

**Il primo
DISTRETTO
del Design
ITALIANO***

** The first Italian District of Design*

Indice

Contents

CONCEPT

REPORT

HEADQUARTER

PROGETTI - *PROJECTS*

MAIN SPONSOR

MAIN CONTENT

MEDIA PARTNER

GRAZIE A - *THANKS TO*

Questa presentazione è strutturata per punti e presenta in sintesi il progetto Brera Design District 2014.

This presentation summarizes the project Brera Design District 2014.

Concept BDD

BDD Concept



Il quartiere diventa distretto

The neighborhood becomes district

Brera è un quartiere storico di Milano che da secoli fornisce un fondamentale contributo alla vita culturale della città.

Brera è un luogo ricco di fascino e di cultura, un mondo abituato a percorrere le tendenze, dove arte, moda, design si intrecciano. Un luogo variegato, accogliente, caldo, percorso da grande fermento creativo ed artistico, dove la cultura si mescola allo shopping e al divertimento.

Brera Design District ha per obiettivo quello di comunicare Brera come punto di riferimento per il design milanese, territorio con la più alta densità di showroom, gallerie, location, spazi dedicati al design e al contemporaneo in termini di arte e cultura.

Brera Design District, attraverso la chiave di lettura del design e della creatività, mappa così le eccellenze del settore e le mette in relazione in un sistema integrato di comunicazione su diversi device.

Brera Design District was founded in the historical district of Brera in Milan, a place that for centuries has been providing a vital contribution to cultural, artistic and commercial city life.

Brera is a place full of charm and culture, a world accustomed to anticipate trends, where art, fashion, and design live together. A welcoming place, full of great creative and artistic ferment, where culture mixes with shopping and entertainment.

Brera Design District has the aim to communicate Brera as a reference point for the design of the city. A territory with the highest density of showrooms, galleries and spaces dedicated to contemporary design, art and culture.

Brera Design District through the key of design and creativity, maps out the excellences in the industry and brings them together in an integrated system of communication.

“Non può nascere il design senza condivisione

di idee pratiche, così come non esiste innovazione senza

una seria partecipazione alla coscienza.”

PAOLO FERRARINI - APRILE 2014



Brera

il meglio del Design tutto l'anno

The best of Design all year round

Brera Design District ha l'obiettivo di comunicare Brera come punto di riferimento per il design milanese, un'operazione di marketing territoriale che, attraverso un sistema di comunicazione dedicato alla promozione delle eccellenze e dei punti di forza attivi sul territorio, intende arricchire la proposta culturale e l'appeal del distretto in grado di unire tradizione e innovazione nel campo diffuso del design.

Il progetto Brera Design District è un progetto del Dr. Marco Torrani, presidente di Assomab (Associazione Commercianti Solferino San Marco in Brera) e di Studiolo (www.studiolo.it) giovane realtà milanese che si occupa di Design della Comunicazione fornendo servizi di consulenza strategica, progettazione ed esecuzione grafica su diversi media con il supporto di Fuorisalone.it (www.fuorisalone.it) brand di riferimento per la comunicazione, organizzazione e gestione degli eventi del fuorisalone.

Brera Design District has the aim to communicate Brera as a reference point for the design of the city.

A territorial marketing operation that wants to enrich the cultural offer and appeal of the district in order to combine tradition and innovation in the world of design. This through a communication system designed to promote excellence and strengths acting on the territory.

Brera Design District is a project by Dr. Marco Torrani, president of Assomab (Dealers Association of Solferino San Marco in Brera) and Studiolo (www.studiolo.it) a young company in Milan that deals with Communication Design providing services of strategic consulting, planning and graphic performance on different media with the support of Fuorisalone.it (www.fuorisalone.it) brand for communication, organization and handling of fuorisalone events.



Brera Design District - Foto di Federico Meroni

Design District - Photo by Federico Meroni

Report BDD 2014

Report BDD 2014

Edizione 2014: Ricominciamo da Brera di Paolo Ferrarini

E se ricominciassimo da capo? Perché non azzerare tutto e ripartire dalle origini?

Ogni tanto fa bene fermarsi, fare un bel respiro profondo, sedersi con chi ne sa più di noi, sentirsi un po' ignoranti e aperti alla scoperta, come il primo giorno di scuola. Ad esempio ci potremmo chiedere: che cos'è il design?

Le "Lezioni di Design", cuore pulsante della quinta edizione di Brera Design District, sono una bella occasione per farlo. Il tema "Be District: creare connessioni, comunicare innovazione" ci allontana dal rischio di perdere memoria di quello che abbiamo imparato negli anni (un ctrl+alt+canc totale è un rischio che nessuno può permettersi), rilanciando il sapere in una dimensione di reticolo di relazioni e nozioni. Non esiste un solo progetto significativo che nasca singolo, non può nascere il design senza condivisione di idee e pratiche (e questo è emerso con chiarezza lo scorso anno, quando il tema era "Fare Artigianale e pensare Industriale"), così come non esiste innovazione senza una seria partecipazione alla conoscenza.

Quello che accade in questa settimana a Milano è l'essenza del design, che si manifesta attraverso la rappresentazione del progetto, la più grande celebrazione del pensiero che parte dagli oggetti e arriva ai comportamenti. Spesso ci si lamenta che il Salone sia ormai troppo distante dagli oggetti (mobili quasi non se ne vedono) e che sia troppo incentrato sugli eventi. Si tratta comunque della più grande concentrazione di creatività al mondo, in cui ogni forma di disegno progettuale trova il suo spazio: dalle "cose" alle immagini, dagli allestimenti effimeri all'arte che dura, dalla musica al cibo. E tutto questo è design, tutto questo è progetto.

Nella ricerca dell'innovazione la memoria conta. A Brera quest'anno la conservazione del passato la garantisce AIS/Design, ovvero l'Associazione italiana degli storici del design che, assieme a Brera Design District, si propone di avviare una serie di iniziative che ci possano legare al passato senza farci sprofondare nella nostalgia, la vera nemica di qualsiasi passo in avanti. In questa ottica, forte dell'indubbia potenza del video come strumento di diffusione della memoria, l'appuntamento con i video-documentari di Rai Educational "Storia del design Italiano. Lezioni di Design" si propone come appuntamento da non perdere nella settimana milanese. Ma il passato non sta solo nel video e lo possiamo rivedere, magnifico e maestoso, nelle immagini dei "Ritratti di Fabbrica" di Gabriele Basilico all'Ordine degli Architetti della Provincia di Milano.

Ambra Medda, che riceve quest'anno il premio Lezioni di Design, incarna il presente più promettente del design, con le sue attività che vanno dalla curatela al commercio, vissute

sempre di più come l'armonica sintesi degli aspetti che decretano il successo di qualsiasi progetto di valore.

La contemporaneità del progetto la sanno raccontare bene anche il lavoro di Aldo Cibic e Giulio Iacchetti, ben presenti nel distretto, in quanto interpreti non solo del pensare, ma anche del fare italiano. Un'ulteriore forma di fare la troviamo negli scatti di Patrizia Scarzella, che con il reportage "Women's Hands", testimonia il lavoro realizzato in Thailandia, Kenya e Filippine per fornire a donne in difficoltà uno strumento di riscatto personale e sociale, proprio attraverso il design.

Uno sguardo promettente sul futuro arriva dalle "Lezioni di Design for Kids", con Appartamento Lago e il corso di Alta Formazione di Design del Giocattolo del Poli.Design: saranno i piccoli a suggerirci anche strade da percorrere? Sicuramente loro apprezzeranno "Robot Therapy. Adotta un Robot" alla Mediateca Santa Teresa, dove tutti proveremo ad immaginare la robotica nella vita quotidiana, al di fuori dell'industria e oltre le visioni di makers e nerd. Non è quella dei robot, ma la meccanica magnifica di Ducati arriva per la prima volta al Fuorisalone e si farà ammirare per la sua capacità di rendere sensuale e desiderabile anche un freddo pezzo di metallo. La proiezione sul futuro, quella dei giovani designer, la troveremo anche da Lexus che, all'interno del meraviglioso Circolo Filologico, mostra al mondo i risultati suo Design Amazing 2014. Parlando di visioni, perché nessuno ha ancora realizzato una cucina open source? E invece ci ha pensato Valcucine, con un progetto tanto aperto quanto insolito.

Nella settimana in cui il design si scatta un bel selfie, non può mancare il racconto: lo realizza Unofficial Report, che raccoglierà le testimonianze di appassionati e operatori, trasformandole in un'ulteriore esposizione. Ma l'autoscatto ce lo possiamo anche fare da noi, magari alla Martini Racing Lounge, il temporary bar di distretto allestito nella Mediateca di Santa Teresa.

Sediamoci dunque, ricominciamo da Brera quest'anno, ripartiamo da un luogo familiare, pieno di storia, che in questi giorni si riempie di tutto quello che ancora non ci aspettiamo. Alla ricerca dell'innovazione che modellerà la nostra vita quotidiana: il vero design.

di Paolo Ferrarini
@ www.paoloferrarini.it

Edition 2014: Restart from Brera

by Paolo Ferrarini

What if we start again from the beginning? Why not reduce everything to zero and go back to the origins?

It's not a bad idea from time to time to stop, take a nice deep breath, sit down with someone who knows more than we do, feel a bit ignorant and open to discovery, like our first day at school. For example, we could ask ourselves, what is design?

The "Design Lessons", the beating heart of Brera Design District's fifth edition, are a fine opportunity to do this. The theme "Be district: creating connections, communicating innovation" distances us from the risk of losing our memory of what we have learnt over the years (a ctrl+alt+delete-all is a risk that no one can afford to take), re-launching knowledge on the level of a network of relationships and notions. No significant project is born by itself; a design cannot come into being without a sharing of ideas and practices (and this emerged clearly last year, when the theme was "Craft making and Industrial thinking"), just as there is no innovation without serious participation in knowledge.

What is happening in Milan this week is the essence of design, which is manifested through the representation of the project, the greatest celebration of thought, starting from objects to aim at behaviour. We often complain that the Exhibition Hall now is too remote from objects (furniture items are hardly to be seen) and that it centres too much on events. In any case this is the greatest concentration of creativity in the world, where every form of design finds its place: from "things" to images, from short-lived outfits to lasting art, from music to food. And all this is design, all this is planning.

Memory counts in the search for innovation. At Brera this year the preservation of the past is guaranteed by AIS/Design, with the proposal for a series of initiatives that can be linked to the past without having us sink into nostalgia, which would be the true enemy of any step forward. With this outlook, strong in the undoubted power of the video as a means for communicating memory, the appointment with the Rai Educational video-documentaries, "History of Italian design, Design Lessons", appears as an unmissable moment in this Milanese week. And let us not forget the contribution of the Milan Design Film Festival, which will entertain and inform us by telling of the creativity that we know or that we will shortly know. But the past is not only in the video and we can see it, magnificent and majestic, in the images of the "Factory Portraits" by Gabriele Basilico on the premises of the Milan Province Ordine degli Architetti (Institute of Architects).

Ambra Medda, who will this year be receiving the Design Lessons prize, embodies the most promising present day of design, with her activities ranging from editorship to commerce, increasingly seen as a harmonious combination of the factors that bring about the success of any design of value.

The contemporary nature of the design is well narrated also by the work of Aldo Cibic

and Giulio Iacchetti, who have a strong presence in the district, as interpreters not only of Italian thought, but also of Italian creation. A further form of creation we find in the pictures by Patrizia Scarzella; with her "Women's Hands" reportage she witnesses the work carried out in Thailand, Kenya and the Philippines to provide women in difficulty with a means of personal and social liberation, precisely through design.

