del Mobile nel 2020 sono stati un importante banco di prova per Fuorisalone che ha vinto la sfida grazie a un importante lavoro sui contenuti e sul networking, coinvolgendo un pubblico di addetti ai lavori e operatori del settore.

I dati a previsione sul secondo semestre 2021 e per il 2022 sono molto positivi e prevediamo una crescita costante dell'audience, sommando la parte più consumer legata all'evento a quella più business, legata a contesto e alla piattaforma.

Dati e numeri a supporto

700 schede evento, 450 brand e 900 profili designer presenti a oggi nella Fuorisalone Design Guide con **390k utenti unici, 1.5 milioni di pagine viste** e 163 paesi collegati alla piattaforma da inizio 2020 ad aprile 2021, che contiamo di incrementare significativamente con la prossima Milano Design Week di settembre soprattutto sul piano social media che ha visto **3,3 M impression e 2,5 Reach su Facebook e 9,6 M impression e 5,5 Reach su Instagram con un profilo seguito da 105k follower.**

Fuorisalone Digital 2020

Dati relativi all'anno 2020, senza presenza dell'evento Milano Design Week e Salone del Mobile.Milano

Fascia età media

25/40

Sesso

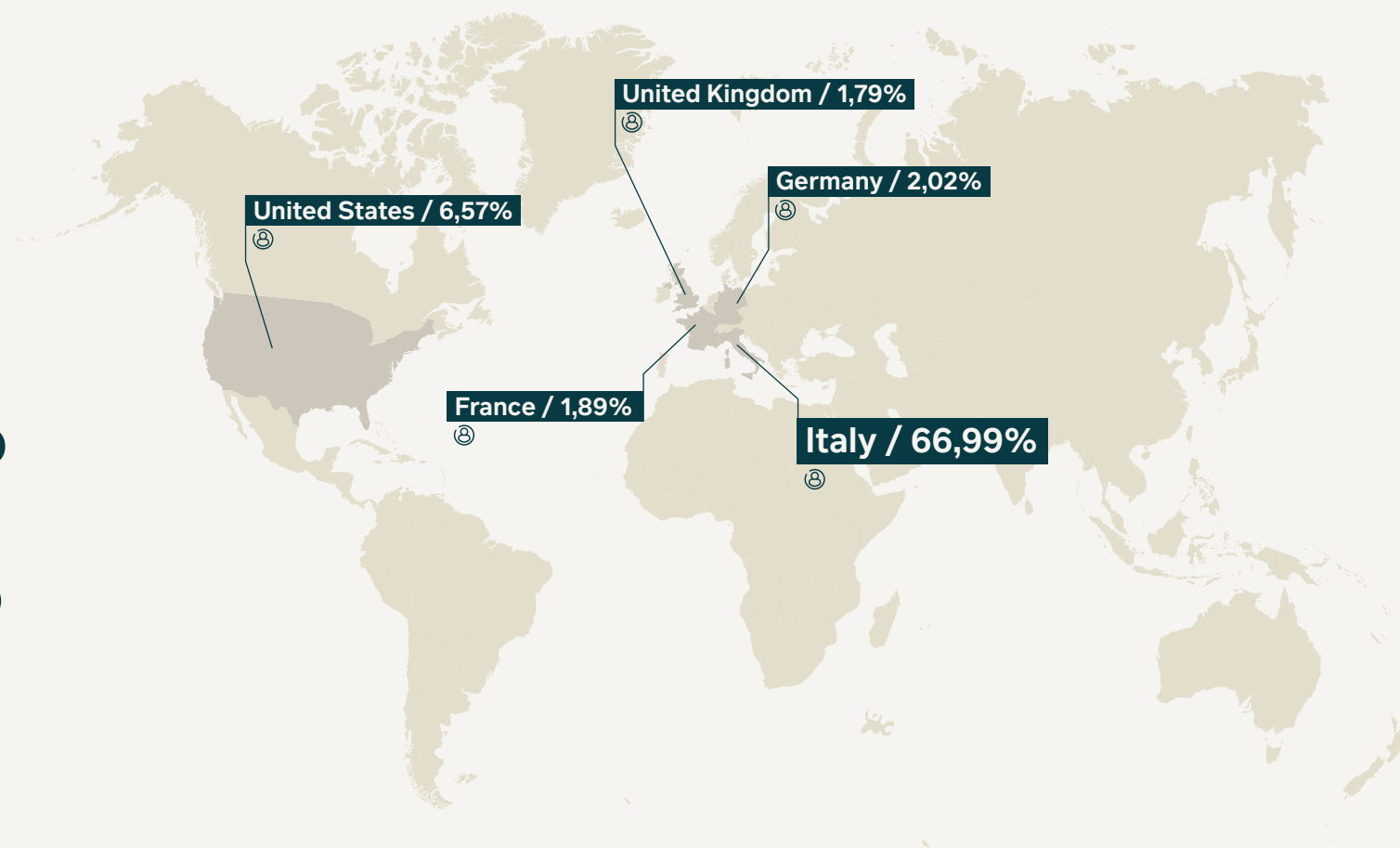


50,6%



49,6%

Top 5 traffico



Fuorisalone Digital/ Aprile 2020-Aprile 2021

Dati relativi al periodo compreso tra aprile 2020 e aprile 2021, senza presenza evento Milano Design Week e Salone del Mobile.Milano. Confronto 2019 relativo a edizione dell' evento in presenza

Utenti/Visitatori

 **390k**

2019 : 469k

Page views

 **1.5 M**

2019 : 2.8 M

Durata media sessione

 **2:31** minuti

2019 : 3.06 minuti

Interessi

- Shoppers/Value Shoppers
- Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts
- Media & Entertainment/Movie Lovers
- Lifestyles & Hobbies/Shutterbugs
- Media & Entertainment/Music Lovers
- Lifestyles & Hobbies/Fashionistas
- Food & Dining/Foodies
- Beauty & Wellness/Beauty Mavens
- Travel/Travel Buffs
- Lifestyles & Hobbies/Art & Theater Aficionados

