



# Fuorisalone Design Guide

Media Kit 2022

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. Luogo di sperimentazione per una dimensione tutta digitale del design.

Nel 2021 la piattaforma si rivoluziona diventando una vera e propria Guida del Design - fisica, digitale ed ibrida - attiva tutto l'anno. Nel 2022 la Design Guide sarà sempre attiva tutto l'anno con progetti e attività legate ai brand di design e non solo, e una sezione, la Guida Eventi, che durante la Design Week si attiverà con tutti gli strumenti e canali ad essa collegati per diventare un vero e proprio mezzo per l'orientamento agli eventi.

## 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: Guida Eventi, Magazine, Social, Newsletter e TV, insieme a Fuorisalone Meets, China e Japan.

La piattaforma 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](http://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

03/04

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 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 Studiolabo 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 Design Guide

### Magazine

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

### Guida Eventi

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
- Guida Eventi
- 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 Magazine

---

- News
- Appuntamenti
- Storie
- Milano
- Osservatorio

### Fuorisalone China

---

- WeChat
- Weibo
- Miniprogram

### Fuorisalone Japan

---

- Eventi
- Community
- Progetti Italia/Giappone

## L'audience di Fuorisalone

Il 2021 è stato un Fuorisalone che ha stupito per il gran numero di partecipanti, in una certa misura inaspettato, e per il rinnovato fermento nelle vie e nei distretti della città. Quello che invece non sorprende è la qualità dei progetti realizzati da aziende e professionisti di settore nel corso della settimana.

L'edizione di settembre, in concomitanza con Supersalone, è stata l'edizione della rinascita per la città e la conferma del ruolo di Fuorisalone.it. Ha confermato la volontà del sistema arredo e design italiano di mantenere la sua centralità, riaffermando la preminenza di Milano. Si è puntato sul contenuto, affrontando temi come la sostenibilità, l'inclusione e la creatività consapevole, sperimentando nuovi materiali e nuove soluzioni per far fronte ai temi dell'abitare contemporaneo. **Progettisti, imprenditori, design lover, studenti e pubblico straniero** hanno popolato la città nel rispetto delle norme anti-Covid.

Anche per il 2022 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 edizione 2021

I numeri, non scontati, di questo 2021 fanno ben sperare in vista dell'edizione aprile 2022. La piattaforma ha proposto **763 eventi di cui 594 sul territorio, dialogando con 655 brand e promuovendo 1.041 designer**. Fuorisalone Magazine, le newsletter daybyday, il piano social media organico più i progetti sponsorizzati hanno raggiunto la nostra design community che è cresciuta nei soli 10 giorni di riferimento dell'evento del 10% del totale.

Abbiamo registrato **più di 500k utenti unici superando le 2 milioni di pagine viste**. Numeri in linea ma legati quest'anno a un target qualificato di professionisti e addetti ai lavori, capace quindi di migliorare la conversione da parte dei nostri investitori.

Importante la copertura raggiunta anche dalla comunicazione attraverso i nostri canali social che hanno visto su **Instagram 4.8M di impressions, 1.2M di Reach, 128.3k like ricevuti su 89 post pubblicati dal 23/8 a 11/9 con il post con più engagement che ha ricevuto 7.500 like e 40 commenti. Facebook ha registrato 1.1M di impression nei 48 post pubblicati con 747.7k di reach e la page engagement di 32.6k e 38.4k page likes**.