A promising look at the future comes from "Design Lessons for Kids", with Appartamento Lago and the course of High Training in Toy Design from Poli.Design: will it be up to children to suggest the road we are to take? They will certainly appreciate "Robot Therapy: Adopt a Robot" at the Mediateca Santa Teresa, where we will all try to imagine robotics in our daily life, away from industry and the glances of makers and nerds. Not robotics, but the magnificent mechanics of Ducati, will be arriving for the first time at the Fuorisalone and will be admired for their ability to make even a cold piece of metal sensual and desirable. The projection on the future, that of the young designers, will also be provided by Lexus, who will be showing the world their Design Amazing 2014 in the marvellous setting of the Circolo Filologico. Speaking of vision, why has no one yet created an open source kitchen? But Valcucine has thought about it, with a design as open as it is unusual.

In the week when design takes a nice "selfie", we can't be short of a story. This is told by Unofficial Report, which will be gathering the testimonies of enthusiasts and operators, transforming them into a further exhibit. But the self-photo is something we too can do, perhaps at the Martini Racing Lounge, the temporary district bar set up in the Santa Teresa Mediateca.

So let us sit down and start again from Brera this year, from a familiar place, full of history, which in these days will be filling up with all kinds of things that we still do not expect. In search of the innovation that will shape our daily lives: true design.

by Paolo Ferrarini
@ www.paoloferrarini.it



Brera: il distretto più visitato *Brera: the district most visited*

Come indicato dal Corriere della Sera ([Clicca qui](#)) Brera è risultato il distretto più frequentato riconfermandosi il punto di riferimento per il design a Milano e il distretto più importante con 136 eventi e un passaggio di 140.000 persone. Il nostro headquarter, presso la Mediateca di Santa Teresa, è stato sede di importanti brand internazionali e progetti culturali con un passaggio di oltre 12.000 persone. Tema dell'edizione Lezioni di Design - Be District: creare connessioni comunicare innovazione ha portato alla creazione di un Manifesto insieme all'Associazione Italiana Storici del Design e all'organizzazione di 20 lezioni e 7 conferenze sul tema nei 6 giorni di attività. 2 info Point sul territorio, un sito web dedicato, 50.000 guide distribuite in tutta la città di Milano hanno garantito un facile accesso all'informazione e all'orientamento nel distretto.

As indicated by the Corriere della Sera ([Click here](#)) Brera was the district most visited with a passage of 140,000 people and with 136 events.

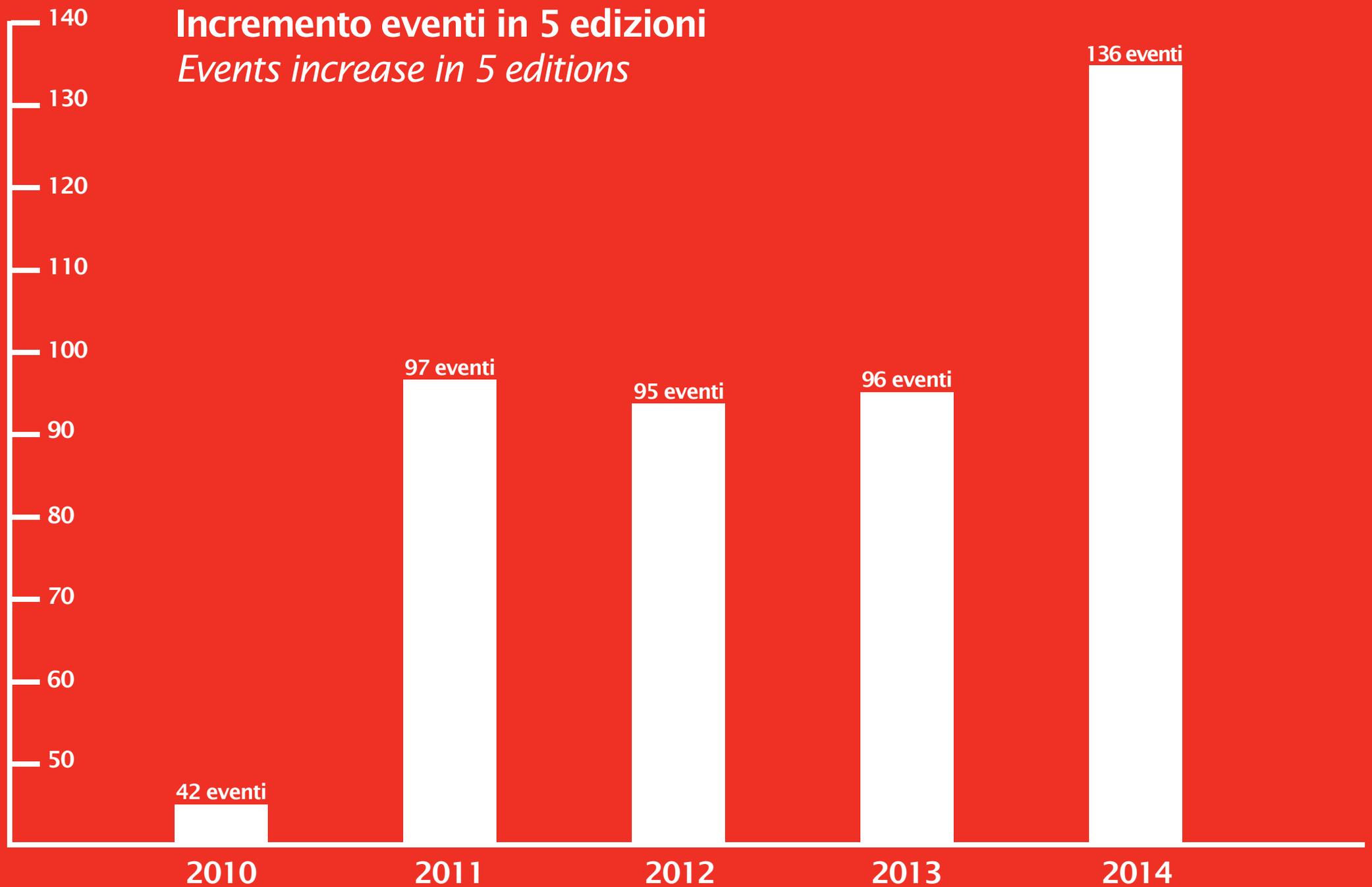
Our headquarters at the Mediateca of Santa Teresa, has been seat to major international brands and cultural projects with a pass of over 12,000 people.

The theme of 2014 edition: Design Lessons - Be District: creating connections, communication innovation has brought to creation of a Manifesto with the Italian Association of Design Historians and together for the Design Week we have realized 20 lectures and 7 conferences on the subject.

2 info point on the territory, a dedicated website, 50,000 guides distributed throughout the city of Milan have ensured an easy access to information and orientation in the district.

Incremento eventi in 5 edizioni

Events increase in 5 editions



Strumenti

Tools

orientamento
orientation

2010

1 pieghevole
1 sito web

2011

1 pieghevole
1 sito web
1 portale
info point
press point
totem
free wi.fi district
filari/bandiere

2012

1 pieghevole
1 sito web
1 portale
info point
press point
totem
filari/bandiere

2013

1 Journal
1 sito web
1 portale
info point
press point
totem
filari/bandiere
app dedicata

2014

1 Journal
1 sito web
1 portale
info point
press point
totem
filari/bandiere
app dedicata
social network
instagram

Elenco aziende Brera Design District Fuorisalone 2014

List of companies Brera Design District Fuorisalone 2014

136 eventi totali / 136 total events

MAIN CONTENT SPONSOR

Lexus
Ducati
Martini
Presotto
Valcucine

SPONSOR

Alma
Atelier Vierkant
Cristalplant + Agape
Elite Milano
Hodara Art Designer
Istituto Italiano Imballaggio
Lago
Layout Isolagiorno
Manoteca
MT - Mundel
Okite®
Sollos
Swedish Design Goes Milan
Trentino Wood & Design

SPECIAL EVENTS

Aldo Cibic
Caesarstone
Del Tongo
Devon&Devon
Effeitalia Luxury Home Design
Fedrigoni
Florim
Foscarini
Galleria Ponte Rosso
Gamma Arredamenti International
Hangar Design Group

iBarzaghi
Internoitaliano
Kinnarps
Kundalini
Moto Morini
Oikos
Gruppo Santarossa
Society
Veneta Cucine
Visionica
Yamakawa Rattan
Zampedive

EVENTS

120%Lino
A.G. Spalding&Bros.
a15
a2f
Acqua Dell'Elba
Agape12
Altro Fuoco
Altromercato
Anima
Arnaldo Castelli
Associazione DcomeDesign
Atelier Corso Como 9
Atipico
Bagutta/Vito Nesta
Barbieri Nuovo Stile Italiano
Bassam Fellows
Bertazzoni
Bibijoux
Bitossi Home
Boffi
Calligaris
Cape Best

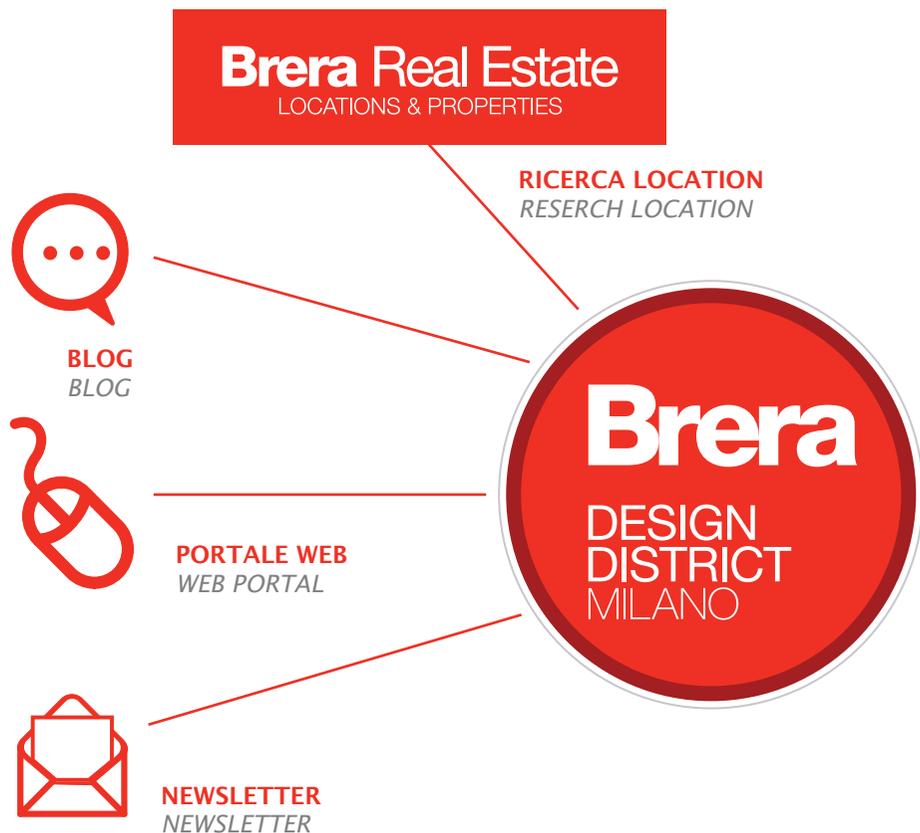
cc-tapis
Cement Design
Ceramiche Refin
City Sensing
Cleaf
Cleanup
Dedar
Designspeaking
Dilmos
Edizioni
Fix Design
Fondazione Europea Guido Venosta
Formabuona
Foster
Fritz Hansen
Furnital - Bel Net
Geberit
Guaxs
Hay
Henrytimi
I Segni del Tempo
IAI Awards
Inedito
Initial
Italhome Le Sedie
IVV952
Kasthall
Kristina Ti
La Chance
Leonardo Rossano Architetto
Living Divani
Memphis / Post Design
Metroquality
Mirage
Miyazaky Chair Factory
Mobilificio Astor
Molteni&C Dada