Fuorisalone Digital Influence

Dati aggiornati a d Aprile 2021

Social media

Instagram \ @fuorisalone

105k

9,6M Impressions 5,5M Reach

Language 40% ita / 18% Eng / 9% Portuguese / 8% Spanish

Man Age: 25-44 16% **Women Age:** 25-44 30%

Woman:65% **Man:** 35%

Facebook \ @fuorisalone.it

37.4k

3,3M Impressions 2,5 Reach

Language

Age: 25-44

Woman:68% **Man:** 32%

Newsletter

community \ Fuorisalone

16k

BtB \ fuorisalone

5k

Linkedin \ @fuorisalone

1.3k

Canale attivato con piano editoriale
in data 15/2/2021

Settori : Design 17,45 % / arredamento 8,73%

Città: Milano 36,2% / Roma 4,25%

Fuorisalone Design Guide

Strumenti e canali di comunicazione

Design Guide

Dall'evento al contenuto, il punto di riferimento per promuovere prodotti, collezioni e progetti

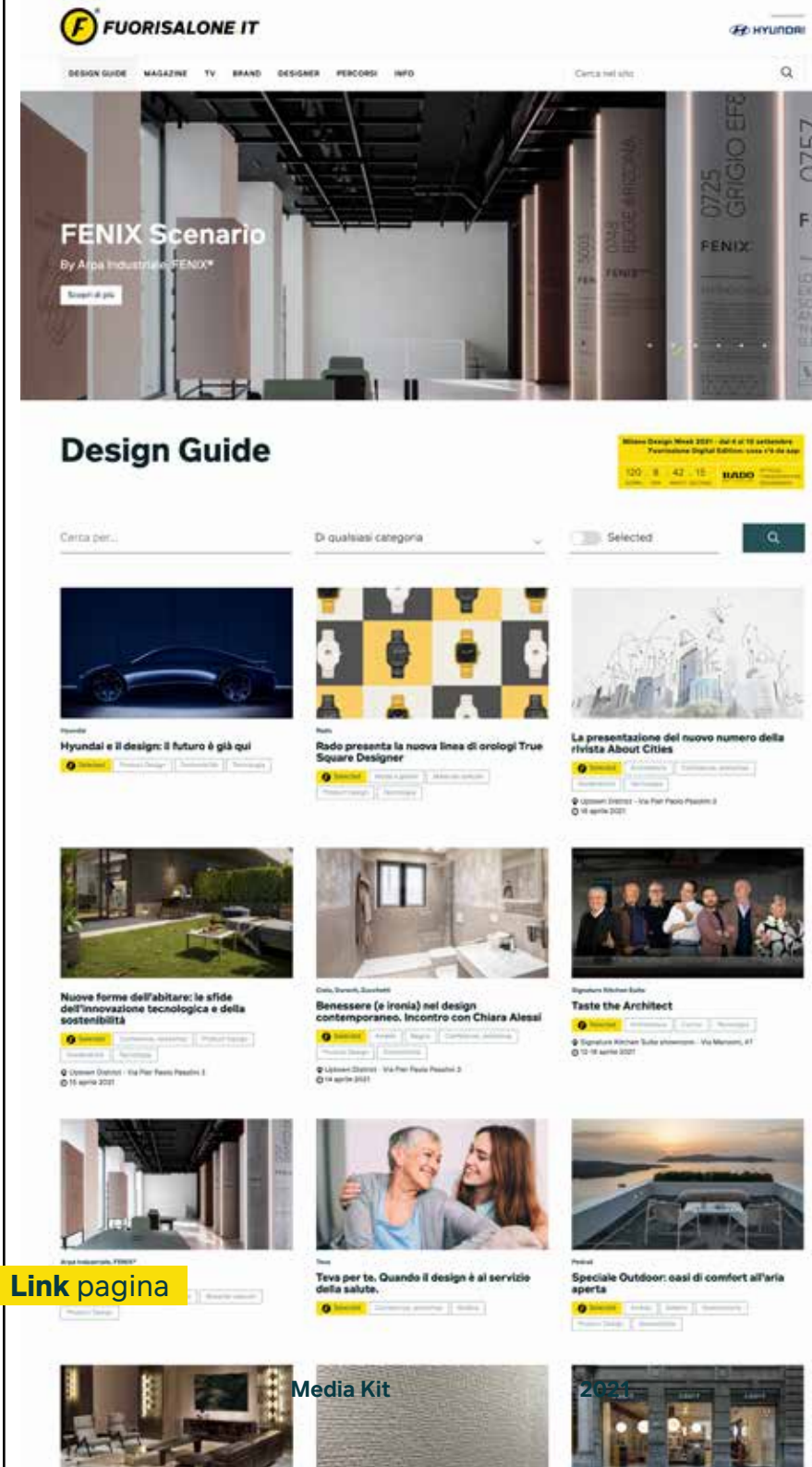
La Design Guide nasce come evoluzione della guida eventi dedicata alla **Design Week** per rispondere alle esigenze delle aziende di comunicare nuovi prodotti, collezioni e progetti sia in riferimento ad un evento fisico sul territorio che in sua assenza, spostando l'attenzione dal dove al cosa.

La Design Guide risulta essere il cuore della nuova piattaforma Fuorisalone.it.

Uno strumento sempre attivo che propone **schede sia di eventi fisici** (con data, indirizzo, percorso su mappa) che di **contenuti digitali, correlandoli a tutti gli altri contenuti presenti in piattaforma** (brand, designer, magazine, tv).

È possibile prendere parte alla guida avendo accesso diretto al cms di Fuorisalone che permette un aggiornamento continuo dei contenuti presenti in maniera diretta e autonoma.

Le schede della Design Guide relative agli eventi sul territorio possono essere visualizzate sia in elenco (con posizione in evidenza per sponsor) che sulla mappa con filtri legati a zona, data, tag così da permettere all'utente di orientarsi facilmente.



Magazine

Un piano editoriale articolato in News, Appuntamenti, Storie, Milano oltre alla navigazione per tag

Il Magazine (digitale) di Fuorisalone nasce dal lavoro quotidiano della redazione coordinata da Alessandro Mitola, giornalista e fotografo con anni di esperienza nel settore Design e Lifestyle. Il piano editoriale prevede la pubblicazione quotidiana di articoli organizzati in cinque macro categorie: News, Appuntamenti, Storie, Milano, Osservatorio oltre alla navigazione per tag di primo e secondo livello.