# Fuorisalone Design Guide 2021

Dati relativi all'anno 2021

## Fascia età media

**25/40**

## Sesso

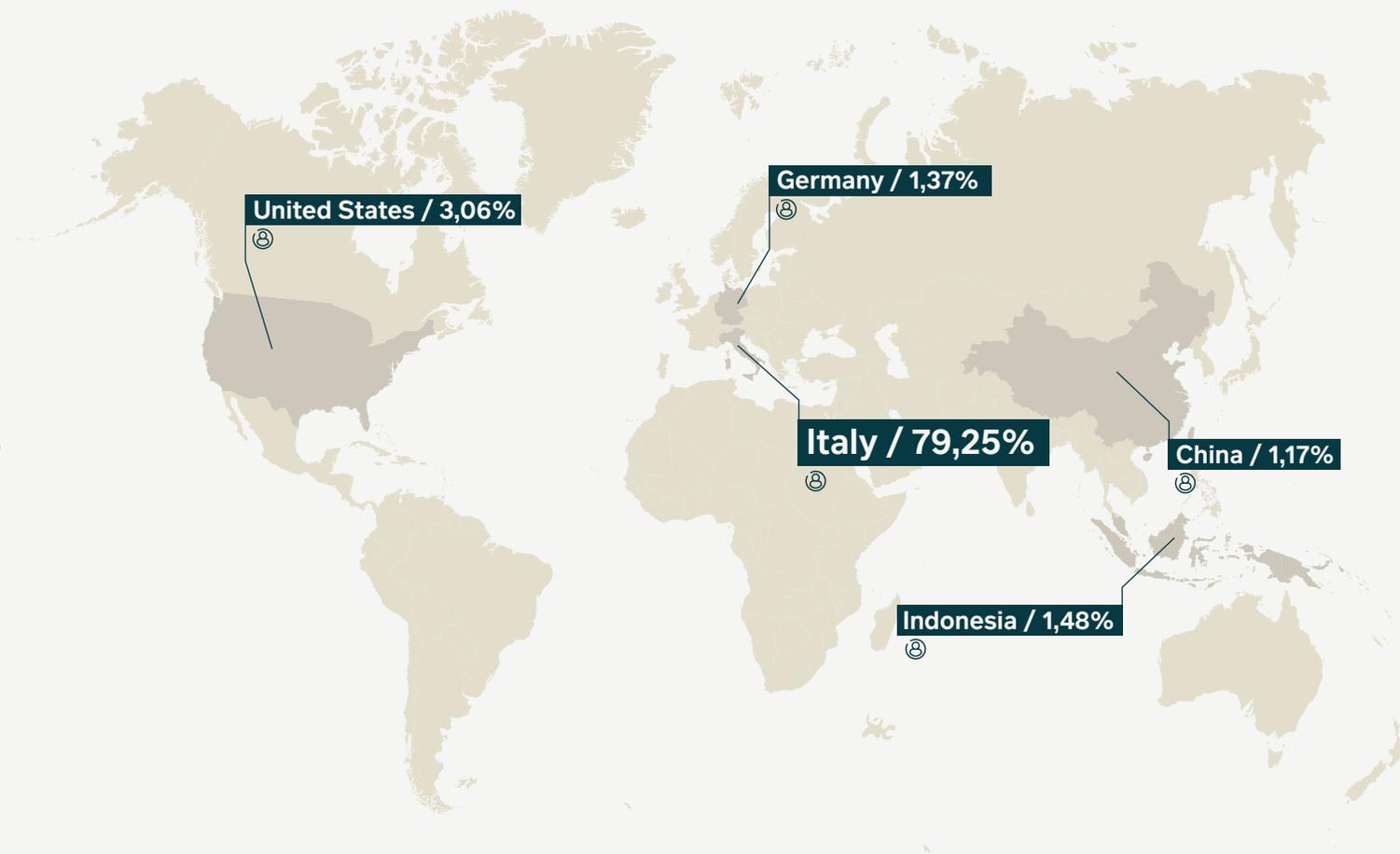


**43,8%**



**56,2%**

## Top 5 traffico



# Fuorisalone Design Guide 2021

Dati relativi al periodo compreso tra gennaio e dicembre 2021

## Utenti/Visitatori

 **+500K**

2020 : 390K

## Page views

 **+2M**

2020 : 1.5 M

## Durata media sessione

 **1:14 minuti**

2020 : 2:31 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 dicembre 2021

## Social media

Instagram \ @fuorisalone

# 121,2k

**11,3M Impressions 5,7M 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

# 38.4k

**4,2M Impressions 3,2 Reach**

**Language**

**Age:** 25-44

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

---

## Newsletter

community \ Fuorisalone

# 18k

**BtB \ fuorisalone**

# 7k

---

Linkedin \ @fuorisalone

# 3k

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

**140,9K Impressions 83K Reach**

**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

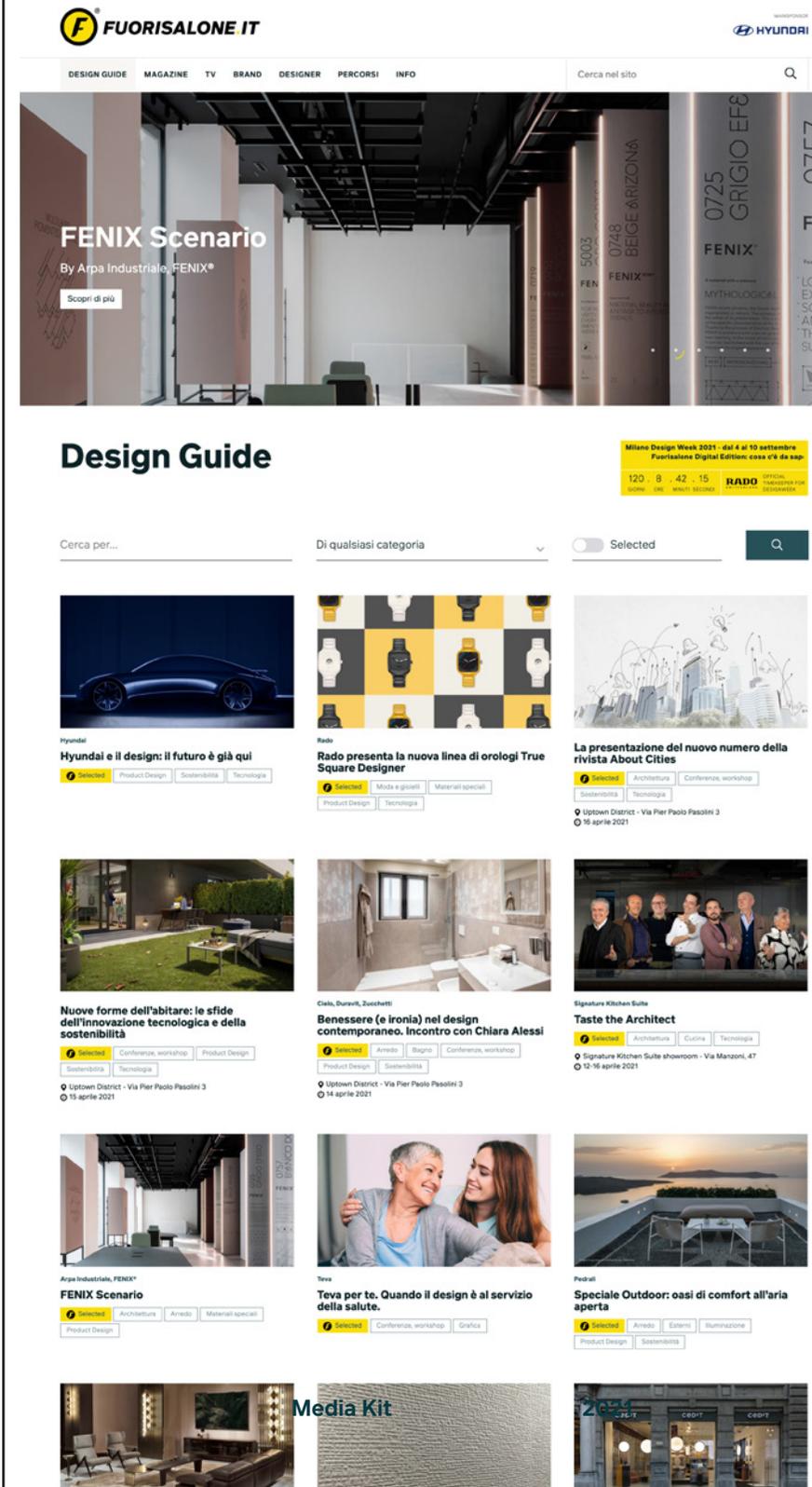
La Design Guide nasce come evoluzione della guida eventi dedicata alla Design Week per rispondere alle esigenze delle aziende di comunicare nuovi prodotti, collezioni e progetti sia in riferimento ad un evento fisico sul territorio che in sua assenza, spostando l'attenzione dal dove al cosa.

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.



The screenshot shows the Fuorisalone.IT website interface. At the top, there is a navigation menu with categories: DESIGN GUIDE, MAGAZINE, TV, BRAND, DESIGNER, PERCORSI, INFO. A search bar is located on the right. Below the navigation, there is a main banner for the Venice Architecture Biennale 2021 with the text "Gli appuntamenti della Biennale di Architettura di Venezia 2021" and a "Leggi l'articolo" button. The main content area is titled "News" and contains a grid of article cards. Each card features a thumbnail image, a title, and a short description. The articles include: "See Through: l'installazione in bambù di Morag Myerscough a Londra", "Il primo store italiano di Supreme, a Milano", "Uno shop online dedicato ai giovani collezionisti", "Al via il cantiere della Factory di Manifattura