Newform
Oioli
Onwards
Opera Prima
Ordine degli Architetti P.P.C.
Parentesiquadra
PER/USE
Record è Cucine
Reflex
Regenesi
Restart Milano
Resurrection Design
Robertaebasta (Fiori Chiari)
Robertaebasta (Solferino)
Sacea
Salamanca Design
Salotto 1380
Sei Designers a Brera
Serafini
Silvia Massa Studio
Slow Wood
Spazio 900
Spazio Pontaccio
Staygreen
Stepevi
Sumampa
Swedish Presence
Tartufotto
Tera
Texilia
Understate
Valpaint
Wall&Decò

Servizi e piano di comunicazione

Services and communication plan

SUPPORTI PRINCIPALI DI COMUNICAZIONE 365 GIORNI L'ANNO
MEDIA FOR COMMUNICATION FOR 365 DAYS A YEAR

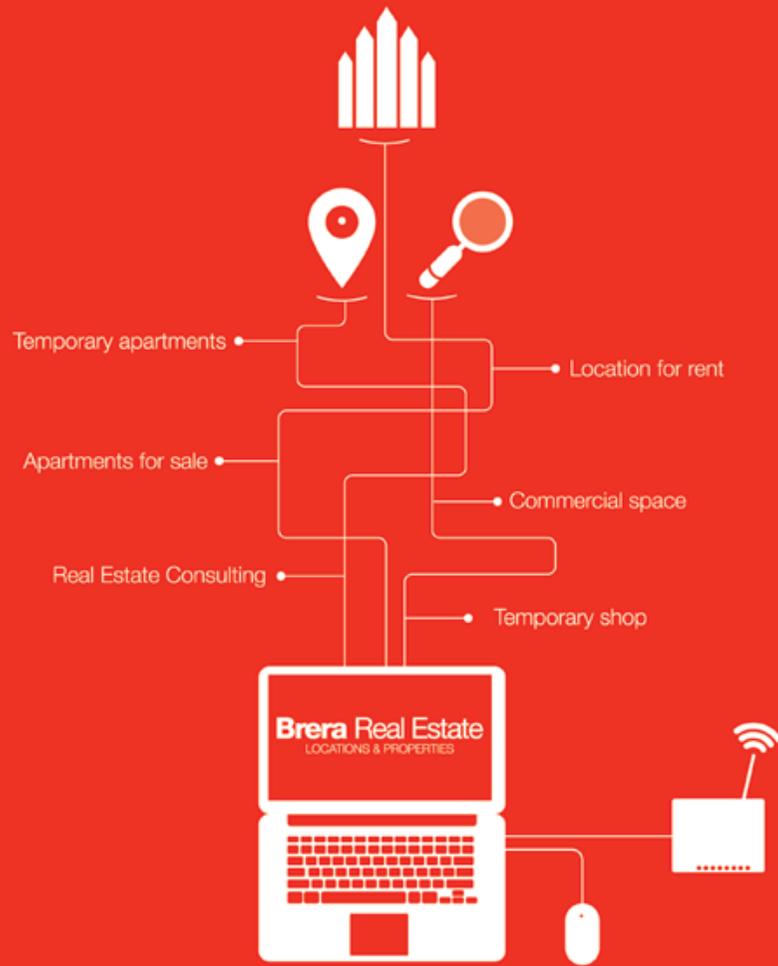


SUPPORTI DEDICATI AL PERIODO DEL FUORISALONE PER SINGOLO EVENTO
MEDIA DEDICATED TO THE PERIOD OF FUORISALONE FOR EVERY EVENT



Brera Real Estate

LOCATIONS & PROPERTIES



Brera Real Estate is a model, unique in its kind, able to put supply and demand in the real estate market in direct contact through an attentive and professional consulting service that operates directly in the commercial district most representative of the city of Milan, the Brera Design District.

www.brerarealestate.com

info@brerarealestate.com / Studiolabo / Tel. 0039 02 36638150

BRERA REAL ESTATE BRERA REAL ESTATE

Brera Real Estate è un nuovo e innovativo modello di gestione per la promozione di spazi commerciali e residenziali.

Brera Real Estate è la piattaforma, unica nel suo genere, capace di mettere in relazione diretta domanda e offerta nel campo immobiliare attraverso un servizio di consulenza attento e professionale che opera direttamente sul distretto commerciale più rappresentativo della città di Milano, il Brera Design District.

Ha per obiettivo quello di supportare i clienti nella ricerca sia di spazi temporanei che a lungo termine, per eventi o per attività commerciali.

A questo servizio, ereditato da Brera Location (Brera Design District) aggiunge la sezione Residenziale, dedicata a immobili di pregio, esclusivi e selezionati sia per locazioni che per la vendita.

Brera Real Estate is an innovative platform for the management and promotion of commercial and residential spaces.

Brera Real Estate is a model, unique in its kind, able to put supply and demand in the real estate market in direct contact through an attentive and professional consulting service that operates directly in the commercial district most representative of the city of Milan, the Brera Design District.

Its main objective is to assist the customers in finding temporary spaces for events or for business.

At this service, inherited from Brera Location (Brera Design District) adds the Residential section dedicated to prestigious buildings, exclusive and selected for rentals and for sale.

www.brerarealestate.com



Brera Design District - Foto di Federico Meroni
Design District - Photo by Federico Meroni



Brera Design District - Foto di Edoardo Moruzzi
Design District - Photo by Edoardo Moruzzi



Brera Design District - Foto di Federico Meroni
Design District - Photo by Federico Meroni





Brera
DESIGN
DISTRICT

Brera
DESIGN
DISTRICT

Brera
DESIGN
DISTRICT

Brera
DESIGN
DISTRICT

Brera Design District - Foto di Francesca Magnelli
Design District - Photo by Francesca Magnelli

MILANO DESIGN WEEK

ALONE 20
13

BRERA EVENTS



Brera
DESIGN
DISTRICT
MILANO

www.breradesigndistrict.it

Info point e totem

Info point e totem

Un sistema di bandiere su filari e dei segnaposto sul territorio, in corrispondenza degli ingressi agli eventi, sono alcuni esempi di comunicazione territoriale utilizzati nell'edizione 2014

Oltre al Kit Brera sul territorio erano presenti 2 info Point strategici per ricevere e informare le migliaia di visitatori, per lo più internazionali, che hanno animato le strade della città alla ricerca di innovazioni ed esperienze di qualità.

Brera Design District:

- Largo Treves
- Largo La Foppa

Il servizio Info Point è stato creato da C.M.C.2.0

A system of flags on wires and placemarks on territory, near the entrances to the events are a few examples of local communication to be developed for the next edition of Fuorisalone.

In addition to the Brera kit were present on the territory 2 strategic info point for receiving and informing the thousands of visitors, mostly international, who enlivened the streets of the city in search of innovations and quality experiences.

Brera Design District:

- Largo Treves*
- Largo La Foppa*

The service of Info Point was created by CMC2.0



MILANO DESIGN WEEK

EUROESALONE 2014
APRIL 8/13

BRERA EVENTS MAP



www.breradesigndistrict.it

Lexus

IBM

Google

Microsoft

Apple

Oracle

IBM

Google

Microsoft

Apple

Oracle

Brera
DESIGN
DISTRICT
MILANO

BRERA DESIGN DISTRICT
È UN PROGETTO DI MARKETING TERRITORIALE CHE HA
L'OBBIETTIVO DI COMUNICARE BRERA COME PUNTO DI
RIFERIMENTO PER IL DESIGN MILANESE ATTRAVERSO
UN SISTEMA DI COMUNICAZIONE DEDICATO ALLA
PROMOZIONE DELLE ECCELLENZE E DEI PUNTI DI
FORZA ATTIVI SUL TERRITORIO, BRERA DESIGN
DISTRICT INTENDE ARRICCHIRE LA PROPOSTA
CULTURALE E L'APPEAL DEL DISTRETTO IN MODO DA
UNIRE TRADIZIONE E INNOVAZIONE NEL CAMPO
DIFFUSO DEL DESIGN.



EMC20 EUROPEAN MARKETING COMMUNICATIONS
PROMOTIONAL COMMUNICATIONS

LEADER NEL MANUFATTI DI DESIGN ARCHITETTURA E SERVIZI DI DESIGN
INDUSTRIAL DESIGN IN BUILDING FOR DESIGN BUSINESSES

BRERA DESIGN DISTRICT
IS A REGIONAL MARKETING OPERATION THAT AIMS TO
HIGHLIGHT BRERA AS A REFERENCE POINT FOR
DESIGN IN MILAN THROUGH A COMMUNICATION
SYSTEM DESIGNED TO PROMOTE TERRITORIAL'S
EXCELLENCE, BRERA DESIGN DISTRICT WANTS TO
ENRICH THE CULTURAL OFFER AND APPEAL OF THE
DISTRICT IN ORDER TO MATCH TRADITION AND
INNOVATION IN THE WORLD OF DESIGN.

WWW.BRERADESIGNDISTRICT.IT



Brera Design District - Foto di Francesco D'Argento
Design District - Photo by CFrancesco D'Argento



Brera Design District - Foto di Cinzia Scarsi
Design District - Photo by Cinzia Scarsi



170.000

Pagine visitate nel solo periodo del Fuorisalone 2014.

Visited pages during Fuorisalone 2014.



50.000

Visitatori unici del portale
Unique visitors for the webpage



136

Realtà aderenti a Brera Design District.
Exhibitors of Brera Design District



50.000

Journal distribuiti in 6 giorni.
Journal distributed in 6 days.



3.000

Inviti scaricati per l'opening party in Mediateca S. Teresa
Passes downloaded for Opening Party at Mediateca S. Teresa



140.000

Personae transitate nel distretto in 6 giorni.
People transited in the district during 6 days.



12.000

Personae transitate all'info point durante i 6 giorni
People transited in the info point during 6 days.



50.700

Click sui post di Facebook
Click on post of Facebook



1.348

Tweet con #breradesigndistrict
Tweet with #breradesigndistrict



4.200

immagini postate con #breradesigndistrict
images posted with #breradesigndistrict

Brera Design District in numeri *Brera Design District in numbers*

Brera Design District si riconferma il punto di riferimento per il design a Milano e il distretto più importante con di 136 eventi e un passaggio di 140.000 persone.

Il nostro headquarter, presso la Mediateca di Santa Teresa, è stato sede di importanti brand internazionali e progetti culturali con un passaggio di oltre 12.000 persone.

Tema dell'edizione Lezioni di Design - Be District: creare connessioni comunicare innovazione ha portato alla creazione di un Manifesto insieme all'Associazione Italiana Storici del Design e all'organizzazione di 20 lezioni e 7 conferenze sul tema nei 6 giorni di attività.

2 info Point sul territorio, un sito web dedicato, 50.000 guide distribuite in tutta la città di Milano hanno garantito un facile accesso all'informazione e all'orientamento nel distretto. Il sito breradesigndistrict.it ha contato 50.000 visite totali per un totale di 170.000 visualizzazioni. Il picco è stato registrato l'8 aprile con 6.000 visite.

Pagina Facebook

2.415 like alla pagina di cui 684 nuovi like nella settimana dall'8 al 13 aprile

50.700 click sui post e 118 condivisioni raggiungendo una portata di 210.600 persone

Pagina Twitter

1.348 sono stati i tweet con #breradesigndistrict e 1.041 i retweet per un totale di persone raggiunte pari a 2.051.540

355 persone ci hanno citato nei loro post raggiungendo 974.380 persone

Instagram feed

Sono state postate 4.200 immagini con #breradesigndistrict

Brera Design District is reconfirmed the district most visited of the design week with a passage of 140,000 people and with 136 events.

Our headquarters at the Mediateca of Santa Teresa, has been seat to major international brands and cultural projects with a pass of over 12,000 people.