La proposta di Fuorisalone Magazine segue il principio dell'evento, restituendo una selezione di contenuti legati al mondo del product e interior **design, dell'arte e dell'architettura ma anche di tecnologia, lifestyle, automotive, travel e food** con particolare attenzione nel dare evidenza a mostre, eventi, nuove aperture, esperienze e novità che possono colpire l'attenzione dell'esigente pubblico legato alla design week milanese.



Magazine

Un piano editoriale articolato in News, Appuntamenti, Storie, Milano oltre alla navigazione per tag

Gli articoli, in parte sono a cura della redazione e in parte vengono proposti ai clienti in due differenti forme: quella **dell'intervista o approfondimento sul brand che proponiamo nella sezione Storie**, o della promozione diretta di un **prodotto, progetto o collezione che proponiamo nelle altre categorie**.

La scelta viene fatta insieme al cliente a seconda degli obiettivi di marketing e comunicazione indicati dall'azienda e trovano posto nel sito a seconda del tipo di soggetto che vuole essere promosso.





Caterina Mosca Valerio Castelli MoscaPartners

MoscaPartners nasce nel 2011 dalla passione dei suoi fondatori, Caterina Mosca e Valerio Castelli, che operano da lungo tempo nel settore della cultura e del design.

Guidata dalla volontà di contribuire e promuovere la cultura del progetto attraverso la curatela e l'organizzazione di grandi eventi per lo scambio di nuove idee, MoscaPartners crea dei veri e propri hub internazionali per il design, favorisce l'incontro e il confronto tra professionisti, aziende e il pubblico di appassionati. Tanti i protagonisti del settore che hanno partecipato alle manifestazioni da loro curate: le maggiori scuole europee di design, giovani talenti, influenti architetti e designer sulla scena internazionale come Kengo Kuma, Michèle De Lucchi, Antonio Citterio e Patricia Viel, Marcio Kogan, Patricia Urquiola, Francis Kerb, Diller Scofidio + Renfro, Araf Khan, Peter Von Ellrichshausen e Manuel Aries Mateus, che hanno creato spettacolari installazioni site specific, collaborando fianco a fianco con alcuni dei maggiori brand internazionali del design.

"Cerchiamo di promuovere e diffondere la cultura del progetto: senza innovazione e ricerca il design non esisterebbe"

↳ [Caterina Mosca e Valerio Castelli](#)

L'INTERVISTA

Una chiacchierata con Caterina Mosca Valerio Castelli

Cosa ti aspetti da questa versione digitale del Fuorisalone?

«Che riesce a tener vivo l'interesse della Design Week di Milano, stimolando il dibattito culturale e coinvolgendo un ampio pubblico internazionale.»

L'edizione digitale cambierà il modo di vivere l'evento fisico?

«Credo siano tutti d'accordo nel dire che il digitale non sostituirà mai l'evento fisico ma certamente l'edizione digitale è un'opportunità di interazione maggiore con il pubblico, per comunicare prima, durante e dopo l'evento, per avere uno strumento interattivo e più inclusivo.»

Vi occupate di progetti curatoriali, che futuro vedete nella vostra attività in un futuro ibrido tra fisico e digitale?

«Il lavoro di curatela è prima di tutto un lavoro di pensiero quindi lo strumento digitale che si affianca al reale rappresenta un'opportunità in più, di arricchimento e approfondimento dei contenuti e soprattutto di interazione maggiore con il pubblico. Tutto questo è molto interessante e stimolante ma richiede anche lavoro e competenze maggiori e investimenti conseguenti.»

Il grande successo ottenuto negli anni dal Fuorisalone come influisce e cosa comporta per chi come voi mira alla qualità dei contenuti e vuole anche promuovere i giovani e le scuole di design?

La cosa più strana che ti è successa durante il Fuorisalone?

«Sono state due. La prima è che ci siamo conosciuti durante un Fuorisalone agli inizi degli anni '90. Da lì è nata la nostra relazione e...

La cosa fondamentale che hai scoperto o imparato al Fuorisalone?

«La Milano Design Week nel suo complesso (Fuorisalone e Salone) è un evento straordinario, unico al mondo, inclusivo, profondamente democratico un punto di incontro...



Signature Kitchen Suite

Signature Kitchen Suite è il nuovo marchio di elettrodomestici built-in alto di gamma parte del gruppo LG. Guidato dalla filosofia True to Food, che mette al centro il rispetto del cibo e della filiera, SKS propone una gamma di prodotti dal design sofisticato e dalla tecnologia all'avanguardia che si compone da frigoriferi e congelatori a colonna, French Door, Vino Cantina, forni a vapore e combinati, cassetto scallavivande, piano a induzione, macchina da caffè e lavastoviglie. Nell'ottobre 2020, SKS ha aperto il suo primo showroom europeo a Milano: uno spazio espositivo che racconta la filosofia del brand attraverso una serie di incontri ed eventi dedicati al mondo del cibo.

Via Alessandro Manzoni 47, angolo Piazza Cavour
20121 Milano
showroom@signaturekitchen.it
Tel. 02 90000971
www.signaturekitchen.it

[@skuplusceitaly](#)
[@skuplusceitaly](#)

Mariela Ricci, marketing manager Signature Kitchen Suite.

↳ [Inquadrare l'immagine](#)



DESIGN WEEK

Il ruolo di Milano per il design oggi.

«Milano è un hub internazionale per la progettazione e il design del prodotto. In senso più ampio, è un luogo di contaminazione in cui si intrecciano diverse creatività, dalla moda, all'arte, al food fino all'architettura. Aprire a Milano il nostro primo showroom d'Europa è stata una scelta naturale: posizionare nel cuore della città, tra i quartieri della moda, design district e luoghi culturali, vuole...

Showroom espositivo o spazio multifunzionale? come cambia lo spazio commerciale oggi e come avete pensato il vostro spazio espositivo?