Tabacchi", "Tecla è una casa stampata in 3D in terra cruda", "Le migliori foto di architettura nominate al Sony World Photography Award 2021", "Lo store del London Design Museum si trasforma in un supermercato", "L'open call 'Sono tazza di te'", "The Village: miniature di design in marmo firmate Salvatori", "Lodes Talks Series: scopri le menti dietro la collezione", and "Bam Design: l'artigianato sardo in equilibrio tra tradizione e innovazione". A yellow box with the text "Link pagina" is overlaid on the bottom left of the screenshot.

Link pagina

## 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.

The screenshot shows the website layout for FUORISALONE.IT. At the top, there is a navigation menu with categories like DESIGN GUIDE, MAGAZINE, TV, BRAND, DESIGNER, PERCORSI, and INFO. A search bar is located on the right. Below the navigation, there are sub-categories: NEWS, APPUNTAMENTI, STORIE, MILANO, and OSSERVATORIO. The main content area features a large image of the 'See Through' art installation, which is a colorful, geometric structure made of bamboo poles and fabric panels. The headline reads: "See Through: l'installazione in bambù di Morag Myerscough a Londra". Below the image, there is a text block that reads: "Si trova a Grosvenor Square, tra Mayfair e Belgravia, ed è un invito a essere attraversata nella speranza di donare gioia e spensieratezza." To the right of this text, there is another text block: "In questo periodo di incertezza e di continue aperture e chiusure, l'artista **Morag Myerscough** ha deciso di regalare alla città di Londra e ai suoi cittadini un'installazione all'aria aperta." Below this, there is a quote: "'See Through' è una scultura interattiva molto colorata, caratterizzata da motivi geometrici e messaggi al neon di gioia e speranza. Si tratta della prima opera che l'artista britannico ha realizzato in bambù, materiale scelto per l'alto grado di flessibilità e sostenibilità." Below the quote, there are two smaller images of the installation. The first image shows the installation from a distance, and the second image shows a person walking through the structure. At the bottom of the page, there is a yellow button with the text "Link pagina".