The theme of 2014 Design Lessons - Be District: creating connections, communication innovation has brought to creation of a Manifesto with the Italian Association of Design Historians and together for the Design Week we have realized 20 lectures and 7 conferences on the subject.

2 info point on the territory, a dedicated website, 50,000 guides distributed throughout the city of Milan have ensured an easy access to information and orientation in the district.

The website breradesigndistrict.it has counted 50,000 total visits for a total of page views equal to 170,000.

Facebook

2,415 like to page of which 684 new like in the week from April 8 to 13

50,700 clicks on post and 118 shares, reaching a flow rate of 210,600 people

Twitter

the tweets with #breradesigndistrict have been 1,348 and 1,041 the retweets for a total of people reached equal to 2,051,540

355 people mentioned #breradesigndistrict in their post, reaching a flow rate of people equal to 974.380

Instagram feed

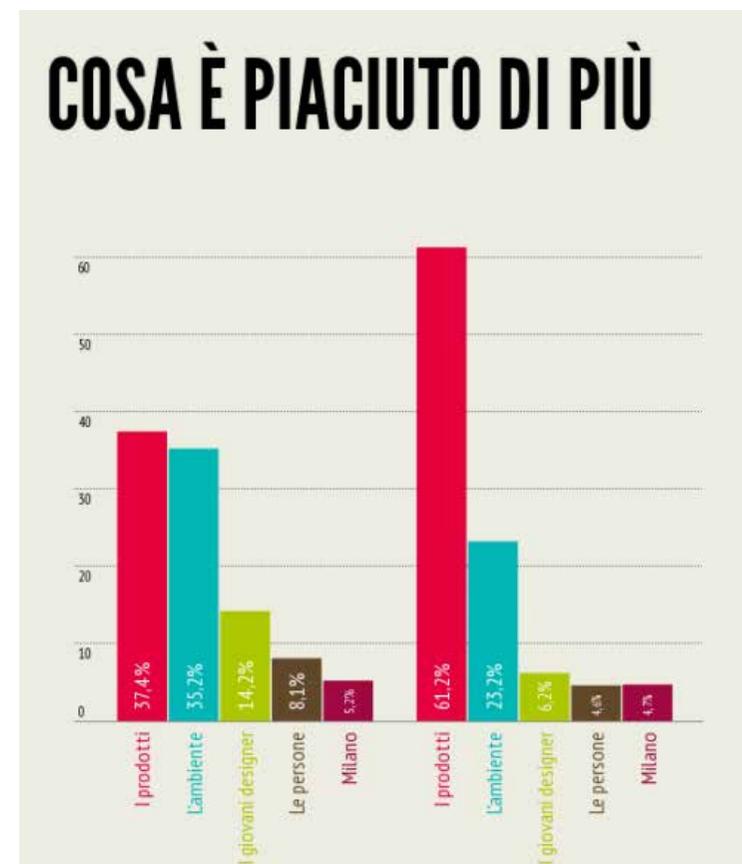
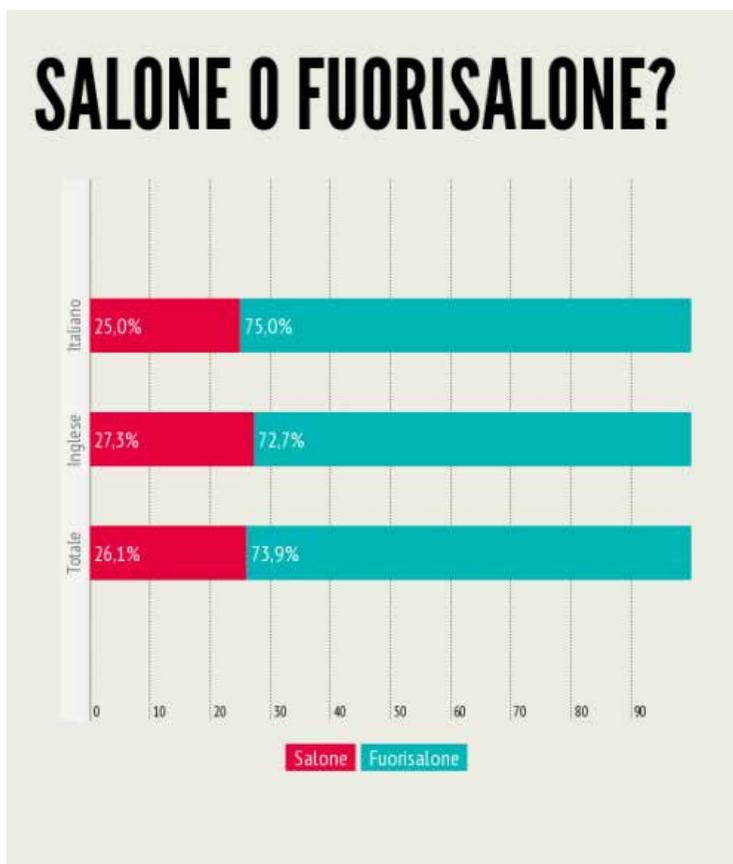
4,200 images were posted with #breradesigndistrict

Fuorisalone 2014: un'edizione da record anche sui social

Fuorisalone 2014: record edition on the social networks

“Una edizione da record quella appena conclusa per il Salone internazionale del Mobile, anche in Rete: un aumento sensibile dei visitatori, il tutto esaurito in città, e quasi 100 mila post pubblicati nei giorni del Salone. [...] Ma di che cosa si è discusso? A favorire maggiormente la Fiera rispetto a ciò che è successo per le strade di Milano è chi commenta in inglese (27,3%). In generale, tuttavia, l'attenzione è stata rivolta soprattutto al Fuorisalone (73,9% dei commenti) rispetto al Salone Internazionale del Mobile. In particolare, tra gli italiani l'evento del Fuorisalone più commentato è stato il Brera Design District, tra gli stranieri Ventura-Lambrate. Seguono poi Tortona around Design e La Triennale.”

Leggi tutto l'articolo sul Corriere della Sera [cliccando qui](#)





Social Brera Design District

Brera Design District Social

Brera Design District negli anni ha ampliato i suoi strumenti di comunicazione stando sempre al passo con i tempi. Quest'anno ha puntato molto sul ruolo dei social network in particolar modo sulle pagine ufficiali facebook e twitter usate come mezzo per comunicare agli utenti tutti gli eventi giorno per giorno e tutte le attività che si svolgono all'interno del distretto. Sempre più i social vengono visti come strumento di marketing capace di raggiungere un pubblico molto vasto e un target di riferimento.

Brera Design District over the years has expanded its communication tools being always in step with the times. This year has focused heavily on the role of social networks in particular, on the official page of facebook and twitter used as a means to communicate to users all events day by day and all the activities that take place within the district. More and more the social are seen as a marketing tool capable of reaching a very wide public and a target audience.

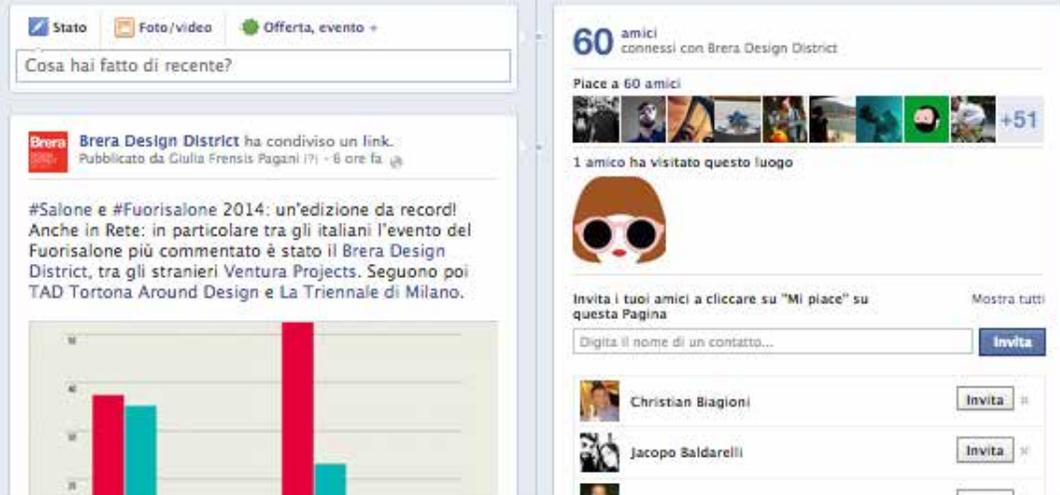


2.523
Mi Piace alla pagina
Facebook in 1 mese

Seguici sui social / Follow us on social:



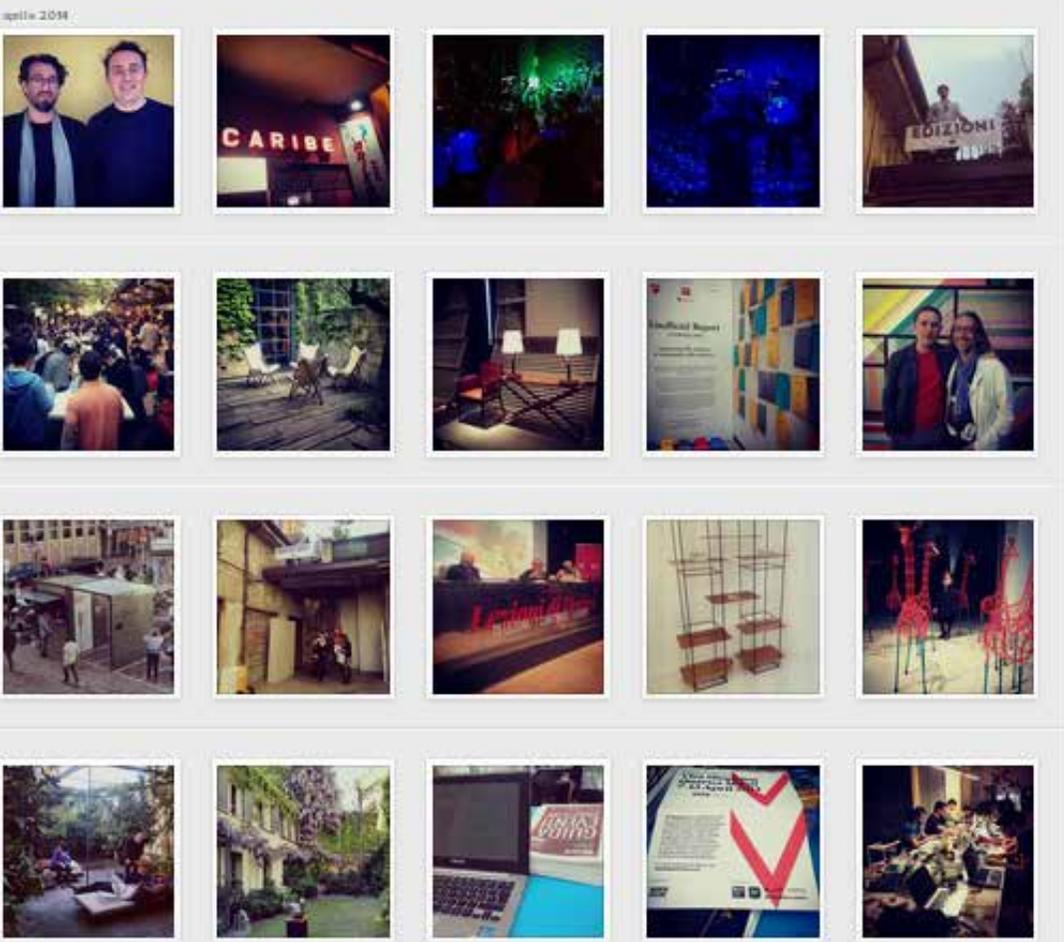
772
Follower alla pagina
Twitter in 1 mese





breradesigndistrict -
breradesigndistrict <http://www.breradesigndistrict.it>

95 posts 450 followers 431 following



Instagram live report di Brera

Instagram live report of Brera

Brera Design District quest'anno attraverso l'utilizzo di Instagram e dell'hashtag #breradesigndistrict ha creato una nuova memoria visiva del Fuorisalone un contenitore di immagini che di anno in anno andrà ad arricchirsi. In 6 giorni di eventi sono state raccolte oltre 4.200 immagini corrispondenti a #breradesigndistrict

Brera Design District this year through the use of Instagram and the hashtag #breradesigndistrict has created a new visual memory of Fuorisalone a container of images that will be expanded from year to year. In six days of events were collected more than 4,200 images corresponding to #breradesigndistrict

Seguici sui instagram!