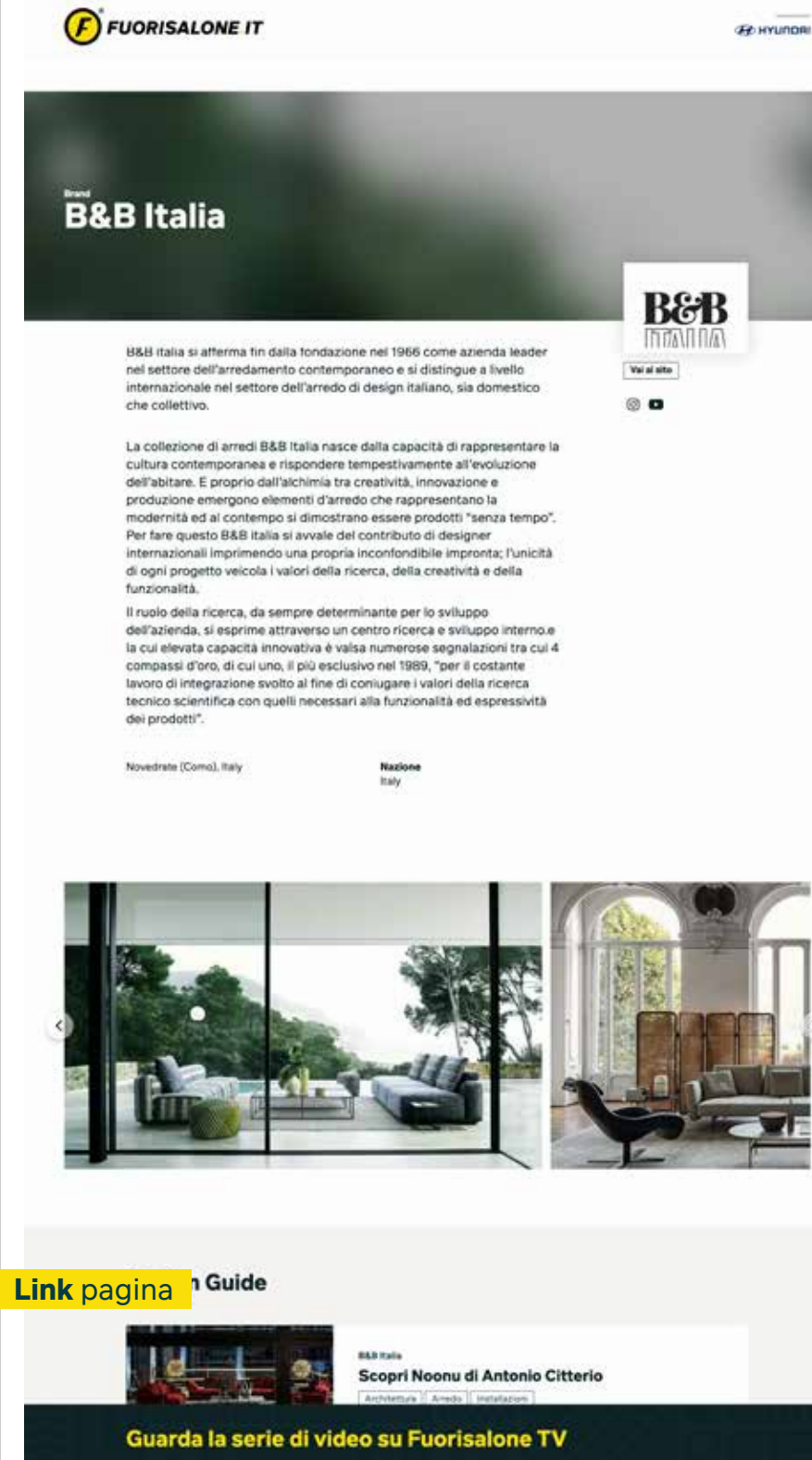
«Lo spazio ben esprime la personalità del brand. L'esposizione dei prodotti all'interno di installazioni ispirate all'arte contemporanea si affianca a spazi privati per ospitare eventi e attività: la ricerca al punto zero sarà...

Avete scelto di aprire il vostro primo showroom nel Brera Design District, quali sono i motivi di questa scelta?

«Volevamo uno spazio in cui il dialogo con il mondo del design fosse facilitato anche dalla vicinanza fisica. Piazza Cavour a Milano è un luogo storico della città, di grande prestigio, e per noi era importante essere vicini da al mondo della progettazione...

L'archivio digitale dei protagonisti del design, sempre accessibile e correlato a tutti i contenuti della piattaforma

Le aziende che prendono parte al progetto possono caricare la propria scheda e aggiornarla nel tempo oltre a collegare o creare le schede relative ai designer che hanno firmato prodotti, collezioni o progetti.



Percorsi

Dedicati all'evento, pensati per orientare il pubblico verso luoghi o contenuti verticali

La sezione percorsi nasce come forma di **orientamento per il pubblico della Design Week milanese organizzando le schede evento per zona della città** o progetto di riferimento e si evolve con Fuorisalone Digital **includendo anche percorsi tematici o tipologici, che non prevedono di fatto una presenza sul territorio.**

Questa sezione può essere utile per promuovere progetti di comunicazione che coinvolgono più brand o per dare visibilità ad una realtà istituzionale, sia essa rappresentante di un paese o di una tipologia o attività commerciale.

L'obiettivo è quello di creare un mix & match di queste due tipologie per offrire al pubblico un modo ancora diverso per approfondire e conoscere la proposta degli espositori e inserzionisti.



Dialogo aperto e confronto diretto con i protagonisti del design

Osservatorio accoglie approfondimenti e riflessioni, con contributi da parte di professionisti, per fotografare lo stato dell'arte all'interno dell'industria del design, un'indagine volta a comprendere il pensiero di CEO, direttori creativi e marketing manager.