**Link pagina**



## 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, Michele De Lucchi, Antonio Citterio e Patricia Viel, Marcio Kogan, Patricia Urquiola, Francis Keré, Diller Scofidio + Renfro, Asif Khan, Pezo Von Ellrichshausen e Manuel Aires 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 VALERIO CASTELLI

L'INTERVISTA

### Una chiacchierata con Caterina Mosca Valerio Castelli

#### Cosa ti aspetti da questa versione digitale del Fuorisalone?

— Che riesca 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 siamo 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 2000. Da lì è nata la nostra unione 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 d'incontro



## Signature Kitchen Suite

Signature Kitchen Suite è il nuovo marchio di elettrodomestici built-in alto di gamma parte del gruppo L.G. 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 scaldavivande, piano a induzione, macchina da caffè e lavastoviglie. Nell'ottobre 2020, SKS ha aperto il suo primo showroom europeo a Milano: uno spazio esperienziale che racconta la filosofia del brand attraverso una serie di incontri ed eventi dedicati al mondo del cibo.

Manuela Ricci, marketing manager Signature Kitchen Suite.

↓ Leggi l'intervista

Via Alessandro Manzoni 47, angolo Piazza Cavour  
20121 Milano  
showroom@signaturekitchensuite.it  
Tel: 02.90020793  
www.signaturekitchensuite.it

sksuppliancetail  
sksuppliancetail



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 allargato, è un luogo di contaminazione in cui si incrociano 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: posizionato nel cuore della città, tra quadrilatero 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 pensati per ospitare eventi e attività: la cucina al piano terra 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 passaggio, e per noi era importante essere vicini sia al mondo della progettazione

Link pagina

Link pagina

## Brand e Designer

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

Schede dedicate ai protagonisti del design, contenuti indicizzati e connessi per creare un archivio sempre aggiornato e correlato a tutti i contenuti presenti in 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.

### Brand **B&B Italia**



[Vai al sito](#)



B&B Italia si afferma fin dalla fondazione nel 1966 come azienda leader nel settore dell'arredamento contemporaneo e si distingue a livello internazionale nel settore dell'arredo di design italiano, sia domestico che collettivo.

La collezione di arredi B&B Italia nasce dalla capacità di rappresentare la cultura contemporanea e rispondere tempestivamente all'evoluzione dell'abitare. E proprio dall'alchimia tra creatività, innovazione e produzione emergono elementi d'arredo che rappresentano la modernità ed al contempo si dimostrano essere prodotti "senza tempo". Per fare questo B&B Italia si avvale del contributo di designer internazionali imprimendo una propria inconfondibile impronta; l'unicità di ogni progetto veicola i valori della ricerca, della creatività e della funzionalità.

Il ruolo della ricerca, da sempre determinante per lo sviluppo dell'azienda, si esprime attraverso un centro ricerca e sviluppo interno. La cui elevata capacità innovativa è valsa numerose segnalazioni tra cui 4 compassi d'oro, di cui uno, il più esclusivo nel 1989, "per il costante lavoro di integrazione svolto al fine di coniugare i valori della ricerca tecnico scientifica con quelli necessari alla funzionalità ed espressività dei prodotti".

Novedrate (Como), Italy

**Nazione**  
Italy



### Design Guide



B&B Italia  
**Scopri Noonu di Antonio Citterio**

[Architettura](#) [Arredo](#) [Installazioni](#)