Follow us on Instagram!

Anche gli e-reporter hanno dato un grande supporto ai singoli distretti associando su Fuorisalone.it 3.945 immagini al percorso Brera Design District.

Even the e-reporter gave a great support to individual districts associating on Fuorisalone.it 3,945 images to the Itinerary Brera Design District.

Visita la gallery di Fuorisalone.it!

Visit the gallery of Fuorisalone.it!



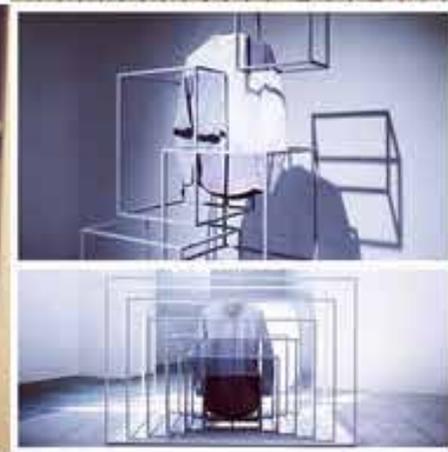
4.200
immagini Instagram
#breradesigndistrict

3.945
Immagini e-reporter
collegate a
Brera Design District

IT'S TIME TO *be happy*
fonti are belle
IT'S TIME TO *VAZZE OGGI*
DORMIRE TE
IT'S TIME TO *RENVI*
IT'S TIME TO *HAVE FUN!*

Instagram feed

#BRERADESIGNDISTRICT



Headquarter BDD

Mediateca Santa Teresa

HEADQUARTER

VISIONICA



Headquarter Info point Media point *Mediateca S. Teresa*

Mediateca Santa Teresa in via della Moscova 28, è stato il nostro headquarter oltre che info e media point per la stampa durante il Fuorisalone.

La restaurata chiesa barocca è la sezione multimediale della Biblioteca Nazionale Braidense, rappresenta un luogo di informazione e formazione che offre ai propri utenti un punto d'incontro e di dibattito culturale, promuove eventi, seminari, tavole rotonde e presentazioni, accoglie proposte di formazione e informazione, partecipa, grazie accordi con altri soggetti, a progetti di promozione e valorizzazione culturale. Recentemente ha sottoscritto un accordo triennale con l'Associazione Amici di Mediateca per la realizzazione di un programma di manifestazioni e eventi ad alto valore culturale: Visionica.

Visionica è l'incubatore sperimentale di progetti ed eventi culturali che l'Associazione no profit Amici di Mediateca svilupperà nel triennio 2014/16 in collaborazione con Mediateca Santa Teresa-Biblioteca Nazionale Braidense nella sede di via Moscova 28 a Milano. Focus di Visionica la multimedialità come fattore di innovazione nello scambio creativo tra Arte, Scienza e Tecnologia, che svilupperà in un palinsesto stagionale di eventi aprendo Mediateca Santa Teresa alla più ampia fruizione pubblica e gratuita valorizzandone e integrandone le peculiarità, coniugando la sua programmazione all'offerta di pubblico servizio per la consultazione che l'Istituto garantisce.

Mediateca Santa Teresa, in via della Moscova 28, has been our headquarters and info and mediapoint for the press during the Fuorisalone.

The restored Baroque church is the multimedia section of the Braidense National Library and represents a place of information and training, offering users a point of encounter and cultural debate, promotes events, seminars, round tables and presentations, receives proposals for training and information, participates, thanks to agreements with other bodies, in projects of promotion and cultural improvement.

It has recently signed a three-year agreement with the Friends of Mediateca Association for the production of a programme of events of a high cultural value: Visionica.

Visionica is the experimental incubator of cultural projects and events that the non-profit association Amici di Mediateca will be developing in the three-year period 2014-16 in cooperation with Mediateca Santa Teresa-Biblioteca Nazionale Braidense in its premises in via Moscova 28, Milan.

The Focus of Visionica is the multimedia as a factor in innovation in the creative exchange between Art, Science and Technology. A seasonal programme of events will be developed opening Mediateca Santa Teresa to the widest public and the freest use, enhancing and adding to its particular features, combining its programme with the offer of a public consultation service guaranteed by the Institute.



VISIONICA



VISIONICA

Un Palinsesto culturale che fa della multimedialità il fattore di innovazione nello scambio creativo tra Arte, Scienza e Tecnologia

A list of cultural events making multimedia the factor of innovation in creative exchange between Art, Science and Technology

Visionica è l'incubatore sperimentale di progetti ed eventi culturali che l'Associazione no profit Amici di Mediateca svilupperà nel triennio 2014/16 in collaborazione con Mediateca Santa Teresa-Biblioteca Nazionale Braidense nella sede di via Moscova 28 a Milano.

Focus di Visionica la multimedialità come fattore di innovazione nello scambio creativo tra Arte, Scienza e Tecnologia, che svilupperà in un palinsesto stagionale di eventi aprendo Mediateca Santa Teresa alla più ampia fruizione pubblica e gratuita valorizzandone e integrandone le peculiarità, coniugando la sua programmazione all'offerta di pubblico servizio per la consultazione che l'Istituto garantisce.

Il palinsesto di VISIONICA ha previsto per il Fuorisalone le seguenti attività:

Visionica is the experimental incubator of projects and cultural events that the non-profit association Amici di Mediateca will be developing in the 2014-16 three-year period with Mediateca Santa Teresa - Biblioteca Nazionale Braidense in the premises in via Moscova 28, Milan. The focus of Visionica will be the multi-media as a factor of innovation in the creative exchange between Art, Science and Technology. It will be structured in a seasonal programme of events opening the Mediateca Santa Teresa to the widest possible free public use, enhancing and completing its particular features and combining its programming with the offer of a public service for consultation guaranteed by the Institute.

The palimpsest of VISIONICA provided for Fuorisalone the following activities:

BRERA DESIGN DISTRICT MEDIA POINT
MONSTER IN THE SPOTLIGHT - DUCATI
MARTINI RACING LOUNGE
UNOFFICIAL REPORT
MT SHOP - MT GARDEN
OSCAR DELL'IMBALLAGGIO
ROBOT THERAPY
LEZIONI DI DESIGN - DESIGN LESSONS
CITY SENSING
ANIMA - SOTTO UN'ALTRA LUCE



UNOFFICIAL REPORT

Nel palinsesto si inserisce anche un progetto collaborativo creato da un team di giovani usciti da Fabrica (Centro di Comunicazione e Ricerca della Benetton), che ha l'obiettivo di raccontare l'essenza e creatività degli eventi e festival attraverso il dialogo con i visitatori per documentarne reazioni e punti di vista e trasformando questi reportage sui generis in veri e propri progetti espositivi non convenzionali.

Unofficial Report è una piattaforma sperimentale che da voce all'essenza della settimana attraverso le parole chiavi raccolte dalle persone intervistate al Fuorisalone. Un'installazione collaborativa che cresce e cambia ogni giorno, dando importanza alle opinioni e istinti delle persone.

Il progetto è stato presentato in occasione dello scorso Fuorisalone ed è stato realizzato in seguito a Basilea per Art Basel e infine alla Design Week di Londra a settembre in collaborazione con il V&A Museum.

Unofficial Report captures the essence of the week through keywords. A real-time exhibition that is built by the visitors inside and outside the space. A collaborative installation that will grow over days, re-discussing the way of seeing creative events and giving importance to words, thoughts and the instinct of the people.



MT - SHOP & GARDEN

MT Washi Tape decora Mediateca Brera con i nastri in carta di riso per pareti. I nastri MT CASA rivoluzionano il concetto di decorazione d'interni. L'adesivo rimovibile, i colori e i motivi variegati permettono di cambiare volto a qualsiasi ambiente senza rovinare il supporto. Durante il salone, sarà presente un pop-up store dove sarà possibile toccare con mano i nastri e discutere insieme ad un esperto le possibili soluzioni d'interni. Nel Mini Store, oltre alla linea Casa, sarà anche possibile acquistare la linea MT Ex, MT Mina, Olle Eksell e tutti gli altri nastri adatti alla decorazione di oggetti. Making is Fun!

MT Washi Tape will decorate Brera Walls Mediateca with rice paper tapes. MT CASA represents the new standards for interior design. The adhesive is removable, the colors and patterns allow you to change the look of your house without damaging the substrate. During the show, MT pop-up store, located in BRERA Mediateca, will be the place where you can touch the tapes and discuss possible solutions together with a tape expert. In the Mini Store you can also buy the rest of MT line: MT Ex, MT Mina, Olle Eksell and all other tapes suitable for objects decoration. Making is fun!

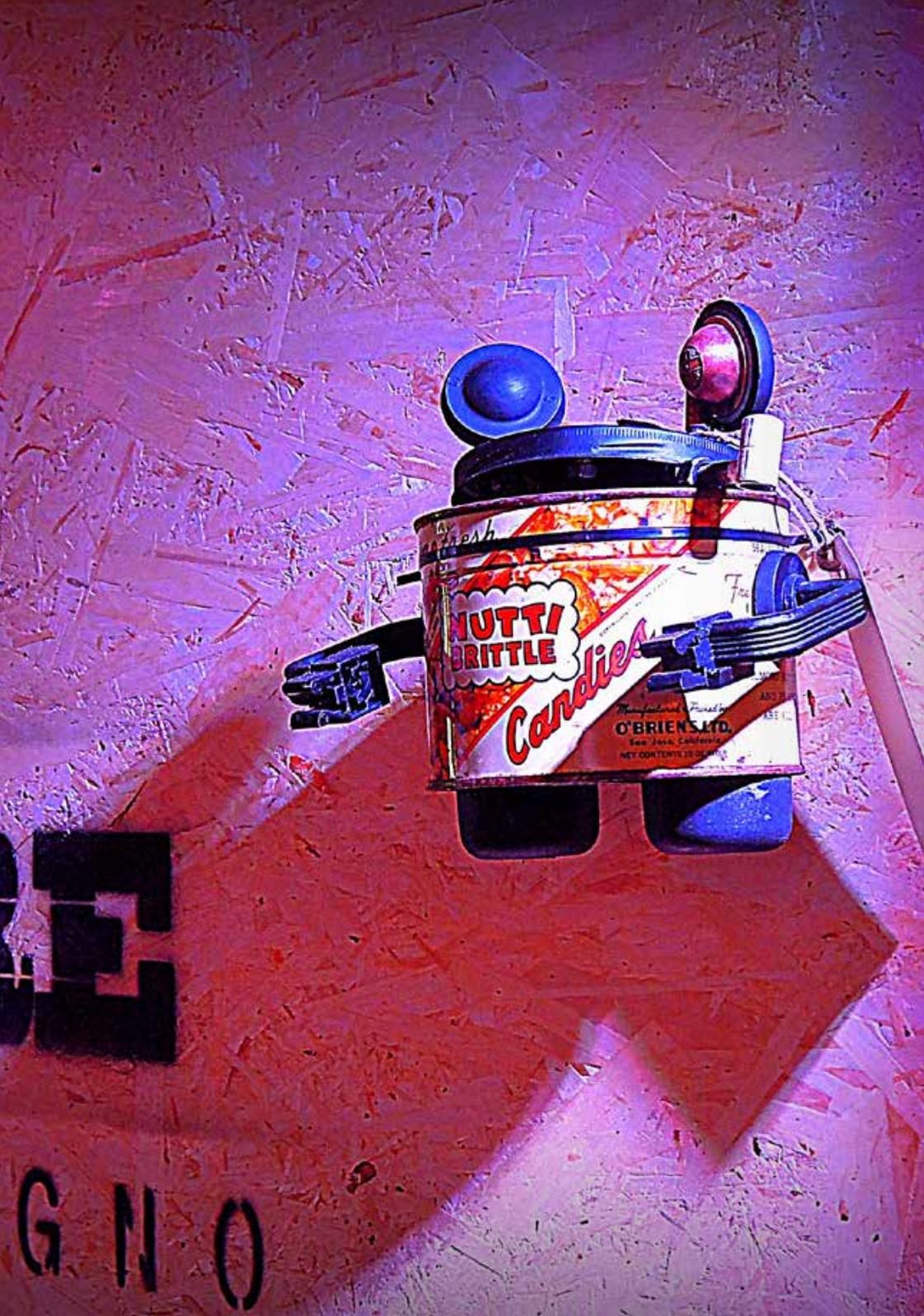
OSCAR DELL'IMBALLAGGIO 2014



OSCAR DELL'IMBALLAGGIO

Mostra dei concorrenti al contest Oscar dell'imballaggio 2014, Quality Design presso Mediateca, spazio Underground e premiazione dei vincitori, in occasione della lezione di design a cura di Valeria Bucchetti, Scuola del Design, Politecnico di Milano.