Fuorisalone TV

Il nuovo modo per condividere e conoscere il design online

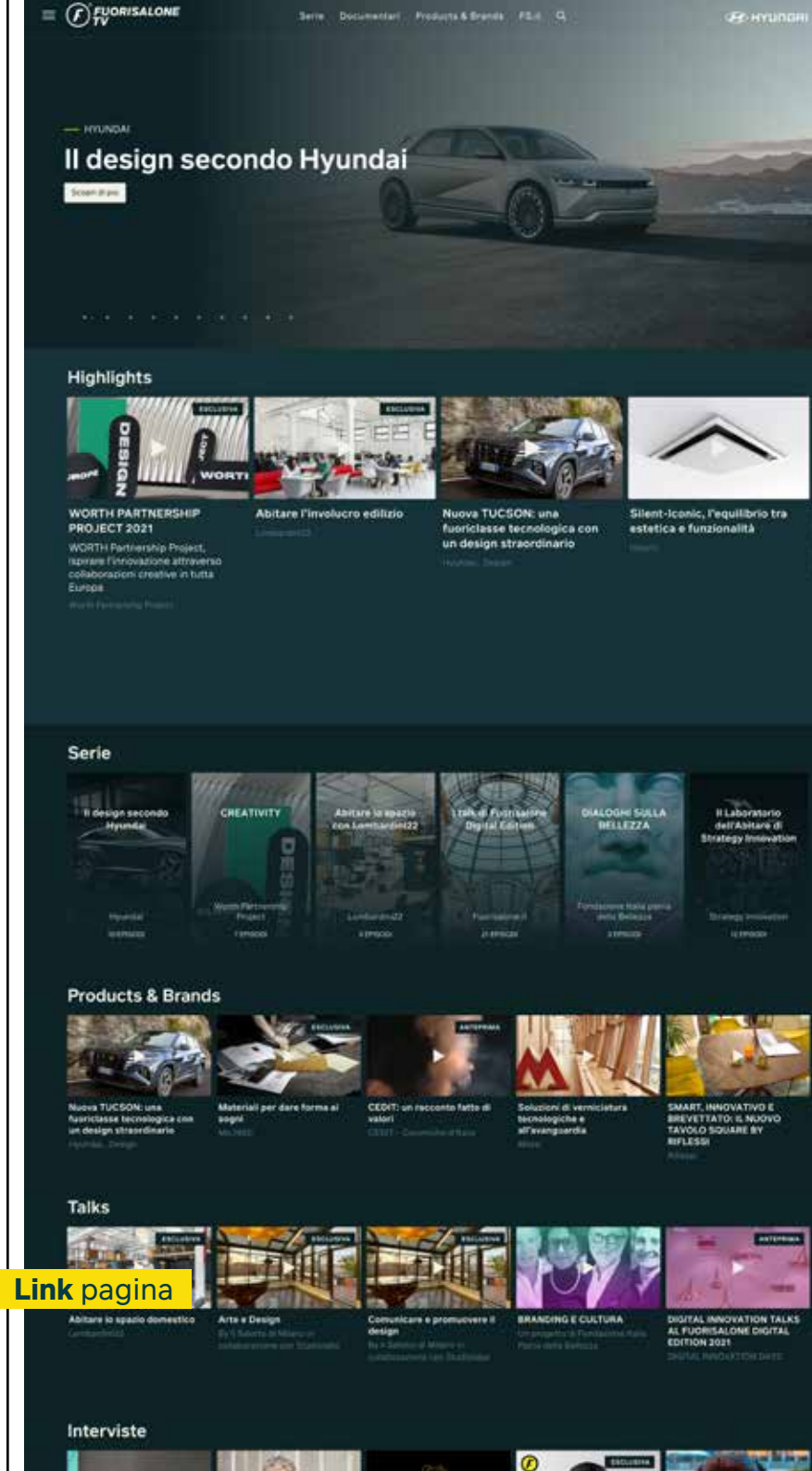
Fuorisalone TV è il più recente strumento di Fuorisalone.it creato per vivere in un nuovo modo l'esperienza del design online.

Il video diventa il linguaggio di riferimento per promuovere live talk, anteprime di prodotto, film, documentari, interviste, da vedere in diretta o disponibili on demand.

Attivo tutto l'anno e sempre aggiornato è pensato per aumentare la comunicazione digitale dei brand che prendono parte a Fuorisalone attraverso un palinsesto promosso e ripreso durante tutto l'anno grazie ad una presenza nella newsletter L'indispensabile e ai canali social.



[Link pagina](#)



Fuorisalone TV

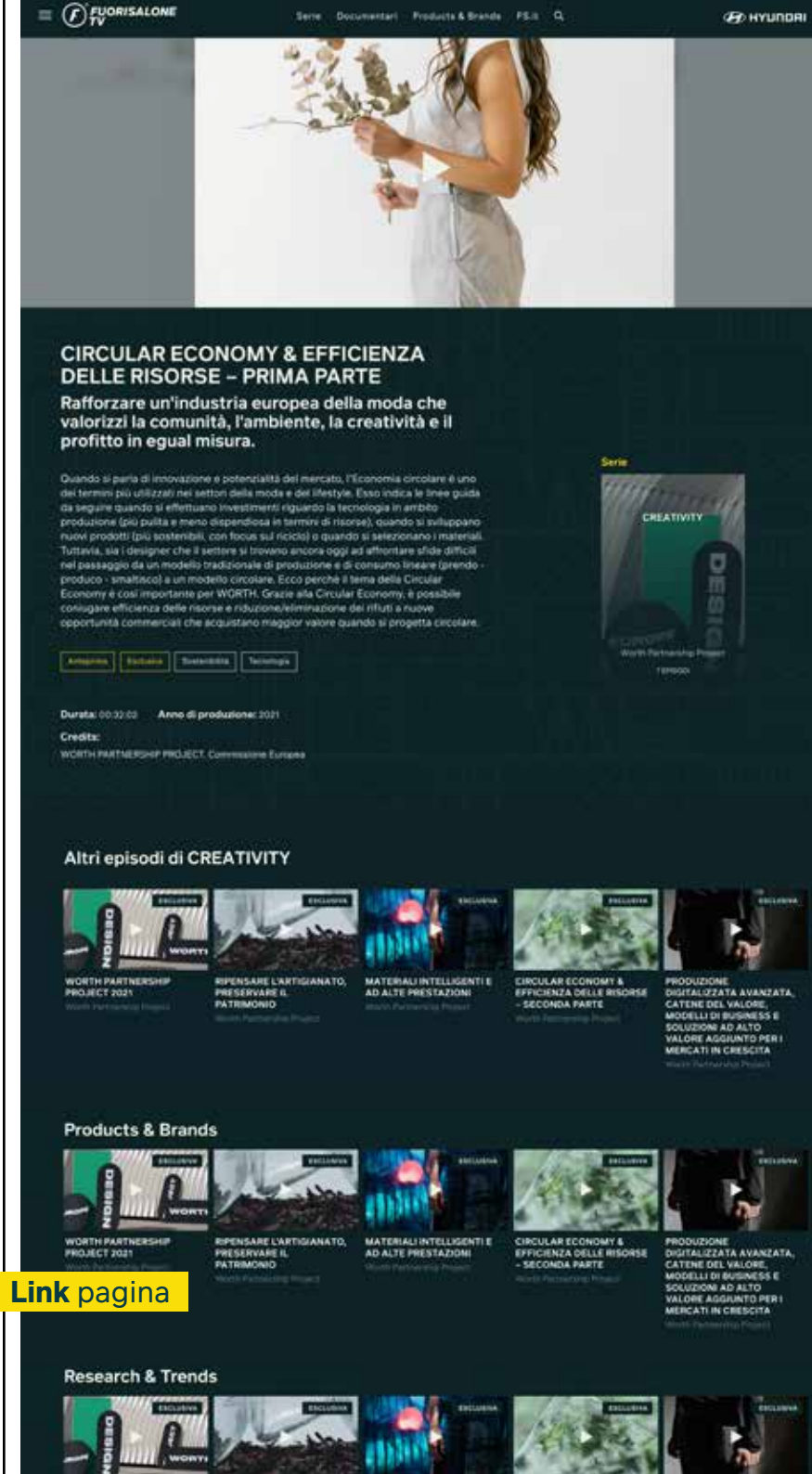
Il nuovo modo per condividere e conoscere il design online