**Guarda la serie di video su Fuorisalone TV**

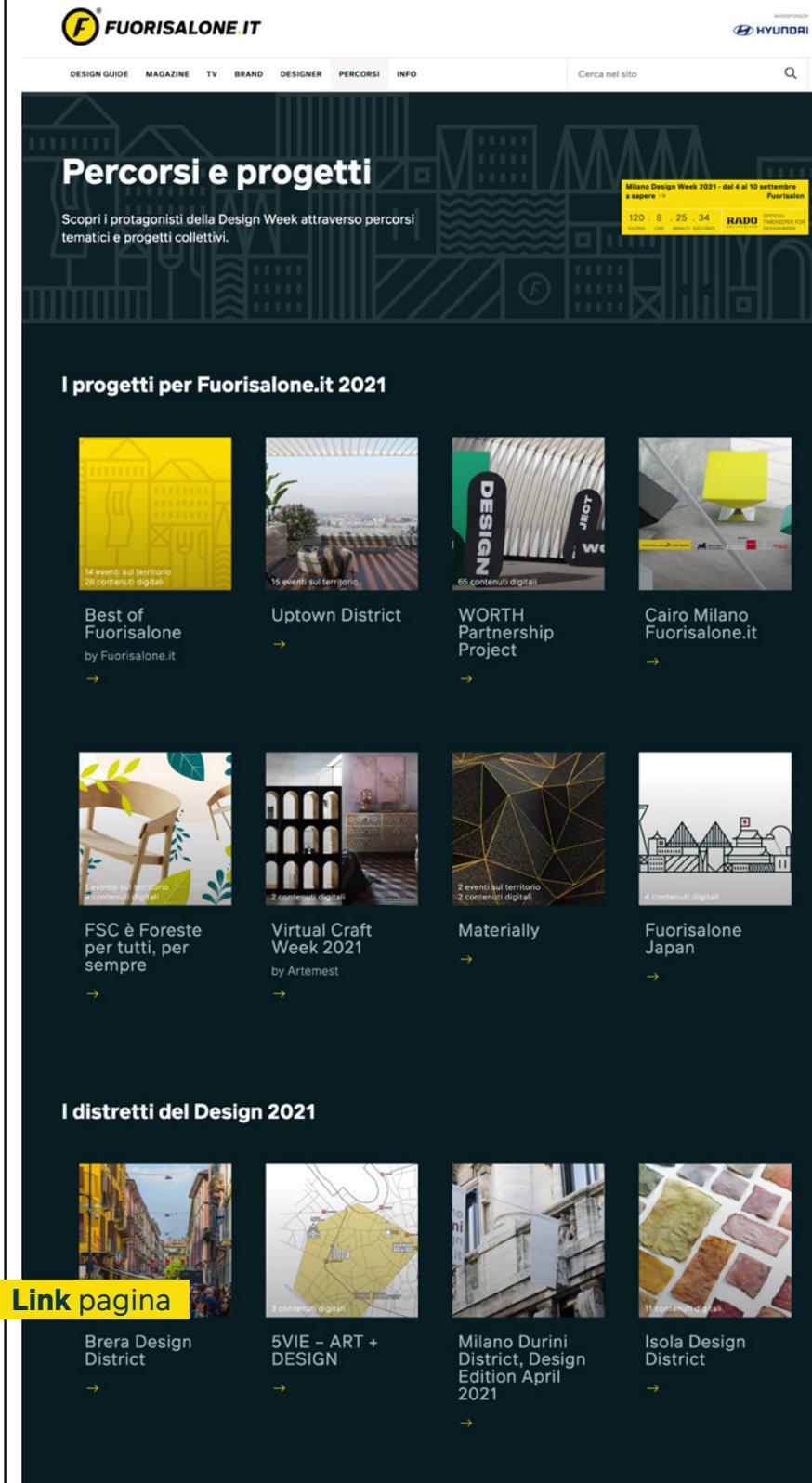
# Percorsi

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'obbiettivo 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.



# Osservatorio

Dialogo aperto e confronto diretto con i protagonisti del design

Un nuovo strumento al servizio dei professionisti per rispondere ai grandi interrogativi che interessano trasversalmente tutti i settori e in particolare animano il dibattito all'interno del design. Una nuova sezione all'interno del magazine accompagnata da una newsletter dedicata.

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.IT** HYUNDAI

DESIGN GUIDE MAGAZINE TV BRAND DESIGNER PERCORSI INFO

Cerca nel sito

NEWS APPUNTAMENTI STORIE MILANO OSSERVATORIO

## Salone del Mobile. Milano

NEWS OSSERVATORIO

### E anche il Salone del Mobile di Milano ci sarà, dal 5 al 10 settembre

Leggi l'articolo

## Osservatorio

Approfondimenti e riflessioni per fotografare lo stato dell'arte all'interno dell'industria del design e dell'architettura.

**Ricevi una selezione dei nostri articoli**

Iscriviti alla nostra newsletter dedicata ai professionisti, con approfondimenti dedicati al mondo del design e dell'architettura.

Nome \_\_\_\_\_ Cognome \_\_\_\_\_

Scrivi la tua e-mail \_\_\_\_\_ Azienda \_\_\_\_\_

Professione\* \_\_\_\_\_

Accetto la [privacy policy](#). [Iscriviti](#)

**E anche il Salone del Mobile di Milano ci sarà, dal 5 al 10 settembre**

**Teva si rinnova e presenta nuove grafiche per le confezioni dei suoi farmaci**

La notizia è arrivata dopo alcune settimane di incertezza: il progetto sarà affidato a un curatore di fama internazionale.

L'azienda farmaceutica si è avvalsa di un approccio di design thinking per dare una nuova veste ai suoi prodotti. Ce ne parla Umberto Comberlati, Business Unit Head di Teva Italia.

BRAND: TEVA

**Filippo Manetti: "Per chi si occupa di bellezza, l'arte è un generatore di stimoli"**

Comunicare un materiale oggi, la centralità di Milano, il connubio fra esperienza digitale e fisica. Una conversazione con il marketing and product innovation director di Arpa Industriale.

BRAND: FENEX

**Fornasetti: tra tradizione e digitalizzazione**

Dall'introduzione del nuovo canale online di vendita direct consumer alla collaborazione con la maison francese Louis Vuitton. Tutte le novità del brand guidato da Barnaba Fornasetti.

BRAND: FORNASETTI

**Tommaso Vincenzetti: "La digitalizzazione come strumento attivo nei processi aziendali"**

Dalla centralità dei mercati internazionali alle opportunità date da

BRAND: B&B ITALIA

**Stefano Maffei: "La nuova discussione sul design parla di nuovi materiali, economia circolare, synthetic biological"**

Suggerzioni, idee, visioni per il domani. Ne parliamo con Stefano Maffei, professore ordinario presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano.