Competitors of Contest Oscar dell'imballaggio 2014, Quality Design on show in Mediateca. Prizегiving ceremony will be held during the design lesson by Valeria Bucchetti, Scuola del Design.



ROBOT THERAPY

Robot Therapy inaugura il progetto "Mamma...che cosa mangiano i Robot?" che VISIONICA svilupperà per Expo 2015. I Robot 'da adottare' di Massimo Sirelli nella loro visionaria ricombinazione di pezzi del consumo quotidiano, sono veri soggetti affettivi. Li vedi e li adotti tutti sviluppando diversi livelli di empatia nei confronti ora dell'uno ora dell'altro. Ne cogli al volo la solitudine di 'genere' e ti domandi "ma chi ti adotterà?...dove andrà? riuscirai a farti capire...? La proposta paradossale di Sirelli ha avuto una risposta virale sul web, tutti vogliono adottare un robot. Questa mostra ha voluto cogliere al volo questa 'dolcezza' che viaggia in rete. È la migliore inaugurazione che VISIONICA per Expo poteva augurarsi.

"La robotica è uno dei principali business del futuro, come dimostra il massiccio impegno finanziario in attività di Ricerca e Sviluppo dei paesi più industrializzati, Giappone in testa. Dopo la diffusione dei robot nelle industrie oggi iniziano a vedersi i primi prodotti consumer, prevalentemente nel settore dell'entertainment ma destinati ad aprire il mercato all'invasione dei robot di servizio. Il mercato potenziale è immenso ed è prevedibile che in futuro il mercato asiatico ne deterrà una fetta predominante, come oggi avviene per l'elettronica di consumo." Fonte: www.scuoladirobotica.eu

La Mostra e il progetto di installazione è a cura di Alberto Pizzati Caiani e Massimo Sirelli. L'installazione, che occuperà il Piano giardino della Mediateca, è ispirata al magazzino di una Società di trasporti dove sono stoccate le casse piene di Robot in partenza per varie destinazioni di "adozione".

Robot Therapy inaugurates the project "Mom... what Robots eat?" that Visionica is developing for Expo 2015. Robots 'to adopt' - by Massimo Sirelli - are a real emotional subjects with their visionary recombination of pieces of daily consumption.

You see them and you adopt them, developing different levels of empathy.

It's the best opening that VISIONICA could hope for Expo.

"Robotic is one of the main business of the future, as evidenced by the massive financial commitment in Research and Development of leading industrialized countries, Japan at the top. After the diffusion of robots in industries, today you could see the first consumer products, at first in entertainment industry with the intention to open the market to the invasion of robots' services. The potential market is huge and we could expect that in the future the Asian market will hold a predominant slice, as it happens today for electronics consumer." Fonte: www.scuoladirobotica.eu

The Exhibition and display design is by Alberto Pizzati Caiani and Massimo Sirelli. The display is inspired by the warehouse of a Transport company, where boxes full of Robots are stacked, awaiting departure for various "adoption" destinations. It will be possible to adopt the robots exhibited during the show.

CITYSENSING

Milano Design Week,
Aprile 2014

C'è un modo di raccontare la città che passa attraverso la lettura dei dati e delle informazioni che essa genera. Quella traccia digitale che ognuno di noi lascia ogni volta che compie un piccolo gesto quotidiano, come fare una telefonata, inviare un tweet o utilizzare una bici pubblica.

Telecom Italia e Politecnico di Milano raccontano, attraverso il progetto CitySensing, come cambia Milano durante i giorni del FuoriSalone e lo fanno utilizzando i Big Data, ovvero quell'enorme flusso informativo che i suoi abitanti e i suoi visitatori lasciano utilizzando il proprio smartphone o muovendosi in città. Utilizzando tecnologie d'analisi d'avanguardia e modelli avanzati di visualizzazione dei dati, CitySensing vi mostra una prospettiva nuova dell'impronta di FuoriSalone su Milano.

Progetto realizzato da:

SKIL
Telecom Italia
Fabrizio Antonelli
Roberto Larcher

DEIS
Politecnico di Milano
Paola Valle

DENSITYDESIGN LAB
Politecnico di Milano
Paolo Ciuccarelli
Matteo Azzi
Daniela Cimmiari
Giorgia Ubaldi
Tommaso Eli



Geografia

La mappa visualizza le tracce della telefonia mobile, dei tweet e del bike sharing evidenziando la densità di attività nei dintorni ufficiali di FuoriSalone.



CITY SENSING

Una sperimentazione guidata da Telecom Italia e Politecnico di Milano, in collaborazione con Fuorisalone.it mostrerà attraverso dei video come la città risponde al fuorisalone. Flussi, percorsi, attività social che nascono dal territorio vengono analizzati in tempo reale e consegnano una rappresentazione digitale della città in un innovativo modo di leggere la sua evoluzione e il suo battito quotidiano.

From an experimentation guided by Telecom Italia and Milan Polytechnic, in cooperation with Fuorisalone.it, we will see some videos showing how the city responds to the Fuorisalone. Flows, routes, social activities that arise from the territory are analysed in real time to deliver a digital representation of the city in an innovative way of interpreting its evolution and daily heartbeat.



ANIMA – SOTTO UN’ALTRA LUCE ANIMA – IN ANOTHER LIGHT

Una installazione evocativa che induce a contemplare la bellezza del naturale, un’installazione evocativa. Gemme e cristalli sbocciano da un involucro ligneo, in qualità di punti luce totemici ma spiritosi.

An evocative art installation inducing us to contemplate the beauty of the natural, where gems and crystals blossom from a wooden casing, in the form of symbolic but entertaining points of light.

Progetti BDD

BDD Projects

LEZIONI DI DESIGN / *DESIGN LESSONS*

IL MANIFESTO / *THE MANIFESTO*

PREMIO AD AMBRA MEDDA / **AWARD TO AMBRA MEDDA**

ALDO CIBIC

GIULIO IACCHETTI

HEADQUARTER MEDIATECA S. TERESA

MILANO DESIGN CAPITAL

Be District: creare connessioni, comunicare innovazione - Lezioni di Design

Be District: creating connections, communicating innovation - Design Lessons

In continuità con l'edizione precedente, il cui tema era una riflessione critica sulle Forme e i valori della qualità tra "Fare Artigianale e pensare Industriale", Brera Design District presenta "Lezioni di Design" e propone il tema "Be District: creare connessioni, comunicare innovazione". Lezioni di Design è una riflessione che ha per obiettivo la promozione della cultura del progetto, dove la storia del design e le esperienze sul campo sono la chiave di lettura del contemporaneo che va di pari passo con l'innovazione. Per fare ciò si è voluto tornare tra i banchi di scuola, partendo dall'origine e dallo studio del design stesso. Da qui la scelta di presentare un percorso con molte iniziative legate alla conoscenza e all'apprendimento, con l'obiettivo di fare sistema promuovendo una nuova filosofia.

In continuity with the previous edition, whose theme was a critical reflection on the forms and values of quality between "Craft making and Industrial thinking", Brera Design District presents "Design Lessons" and proposes the theme "Be District: creating connections, communicating innovation". Design Lessons is a contemplation whose object is the promotion of design culture, where the history of design and the experiences in the field are the key to understanding the contemporary scene, which goes hand in hand with innovation. To do this it has been decided to return to the schoolroom, starting from the origin and the study of design itself. Hence the choice of presenting a series of initiatives linked to knowledge and learning, with the aim of creating a system, promoting a new philosophy.

"Be District: creare connessioni, comunicare innovazione": essere distretto significa prima di tutto creare connessioni. L'intervallo di tempo tra la creazione di nuovi prodotti, l'aggiunta di valore a quelli già esistenti e il loro lancio sul mercato si sta riducendo in tutto il mondo. Dove c'è un alto quoziente tecnologico questo processo è più rapido. Marca e prodotto non sono più sufficienti, la reputazione in rete e la comunicazione si sviluppa secondo diversi principi e i nuovi mercati richiedono modelli di sviluppo differenti e innovativi. Bisogna auspicare la creazione di sistemi generativi perchè questi hanno una capacità inesauribile di connettere utenti e consentire loro di creare nuovi valori e nuovi prodotti. Questo il messaggio che vogliamo trasmettere alle aziende e a tutti gli addetti ai lavori.

"Be District: creating connections, communicating innovation": being a district means first of all creating connections. The time interval between the creation of new products, the addition of value to those already existing and their launching on the market is becoming shorter the world over. Where there is a high technological quotient this process is even faster. We must aspire to the creation of generative systems because these have an inexhaustible capacity to connect users together and enable them to create new values and new products. This is the message that we want to convey to the businesses and to all

those in the profession.

AIS/Design, l'Associazione italiana degli storici del design, nata nel 2009 per promuovere e diffondere la conoscenza storica del design, anche al di fuori del mondo accademico. Come afferma Raimonda Riccini, vicepresidente dell'Associazione e direttrice della rivista online "AIS/Design", "la ricerca storica sul design non è una disciplina chiusa in se stessa, ma è alimentata dalle domande che emergono dalla contemporaneità, vive in relazione con il presente, entra in sintonia con le esigenze di immagine delle aziende, contribuisce a rendere forti le iniziative culturali di imprese, enti, musei, persino del mondo del retail...". L'Associazione Italiana degli Storici di Design (AIS/ Design), insieme a Brera Design District si propone di attivare un dibattito e un palinsesto di attività alla scoperta della storia del design attraverso una chiave di lettura innovativa, funzionale alla lettura del contemporaneo e alla definizione di nuove strategie di marketing per le aziende dell'indotto.

AIS/Design is the Italian Association of Design Historians, created in 2009 to promote and spread historical awareness of design, also outside the academic world. In the words of Raimonda Riccini, vice-president of the Association and editor of the online publication "AIS/Design", "historical research into design is not a discipline closed in itself, but is fed by the demands emerging from the contemporary world. It lives in a relationship with the present, enters into tune with companies' image needs and contributes to reinforcing the cultural initiatives of companies, authorities, museums, even the retail world..."

The Italian Association of Design Historians (AIS/Design), together with Brera Design District, proposes to initiate a debate and a programme of activities in search of the history of design through an innovative perspective, functional to interpreting the contemporary world and establishing new marketing strategies for companies of the related sectors.