Il palinsesto della TV è organizzato su varie tipologie di contenuto e viene proposto sia in live streaming, in occasione di eventi, che promosso ondemand.

Le tipologie di contenuto previste sono:

- **Serie:** contenuti aggregati, proposte di singoli brand, collezioni e approfondimenti
- **Products and Brand:** nuovi prodotti, progetti e collezioni
- **Interviste:** approfondimenti e confronti con i protagonisti del design e del lifestyle internazionali
- **Documentari:** ricerca, storia, miti
- **Talk:** tavole di lavoro e confronto su vari temi

Infine le aziende e i designer, se lo desiderano, possono affidarsi ai partner di Fuorisalone TV, sia per la produzione dei video on demand, sia per la registrazione e trasmissione live.



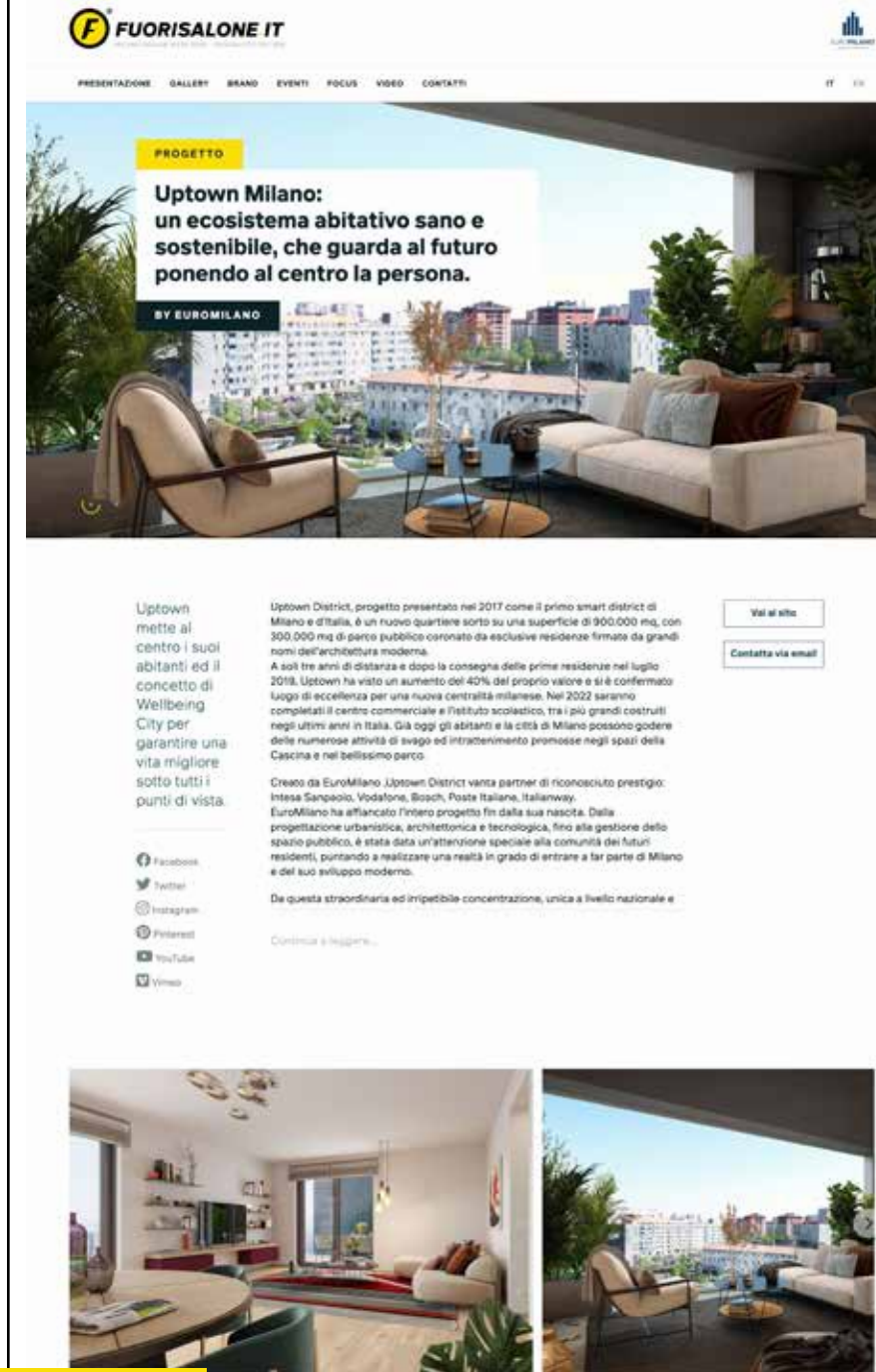
[Link pagina](#)

Landing page / Mini sito

Soluzione dedicata per il lancio e la promozione di campagne di comunicazione

Fuorisalone offre la possibilità di creare landing page e mini siti web con dominio dedicato collegato a Fuorisalone, al fine di raccogliere tutti i contenuti promossi in piattaforma in un unico contenitore promosso sia con campagne sponsorizzate da Fuorisalone che direttamente dal cliente.