BRAND: TECNO SPA, ZANOTTA

**Giuliano Mosconi: "La ritualità di aprile è importantissima"**

L'accelerazione digitale, l'internazionalizzazione dei mercati, le strategie per comunicare il design oggi. Parola al numero uno del Gruppo Tecno Spa.

BRAND: TECNO SPA, ZANOTTA

**Fuorisalone 2021: da aprile a settembre, un'edizione speciale**

Il lavoro degli operatori di settore continua a sostegno di Milano, capitale internazionale del design.

**Link pagina**

# 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.



The screenshot shows the Fuorisalone TV website interface. At the top, there is a navigation bar with the Fuorisalone TV logo, a menu icon, and links for 'Serie', 'Documentari', 'Products & Brands', 'FS.it', and a search icon. The main header features the text '— HYUNDAI' and 'Il design secondo Hyundai' with a 'Scopri di più' button and a background image of a silver Hyundai car. Below this is a 'Highlights' section with four featured items: 'WORTH PARTNERSHIP PROJECT 2021', 'Abitare l'involucro edilizio', 'Nuova TUCSON: una fuoriclasse tecnologica con un design straordinario', and 'Silent-Iconic, l'equilibrio tra estetica e funzionalità'. The 'Serie' section follows, displaying a grid of video series including 'Il design secondo Hyundai', 'CREATIVITY', 'Abitare lo spazio con Lombardini22', 'I talk di Fuorisalone Digital Edition', 'DIALOGHI SULLA BELLEZZA', and 'Il Laboratorio dell'Abitare di Strategy Innovation'. The 'Products & Brands' section features 'Nuova TUCSON', 'Materiali per dare forma ai sogni', 'CEDIT: un racconto fatto di valori', 'Soluzioni di verniciatura tecnologiche e all'avanguardia', and 'SMART, INNOVATIVO E BREVETTATO: IL NUOVO TAVOLO SQUARE BY RIFLESSI'. The 'Talks' section includes 'Abitare lo spazio domestico', 'Arte e Design', 'Comunicare e promuovere il design', 'BRANDING E CULTURA', and 'DIGITAL INNOVATION TALKS AL FUORISALONE DIGITAL EDITION 2021'. The 'Interviste' section is partially visible at the bottom.

[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.



The screenshot shows the Fuorisalone TV website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'FUORISALONE TV' and a menu with 'Serie', 'Documentari', 'Products & Brands', and 'FS.it'. Below the navigation bar is a large video player showing a woman in a white dress holding a bouquet of flowers. The video title is 'CIRCULAR ECONOMY & EFFICIENZA DELLE RISORSE - PRIMA PARTE'. Below the title, there is a description: 'Rafforzare un'industria europea della moda che valorizzi la comunità, l'ambiente, la creatività e il profitto in egual misura.' There are also tags for 'Anteprima', 'Esclusiva', 'Sostenibilità', and 'Tecnologia'. The duration is '00:32:02' and the production year is '2021'. Credits include 'WORTH PARTNERSHIP PROJECT. Commissione Europea'. Below the video player, there is a section for 'Altri episodi di CREATIVITY' with five video thumbnails. Each thumbnail has a title and a description. The thumbnails are: 'WORTH PARTNERSHIP PROJECT 2021', 'RIPENSARE L'ARTIGIANATO, PRESERVARE IL PATRIMONIO', 'MATERIALI INTELLIGENTI E AD ALTE PRESTAZIONI', 'CIRCULAR ECONOMY & EFFICIENZA DELLE RISORSE - SECONDA PARTE', and 'PRODUZIONE DIGITALIZZATA AVANZATA, CATENE DEL VALORE, MODELLI DI BUSINESS E SOLUZIONI AD ALTO VALORE AGGIUNTO PER I MERCATI IN CRESCITA'. Below this section, there is a section for 'Products & Brands' with five video thumbnails. Each thumbnail has a title and a description. The thumbnails are: 'WORTH PARTNERSHIP PROJECT 2021', 'RIPENSARE L'ARTIGIANATO, PRESERVARE IL PATRIMONIO', 'MATERIALI INTELLIGENTI E AD ALTE PRESTAZIONI', 'CIRCULAR ECONOMY & EFFICIENZA DELLE RISORSE - SECONDA PARTE', and 'PRODUZIONE DIGITALIZZATA AVANZATA, CATENE DEL VALORE, MODELLI DI BUSINESS E SOLUZIONI AD ALTO VALORE AGGIUNTO PER I MERCATI IN CRESCITA'. Below this section, there is a section for 'Research & Trends' with five video thumbnails. Each thumbnail has a title and a description. The thumbnails are: 'WORTH PARTNERSHIP PROJECT 2021', 'RIPENSARE L'ARTIGIANATO, PRESERVARE IL PATRIMONIO', 'MATERIALI INTELLIGENTI E AD ALTE PRESTAZIONI', 'CIRCULAR ECONOMY & EFFICIENZA DELLE RISORSE - SECONDA PARTE', and 'PRODUZIONE DIGITALIZZATA AVANZATA, CATENE DEL VALORE, MODELLI DI BUSINESS E SOLUZIONI AD ALTO VALORE AGGIUNTO PER I MERCATI IN CRESCITA'. A yellow button with the text 'Link pagina' is located at the bottom of the screenshot.