Lezioni di Design - Il Manifesto

Design Lessons - The Manifesto

Il nostro obiettivo è la promozione della cultura del progetto. In un momento storico in cui si sono persi i riferimenti, langue il concetto d'identità e non si ricorda a sufficienza la storia del saper fare (sia nel contesto produttivo che in quello progettuale), riteniamo indispensabile una riflessione. Nelle scuole di Design stanno scomparendo i corsi sulla storia del design, i musei e le istituzioni non hanno le forze e forse la visione necessaria per produrre contenuti critici e momenti di confronto, le riviste non sono più il luogo del dibattito e le nostre aziende sono disorientate, tra nuove forme di comunicazione, dinamiche poco prevedibili dei social media e ricerca di nuovi mercati. A ogni periodo di crisi ne segue uno di rinascita; spesso corrispondente alla rivelazione di una nuova consapevolezza. La risalita, quindi, deve passare attraverso un percorso formativo e culturale a tutti i livelli, dalla scuola primaria alla classe dirigente. Per progettare il presente bisogna guardare a quello che di buono è stato fatto in passato, riaffermando il ruolo dei distretti, del sapere artigianale e della capacità imprenditoriale, riportandolo su strade innovative. Brera Design District e l'Associazione Italiana Storici del Design, producendo cultura, facendo ricerca continua, creando connessioni tra le aziende e gli attori del contesto, in un percorso finalizzato alla promozione di un nuovo modo di comunicare il design, producono e condividono un manifesto: alla ricerca di una nuova consapevolezza.

Our aim is to promote design culture. In a historical moment when the references have been lost, the concept of identity tends to wither and the history of the skills is not sufficiently remembered (whether in the context of production or design), we think a reflection is unavoidable. Courses on the history of design are disappearing from the design schools; museums and institutions do not have the necessary strength, and perhaps the vision, to produce critical contents and exchanges of ideas, magazines are no longer a place for debate and our companies are disorientated, among new forms of communication, the unpredictable dynamics of social media and the search for new markets. Every period of crisis is followed by one of rebirth, often associated with the revelation of a new awareness. The revival must therefore involve a training process at all levels, from the primary school to the governing class. To plan the present we need to look at what good has been done in the past, reaffirming the role of the districts, of craft knowledge and business capability. Brera Design district and the Italian Association of Design Historians, producing culture, doing continuous research, creating connections between the companies and the players in this environment, in a path aiming at the promotion of a new way of communicating design, produce and share a manifesto: in search of a new awareness.

Manifesto: 10 punti da non dimenticare

Non esiste una storia ma tante storie

Fare storia significa Fare critica

La ricerca è un lavoro di riflessione aperto e dialettico, non autoreferenziale

La storia del design è una disciplina autonoma in un percorso formativo

La storia si rafforza nella promozione di un processo multidisciplinare

Conoscere le fonti storiche aiuta la produzione di progetti curatoriali innovativi e originali
Raccontare "microstorie" attraverso personaggi, eventi e prodotti iconici è fondamentale per comprendere il presente

Raccontare la tradizione del fare artigianale significa pensare all'innovazione

Investire in formazione e nelle forme di comunicazione in rete è un investimento produttivo

Archiviare e condividere la conoscenza è un'azione di cultura

Siamo gli "astronomi della storia", diceva Siegfried Giedion: "lo storico non può tracciare il corso degli avvenimenti come l'astronomo. Ma ha un punto in comune con lui: che continuamente emergono nuove costellazioni e mondi prima invisibili. E come l'astronomo deve rimanere eternamente al suo posto di osservazione".

Manifesto: 10 points not to be forgotten

There is not one history but many

Studying history means Making criticism

Innovation does not exclude tradition, between craft making and industrial thinking

Research is an open, interactive, not self-referential, work of reflection

History reinforces itself in the promotion of a multi-disciplinary process

The history of design is an autonomous discipline in an educational process

Acquaintance with the historical sources helps to produce innovative, original curatorial projects

Relating "micro-histories" through personalities, events and iconic products is fundamental for understanding the present

Investing in training and in the web forms of communication

Recording and sharing knowledge

We are the "astronomers of history", said Siegfried Giedion; "the historian cannot trace the course of events like the astronomer. But the two have a point in common: the continual emergence of new constellations and previously invisible worlds. And, like the astronomer, the historian must remain permanently at his observation point".



Lezioni di Design Premio ad Ambra Medda *Design Lessons Award to Ambra Medda*

Co-fondatrice di Design Miami - con il quale ha rivoluzionato il format di fiera d'arte - e co-fondatrice e Creative Director di L'Arcobaleno, magazine e shop online dedicato al design da collezione, fucina creativa che raccoglie designer, galleristi, curatori e creativi in un unico format.

Ambra Medda è una perfetta interprete del tema proposto, il suo lavoro con L'Arcobaleno definisce un nuovo format di promozione e comunicazione del design, punto di riferimento per gli addetti ai lavori.

Ha promosso un nuovo modo di comunicare il design online, in un mix tra design, arte, moda e musica, dove s'incontrano pezzi d'autore, volti nuovi ed e-commerce limited edition.

Founder of Design Miami - with which she has revolutionized the art exhibition format - and co-founder and Creative Editor of L'Arcobaleno, the online magazine and shop dedicated to collection-level design, a creative workshop bringing together designers, art dealers, curators and creatives in a single format.

Ambra Medda is a perfect interpreter of the theme proposed, her work with L'Arcobaleno establishes a new format of design promotion and communication, a reference point for those involved professionally.

She has promoted a new way of communicating design online, a blend of design, art, fashion and music, an encounter between designer items, new faces and limited edition e-commerce.



Lezioni di Design Aldo Cibic *Design Lessons* Aldo Cibic

Forse la mia opinione su Brera è un po' di parte in quanto è da quando sono venuto a lavorare a Milano, alla fine degli anni '70, che ho sempre avuto casa e studio in questa zona. Mi posso, per questo motivo, considerare a tutti gli effetti un testimone di come in questi anni questa parte della città si sia modificata, e perché mi piace ancora stare qui. Di fatto è una cittadina nella città, dove ci sono degli scorci della vecchia Milano in cui vi si trovano ancora piccole realtà artigianali che convivono naturalmente con le realtà più diverse tipiche della Milano metropoli d'avanguardia. Gli showroom del design, i negozi di modernariato, quelli di moda, i ristoranti più nuovi e simpatici, i bar, le panetterie, i negozi di alimentari, il chiosco dei giornali più internazi. Creare connessione e comunicare innovazione a poco tempo fa, la sede del Corriere della Sera, fanno della zona Brera un luogo in cui la vita di quartiere si arricchisce della vita di chi viene da fuori producendo, grazie a questa varietà, un'energia tutta speciale di grande qualità ed una sorta di "Milano style" e "Made in Italy" concentrati nello stesso posto. L'aver deciso di formalizzare ZONA BRERA la trovo un'operazione che definisce più chiaramente una polarità e le sue caratteristiche, che oltre al fatto specifico relativo al design, porta avanti un processo virtuoso di valorizzazione della città per cui chi vive e chi lavora nel "Brera district" percepisce un maggiore senso di appartenenza e ha tutti i motivi per innalzare continuamente la qualità del quartiere e dell'offerta.

My opinion of Brera may be somewhat biased because I've always had my home and studio in this area since I came to work in Milan at the end of the 1970s. For this reason I can consider myself to all effects a witness as to how this part of the city has changed in these years and why I still like living here. It is a town within the city, where there are glimpses of the old Milan, where you can still find small craft workshops living naturally alongside various expressions of the Milan avantgarde metropolis. The design showrooms, the modern art shops, the fashion shops, the newest and most attractive restaurants, the bars, the bakers, the food shops, the newsstand with the most international selection of papers in Milan and, until recently, the headquarters of the Corriere della Sera, make the Brera quarter a place where the life of Milano is enriched. My opinion of Brera may be somewhat biased because of the district is enriched by the lives of those who come from outside and, thanks to this variety, produce a very special energy of great quality and a sort of "Milano style" and "Made in Italy", concentrated in one place. I find the decision to formalise ZONA BRERA an operation that has more clearly defined a polarity and its characteristics, which in addition to the specific fact relating to design, carries on a virtuous process of enhancement of the city so that those who live and work in the "Brera district" perceive a greater sense of belonging and have every reason for continually raising the quality of the district and of what it offers.



Lezioni di Design

Giulio Iacchetti

Design Lessons

Giulio Iacchetti

Quando arrivai a Milano il quartiere di Brera rappresentava l'evasione dalla periferia dove abitavo, il luogo dove poter passare un piacevole pomeriggio tra la Pinacoteca e le sue belle vetrine. Forse in quelle stradine che impongono un andamento lento rivivevo l'atmosfera del paese che avevo lasciato per l'avventura milanese. Negli anni scoprii sempre di più la sobrietà e l'eleganza che distinguono il quartiere, le esposizioni di design dei suoi showroom erano (e lo sono ancora) un catalogo aperto dove potersi informare e formare alla scuola dei grandi brand. Le mie passeggiate per Brera si sono trasformate nel tempo in una serie di appuntamenti fissi per una visita a vecchi conoscenti come Andrea Galimberti del Piccolo, un'occhiata alle vetrine di Molteni, un saluto agli amici di Valcucine, perdersi nel grande showroom di Boffi, passare da Paola C, trovare pretesti per acquistare qualcosa da ASAP e passare un poco di quel piccolo angolo di paradiso che è l'orto botanico. Brera è un coacervo di valori, bellezza, progetto: le antiche botteghe artigiane hanno ceduto il passo a chi oggi artigianalmente pensa e progetta, vedi il condensarsi in quel quartiere di studi professionali di affermati e giovani designer, architetti, grafici e illustratori...anche questo fatto è segno di sincera vitalità. Ottima dunque l'intuizione di eleggere il quartiere di Brera a Distretto del Design: è un riconoscimento ufficiale di una situazione che spontaneamente si era creata grazie alla libera iniziativa dei tanti attori (negozi, designer, gallerie d'arte, luoghi di esposizione, ecc ecc) che potranno solo beneficiare di un'organizzazione più accurata e in grado di dialogare ad armi pari con le rappresentanze degli altri quartieri del Fuori Salone.

When I arrived in Milan the Brera district represented an escape from the suburbs where I lived, a place where you could spend a pleasant afternoon among the famous picture gallery and the fine shop windows. Perhaps in those narrow streets, that impose a slow pace, I was able to relive the atmosphere of the town that I had left for my Milanese adventure. Over the years I increasingly discovered the sobriety and elegance that distinguish the district, the design displays of its showrooms were (and still are) an open catalogue where you can find out and learn from the school of the big brands. Over time my strolls in Brera were transformed into a series of fixed appointments, for a visit to old acquaintance like Andrea Galimberti of the Piccolo the atre, a glance in the Molteni showcase windows, a greeting to the friends of Valcucine, losing myself in the in the great Boffi showroom, a look in at Paola C, an excuse to buy something from ASAP and spend some time in that little corner of paradise that is the botanical garden. Brera is a collection of values, beauty and design: the old craft workshops have given way to those who today think and design craft. In the district you see a concentration of professional studios of established and young designers, architects, graphic artists and illustrators...this fact too is a sign of sincere vitality. It has therefore been an excellent idea to elect the Brera quarter to the status of Design District; it is an official recognition of a situation that came into being spontaneously from the free initiative of the many protagonists (shops, designers, art galleries, showrooms etc. etc.), which can only benefit from a more thorough organisation able to dialogue on equal terms with the representations of the other Fuori Salone districts.

MILANO
DESIGN
CAPITAL

Available from
FUORISALONE 2015



Milano Design Capital

Il film-documentario

Obiettivo

Celebrare Milano quale Capitale del design.
Promuovere il territorio come distretto di eccellenza.

Un progetto indipendente di Studiolabo con Patrizio Saccò, Massimiliano Fratlicelli e Andrea Cuman.