Questa soluzione, aggiornabile nel tempo e personalizzabile permette di raccontare collettive, progetti curatoriali ed eventi che prevedono il coinvolgimento di più soggetti, designer e brand.



Link pagina

Social Media

La comunicazione condivisa:
Instagram / Facebook / LinkedIn

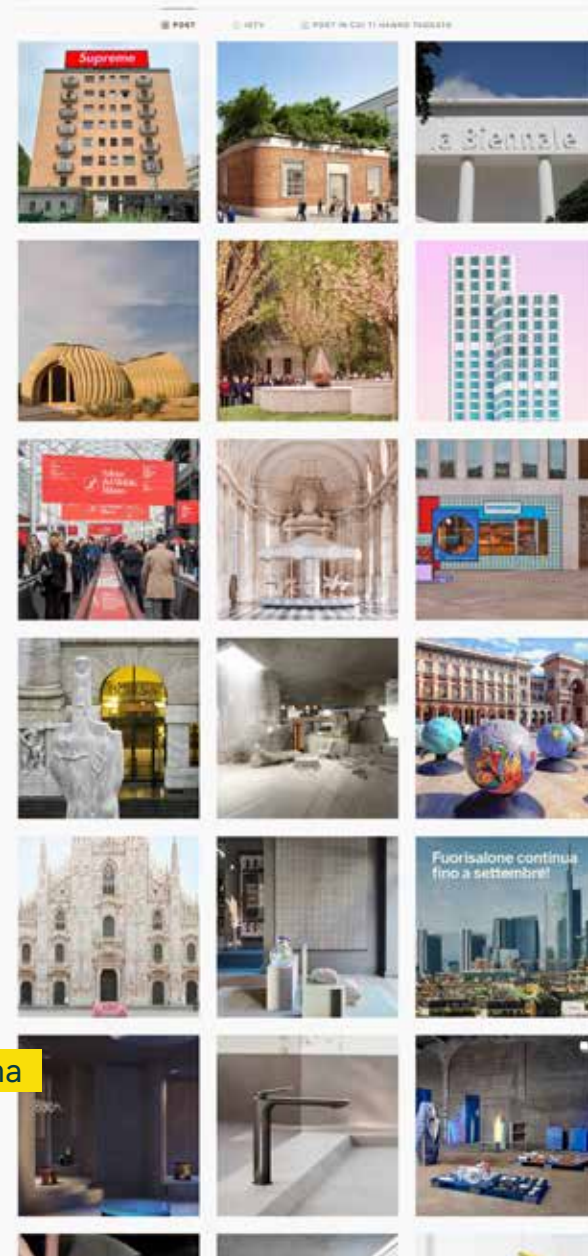
La comunicazione di Fuorisalone.it prevede anche un'intensa attività sui social media, i canali principali sono, con dati aggiornati a marzo 2021:

- **Instagram** (105k Followers)
- **Facebook** (38k Fan totali)
- **LinkedIn** (2k Followers).

Per sfruttare al meglio l'opportunità offerta dalla condivisione sui nostri canali è opportuno scegliere un contenuto originale e diverso nel caso in cui siano programmate più uscite. I contenuti per i post social vengono condivisi con il nostro Social Media Team, in modo da garantire sempre una coerenza editoriale e un feedback coerente all'investimento fatto.

La scelta del canale viene fatta in funzione dell'obiettivo di comunicazione, del target e del tipo di contenuto proposto, così come il tono di voce e il copy sono scelti in riferimento al contesto e al momento della comunicazione, grazie al confronto diretto con il team di Studiolo.

Il cliente, sia esso azienda, agenzia, centro media o ufficio pr, viene affiancato e supportato nello sviluppo dei contenuti e dei format di comunicazione così come nella definizione degli investimenti in sponsorizzate sui diversi canali.



[Link pagina](#)

Social Media

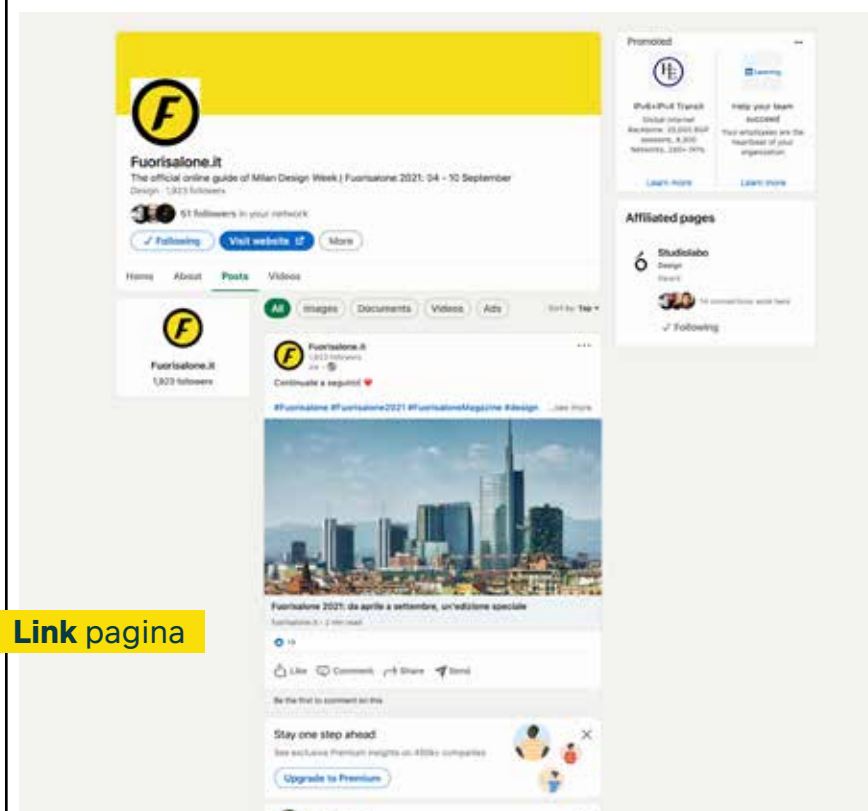
La comunicazione condivisa:
Instagram / Facebook / LinkedIn