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.**



PROGETTO

**Uptown Milano:  
un ecosistema abitativo sano e  
sostenibile, che guarda al futuro  
ponendo al centro la persona.**

BY EUROMILANO

Uptown mette al centro i suoi abitanti ed il concetto di Wellbeing City per garantire una vita migliore sotto tutti i punti di vista.

Uptown District, progetto presentato nel 2017 come il primo smart district di Milano e d'Italia, è un nuovo quartiere sorto su una superficie di 900.000 mq, con 300.000 mq di parco pubblico coronato da esclusive residenze firmate da grandi nomi dell'architettura moderna. A soli tre anni di distanza e dopo la consegna delle prime residenze nel luglio 2019, Uptown ha visto un aumento del 40% del proprio valore e si è confermato luogo di eccellenza per una nuova centralità milanese. Nel 2022 saranno completati il centro commerciale e l'istituto scolastico, tra i più grandi costruiti negli ultimi anni in Italia. Già oggi gli abitanti e la città di Milano possono godere delle numerose attività di svago ed intrattenimento promosse negli spazi della Cascina e nel bellissimo parco.

Val al sito

Contatta via email

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- YouTube
- Vimeo

Creato da EuroMilano, Uptown District vanta partner di riconosciuto prestigio: Intesa Sanpaolo, Vodafone, Bosch, Poste Italiane, Italianway. EuroMilano ha affiancato l'intero progetto fin dalla sua nascita. Dalla progettazione urbanistica, architettonica e tecnologica, fino alla gestione dello spazio pubblico, è stata data un'attenzione speciale alla comunità dei futuri residenti, puntando a realizzare una realtà in grado di entrare a far parte di Milano e del suo sviluppo moderno.

Da questa straordinaria ed irripetibile concentrazione, unica a livello nazionale e

Continua a leggere...



Link pagina

I nostri premium brand



## Social Media

La comunicazione condivisa:  
Instagram / Facebook / LinkedIn

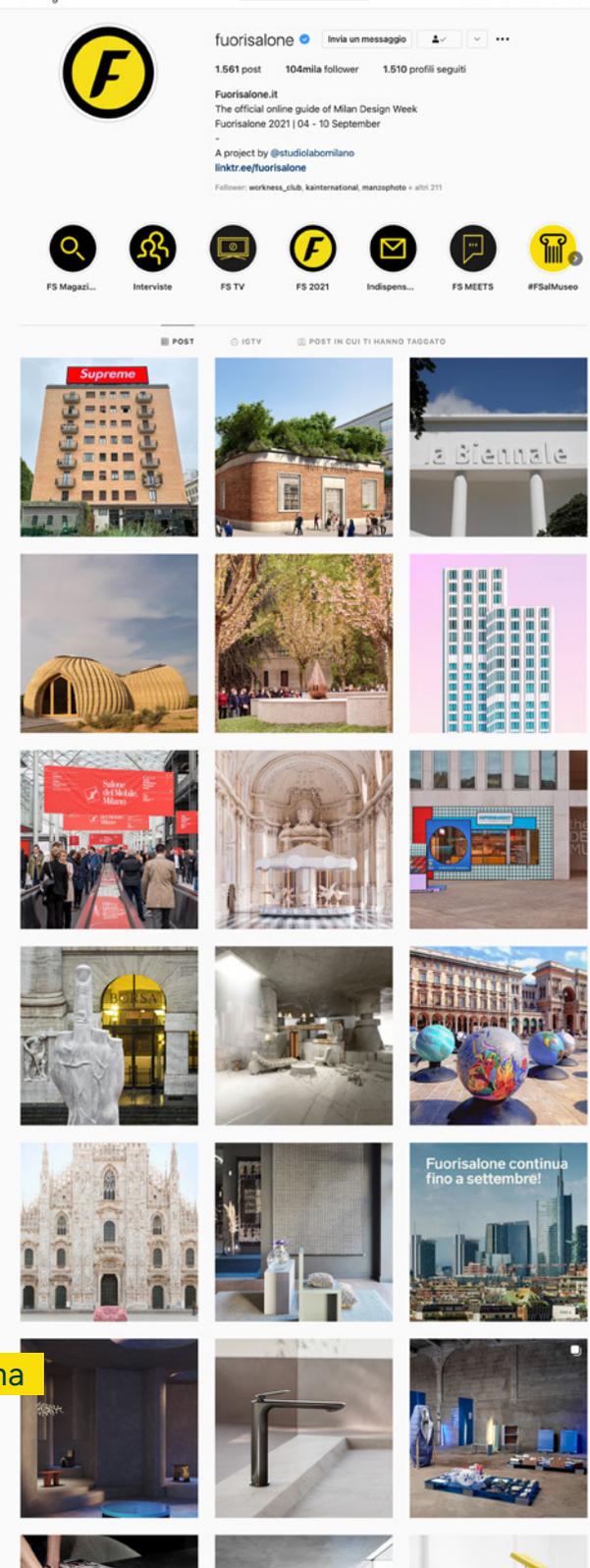
La comunicazione di Fuorisalone.it prevede anche un'intensa attività sui social media, i canali principali sono, con dati aggiornati a novembre 2021:

- **Instagram** (121,2K Followers)
- **Facebook** (38,4K Fan totali)
- **LinkedIn** (3K 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.