Ci sono varie tipologie di attività che si possono programmare:

- **Post dedicati** che condividono contenuti, progetti, anteprime, integrate al piano editoriale di Fuorisalone che può prevedere il link diretto di approfondimento con un articolo sul magazine, un video in IG Tv o Fuorisalone TV o direttamente sul canale del cliente.
- **Countdown o attività teaser/preview** composti da una serie di uscite social che anticipano l'inizio di un'attività, un lancio prodotto/progetto o un evento. Nel caso di un appuntamento fisico la creatività proposta per il post deve essere di anticipazione dell'installazione, come ad esempio un dettaglio, una foto del designer o una video intervista.
- **Contest con #hashtag**, dedicato a quelle aziende e brand che necessitano interagire con il nostro pubblico e target attraverso una call to action promossa in co-branding con Fuorisalone.it. Il brand che sceglie e opta per questa strada di comunicazione deve avere un contenuto smart e adatto alla promozione sui canali social.
- **Take-over post/Stories**, dedicata a scuole di design, istituzioni o brand che possono proporre figure interne o influencer di settore. Questa attività prevede una serie definita di post (max. 3) e/o stories prodotti da una persona, esterna al team social di Fuorisalone.it, che in qualche modo è legata al brand.



Link pagina



Link pagina

Newsletter

L'importanza di una comunicazione selezionata, formattata e diretta al nostro pubblico

La newsletter di Fuorisalone torna a essere uno strumento fondamentale di comunicazione e promozione nel nuovo piano editoriale di Fuorisalone **Design Guide**. Rispetto al passato si evolve, cambia formato e si adatta a target e contesto per essere utile, interessante e coinvolgente rispetto al nostro pubblico.

I format previsti sono:

- **L'indispensabile** > Ciò che c'è da sapere su design e non solo, ogni venerdì
- **Osservatorio** > Strategie di marketing e comunicazione condensate in una mail
- **Tips/Day By Day Multi articolo** > Proposte e progetti selezionati, ogni giorno in occasione di un evento
- **DEM** > Comunicazioni dedicate ai clienti

L'indispensabile

Per restare aggiornati su tutto ciò che succede nel design. E non solo.

"Comunità Resilienti" è il titolo del Padiglione Italia della 17esima Biennale Architettura di Venezia, che prenderà il via sabato 22 maggio con la curatela Hashim Sarkis. Il progetto pone al centro la grande questione del cambiamento climatico, interrogandosi sul ruolo e sul contributo dell'architettura oggi nel contrastare l'impatto ambientale.

Si parlerà di desertificazione del meridione, della riduzione delle risorse di acqua dolce e della produttività agricola, dell'aumento della frequenza e della violenza di fenomeni climatici estremi stanno impoverendo le comunità sul nostro territorio.

Sarà un Padiglione Italia a impatto CO₂ quasi zero, coerentemente con il tema trattato: l'allestimento e le installazioni saranno realizzate grazie al recupero e al riutilizzo dei materiali impiegati per il Padiglione Italia 2019 della 58. Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale di Venezia, a cui seguirà una rilocalizzazione in forma permanente di tutto quello che verrà prodotto.

Nelle parole del curatore del progetto, l'architetto e ricercatore Alessandro Melis: "Come il genoma e il cervello umani, il padiglione sarà una giungla abitata da strane creature dove poter ascoltare un rumore di fondo che è già assordante e che richiede una risposta adeguata, facendo ricorso a nuovi paradigmi della conoscenza."

Buona lettura.



[Link pagina](#)

ARCHITETTURA

Gli appuntamenti della Biennale di Architettura di Venezia 2021

Rimandata di un anno, la 17. Mostra Internazionale di Architettura aprirà al pubblico il 22 maggio e affronterà il tema How will we live together?, incrociando collaborazioni trasversali e multidisciplinari.

Newsletter

L'importanza di una comunicazione selezionata, formattata e diretta al nostro pubblico

L'indispensabile

Un nuovo formato, distribuito ogni venerdì, riassume il meglio della settimana proponendo in apertura, un punto di viste editoriale e a seguire una selezione degli articoli usciti nel magazine, una selezione di rassegna stampa e un estratto legato a un video presente in Fuorisalone TV.

Questo format può accogliere contenuti sponsorizzati e promozione di mostre, eventi, appuntamenti oltre a lancio di nuovi prodotti.

[Link pagina](#)

Osservatorio

Formato dedicato alla promozione diretta al nostro pubblico di addetti ai lavori, con un approfondimento che riassume le riflessioni nate dal confronto con i referenti delle aziende, ricercatori e consulenti nell'ambito delle strategie di comunicazione e marketing, utile per aver una sintesi condivisa sullo stato dell'arte dell'industria del design.

[Link pagina](#)

Newsletter

L'importanza di una comunicazione selezionata, formattata e diretta al nostro pubblico

Tips/Day By Day Multi articolo

Formato dedicato alla promozione di eventi, appuntamenti e lancio prodotti in occasione dell'evento (nelle sue diverse edizioni).

Questo format prevede la possibilità di acquistare una singola posizione/articolo collegando il contenuto all'approfondimento sul sito di Fuorisalone.

[Link pagina](#)

Newsletter DEM

La newsletter DEM (dedicata) è il formato pensato alla promozione di un singolo contenuto proposto dal cliente, orientato a promuovere in maniera diretta brand, prodotto, evento o attività che prevede la possibilità di customizzare il layout all'interno di un format predefinito inserendo call to action interne o esterne al sito di Fuorisalone.it.

Lo sviluppo del contenuto, la declinazione del tone of voice, la scelta delle immagini e del template viene condivisa con il team di Studiolabo che supporta e orienta il cliente nelle diverse scelte.

[Link pagina](#)

Italy

Via Palermo, 1
20121 - Milano

T. (+39) 02 36.63.81.50
info@studiolabo.it

Fuorisalone.it[®]
è un progetto di Studiolabo S.r.l.

© 2003-2020 FUORISALONE.IT[®]
Marchio Registrato da Studiolabo S.r.l.
è severamente vietata ogni riproduzione
non autorizzata del marchio e dei
contenuti di questo sito.