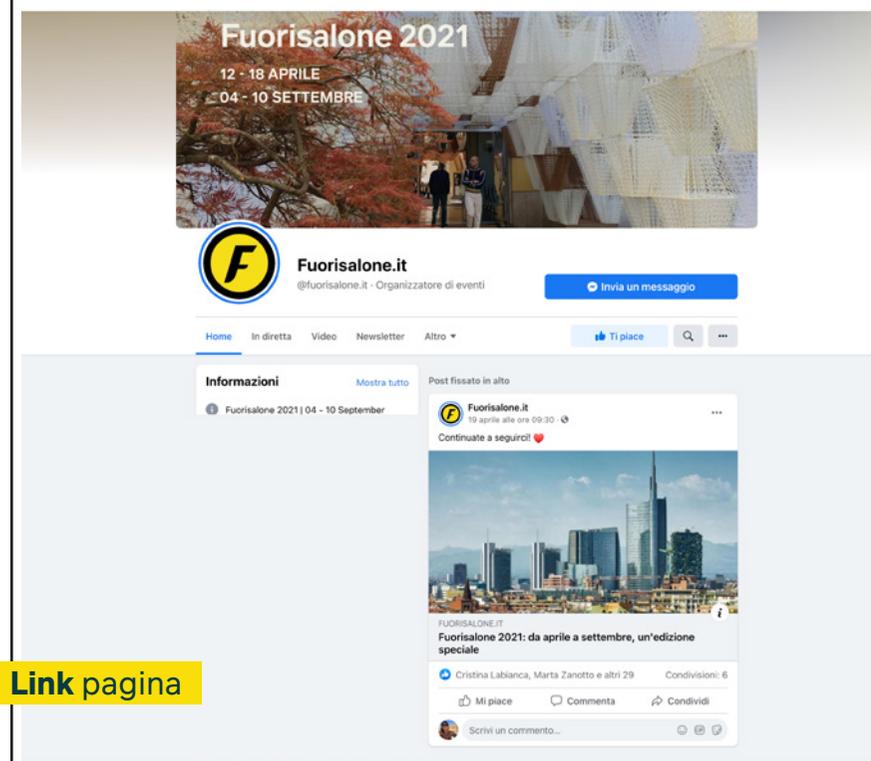
[Link pagina](#)

## Social Media

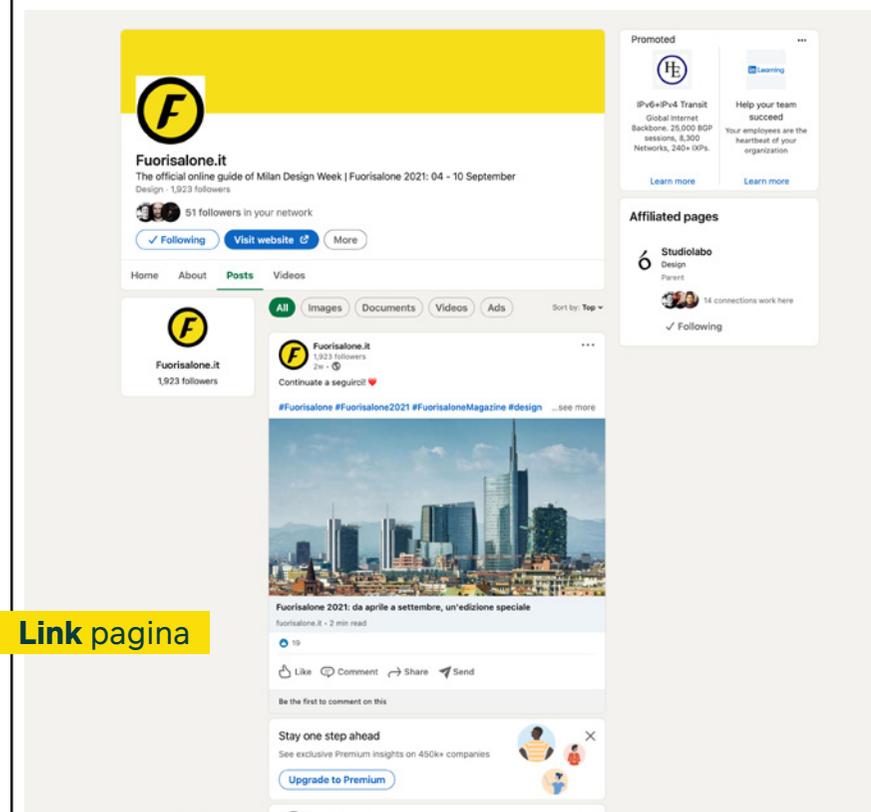
La comunicazione condivisa:  
Instagram / Facebook / LinkedIn

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 CO<sub>2</sub> 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.