Per ora la certezza è che il Salone, il Fuorisalone e l'industria italiana sono e rimarranno il riferimento del design nel mondo. In un momento di crisi economica e di difficoltà oggettiva del sistema-Italia dobbiamo con forza far emergere le eccellenze e le leve innovative che ancora possono garantire un futuro e il progresso. L'Italia, Milano, ha un primato e dobbiamo comunicarlo al meglio a livello internazionale.

Con l'occasione di Expo 2015, Milano diventa vetrina di se stessa, il documentario è un prodotto che vuole parlare, attraverso un linguaggio condiviso e di intrattenimento, ad un vasto pubblico internazionale.

Milano e il territorio sono raccontati attraverso la settimana del design, format unico a livello mondiale per numero di eventi, afflusso di pubblico e risonanza a livello mediatico.

Il Documentario è in fase di sviluppo e sarà presentato durante la settimana del design 2015.

Per info

www.milanodesigncapital.it

Celebrating Milan as the Design Capital. Promoting the area as a district of excellence.

For now the sure thing is that the Exhibition, the Fuorisalone (fringe events in various locations in the city, away from the Exhibition Centre) and Italian industry are and will remain the reference point for design in the world. At a time of economic crisis and objective difficulty for Italian business we must forcefully bring to the fore the points of excellence and the levers for innovation that can still guarantee a future and progress. Italy and Milan have the supremacy and we must communicate this as well as possible internationally.

With the opportunity of Expo 2015, Milan has become a showcase for itself; the documentary is a product that aims to speak to a broad international audience through a shared language and one of entertainment.

Milan and its territory are described through the design week, a unique format in the world for the number of events, public attendance and media coverage.

The documentary is work in progress and will be released during the next design week in 2015.

Milano Design Capital il film documentario *Milano Design Capital the docu film*

Con l'occasione di Expo 2015, Milano diventa vetrina di se stessa, il documentario è un prodotto che vuole parlare, attraverso un linguaggio condiviso e di intrattenimento, ad un vasto pubblico internazionale.

Milano e il territorio sono raccontati attraverso la settimana del design, format unico a livello mondiale per numero di eventi, afflusso di pubblico e risonanza a livello mediatico. Obiettivo del documentario è presentare la città di Milano ed il territorio di riferimento attraverso le imprese, i visitatori, il salone del mobile, il Fuorisalone, i distretti temporanei, ancor prima degli oggetti di design e dei designer che scelgono Milano come vetrina ma che rappresentano un territorio molto più ampio. Scoprire gli spazi più curiosi e originali, gli allestimenti più spettacolari e le iniziative più creative. Spiegare perché la settimana del design è un evento che unisce commercio e cultura, business e intrattenimento, da prendere come esempio virtuoso di vitalità e costante rinnovamento. Raccontare per la prima volta un evento unico, capace di attirare imprese e visitatori da ogni angolo del pianeta. Il design diventa chiave di lettura di una città che diventa "capitale del design", che si ridisegna per una settimana coinvolgendo tutti i cittadini in un confronto con l'arte e la cultura, ma anche con un cambio di scenario urbano che non tutti comprendono fino in fondo. Non un prodotto istituzionale, ma un prodotto cinematografico, che vuole raccogliere diversi punti di vista, anche molto diversi tra di loro, dal designer rinomato, all'azienda storica, ma anche il portinaio di via Tortona o l'organizzatore del Salone del Mobile.

With the opportunity of Expo 2015, Milan has become a showcase for itself; the documentary is a product that aims to speak to a broad international audience through a shared language and one of entertainment. Milan and its territory are described through the design week, a unique format in the world for the number of events, public attendance and media coverage. Aim of the documentary is to present the city of Milan and the relating area through the companies, the visitors, the furniture exhibition, the FuoriSalone, the temporary districts, and then through the objects and design and the designers who choose Milan as a showcase but represent a much wider area. To discover the most curious and original spaces, the most spectacular display set-ups and the most creative initiatives. To explain why the design week is an event combining commerce and culture, business and entertainment, to be taken as a virtuous example of vitality and constant renewal. To tell, for the first time, of a unique event, able to attract businesses and visitors from all corners of the planet. Design becomes a key to the interpretation of a city that is the "design capital", which is redesigned for a week involving all the citizens in an encounter with art and culture. But also a change of urban scenery that is not completely taken in by everyone. Not an institutional product, but a cinema creation aiming to gather various points of view, including widely differing ones, from the renowned designer to the long-established company, but also the door-keeper of Via Tortona or the organiser of the Furniture Exhibition... all these together because together they all create the image of Milan.

Main Sponsor

Main Sponsor

LEXUS
DESIGN
AMAZING
2014 MILAN

TRANSFORM

Tangible Media Group
Led by Prof. Hiroshi Ishii
From Mit Media Lab.

 [#LexusDesignAmazing](https://twitter.com/LexusDesignAmazing)



Lexus Design Amazing 2014 Milan

Design Week 2014. Lexus main sponsor di Brera Design District ha deciso di sponsorizzare attraverso i nostri canali e il nostro network l'evento Lexus Design Amazing 2014 Milan presso il Circolo Filologico di Milano in via Clerici, 10
Presenza sui canali di comunicazione come: spazi pubblicitari Journal BDD, presenza sul sito internet dedicato, App realtà aumentata BDD e Fuorisalone.it, in qualità di Main Sponsor.

*Design Week 2014 Lexus main sponsor of Brera Design District has decided to sponsorize through our channels and our network the event Lexus Design Amazing 2014 Milan at the Circolo Filologico Milanese in via Clerici, 10
Presence on the channels of communication such as advertising spaces in BDD Journal, presence on the website dedicated, BDD App in augmented reality and Fuorisalone.it, as Main Sponsor.*

Main Content

Main Content

Ducati

Monster in the spotlight

Ducati, prestigioso e iconico marchio, eccellenza del made in Italy nel mondo motociclistico internazionale, sarà presente al “Fuorisalone Milano Design Week”, in programma dall’8 al 13 aprile 2014. Una presenza importante ma anche significativa dell’attenzione che la casa motociclistica di Borgo Panigale ha, da sempre, nei confronti del design e dell’arte. Come nel mondo del design si lavora prendendo in considerazione luci e ombre Ducati e IED insieme proporranno un percorso multisensoriale: in mostra alcune installazioni di shadow art, una forma di scultura che invece di plasmare materia crea ombre per raccontare un simbolo indiscusso di stile e personalità quale il nuovo Monster 1200. Una progettazione di luci ed ombre arricchite da suoni che si concretizza in installazioni che interagiscono con l’ambiente e acquisiscono nuovi significati.

Il percorso è ulteriormente arricchito dalla location scelta: la Mediateca di Santa Teresa. Un luogo che integra con raffinatezza modernità e storia, adattandosi perfettamente a una moto, il Monster Ducati, che rappresenta da sempre il connubio tra tradizione e innovazione.

Designing a legend: Ducati design as told by the Monster 1200 Ducati, that prestigious iconic brand, the pinnacle of design ‘Made in Italy’ in the world of international motorcycling, will be taking part in “Milan Design Week”, scheduled for 8th to 13th April 2014. Its presence there is important and also highlights the attention the motorcycling manufacturer from Borgo Panigale has always given to art and design. Like in the world of design, where the work of designers takes light and shade into account, Ducati and IED will offer a multi-sensory journey: in the show there are some shadow art installations, a form of sculpture that doesn’t form shapes with materials but casts shadows to reveal an undisputed symbol of style and personality such as the new Monster 1200; a projection of light and shade enriched with sounds which comes together to produce installations that interact with the environment and take on new meanings.

The journey is further enhanced by the venue chosen: the Mediateca di Santa Teresa; a place that tastefully combines history and modernity and is the perfect setting for a bike, the Ducati Monster, which has always represented the union of tradition and innovation.

DUCATI



Martini

Martini racing lounge

Come è ormai tradizione, il leggendario marchio Martini® torna quest'anno al Fuorisalone, per celebrare il design, la gioia di vivere ed anche lo sport.

MARTINI®, con l'iconica livrea MARTINI® Racing ed il marchio Ball&Bar, ha portato glamour allo sport automobilistico sin dalla fine degli anni 60 del '900, vestendo, con le celebri strisce azzurre, blu e rossa, straordinarie auto in molte gare memorabili e ricche di grandi successi. Quest'anno MARTINI® sarà presente, nuovamente, in Formula Uno™ unendo le forze con la leggendaria scuderia Williams™, dando vita alla WILLIAMS MARTINI RACING. La MARTINI RACING LOUNGE, dove verrà mostrata in anteprima europea la nuova monoposto WILLIAMS MARTINI RACING (WILLIAMS MERCEDES FW36), offrirà l'aperitivo più cool della Milano Design Week, ove gli ospiti verranno immersi nel mondo MARTINI® Racing e potranno gustare gli aromi del fresco MARTINI ROYALE® Bianco e Rosato, gli intramontabili cocktail classici MARTINI® e le bollicine di MARTINI® Montelera Metodo Classico.

Alta cucina, design innovativo e musica animeranno la MARTINI RACING LOUNGE, in collaborazione con IED; LEICA CAMERA ITALIA; ALMA - Scuola Internazionale di cucina italiana.

As its now traditional, the Iconic brand MARTINI® returns this year to Fuorisalone to celebrate design, motorsports and lifestyle.

MARTINI® has a rich history in bringing lifestyle to motorsports with its emblematic MARTINI Racing Stripes and Ball&Bar adorning many cars in many memorable races and for many years. This year MARTINI® will be once more adorning Formula One™ competitions around the world by joining forces with the legendary Williams™ Team and creating WILLIAMS MARTINI RACING.

The MARTINI RACING LOUNGE in which you will be able to see the new WILLIAMS MARTINI RACING car (WILLIAMS MERCEDES FW36), will host the most glamorous aperitif of the Milan Design Week where you will enjoy some of the thrills of racing and relax with a glamorous MARTINI ROYALE®, the timeless classic MARTINI® cocktails and the bubbly MARTINI® Montelera Metodo Classico.

Beautiful food, great Design & perfect music will bring to life the MARTINI RACING LOUNGE, come and experience the MARTINI® lifestyle.

The MARTINI RACING LOUNGE is powered by IED; LEICA CAMERA ITALIA; ALMA - International School of Italian cuisine.



MARTINI

MARTINI

MARTINI

Experian

ORIS
Swiss Watches

PIRELLI

W

Brera Design District - Foto di Alice Ronchi
Design District - Photo by Alice Ronchi



Presotto *Designed for life*

Design, creatività, comunicazione, di nuovo protagonisti dell' inedita location dedicata alle novità Presotto 2014.

"Be district: creare connessioni e comunicare innovazione", è il tema di grande attualità della quinta edizione del Brera Design District dedicata alla comunicazione nel tempo dei social media che Presotto, azienda da sempre al passo con i tempi e, anche quest'anno tra i main content dell'evento, supporterà con iniziative ad hoc.

Il progetto, curato nei minimi dettagli, mette in luce le migliori collezioni dell'azienda, i cui tratti distintivi sono da sempre qualità artigianale di alta gamma, capacità di adottare scelte di design all'avanguardia capaci di soddisfare un pubblico attento e raffinato, integrazione tecnologica nelle soluzioni abitative e ricerca di materiali innovativi. Tutto all'insegna del made in Italy e della sostenibilità ambientale.

Design, creativity and communication are once again starring in the original location dedicated to the Presotto 2014 novelties.

"Be district: creating connections and communicating innovation" is the very relevant topic of the fifth edition of the Brera Design District event dedicated to communication in the social media age. Presotto, that has always kept abreast of the times, this year too will be one of the main participants in the event which it will support with specific initiatives. The project, that has been painstakingly perfected in every detail, showcases the company's best collections that have always been distinguished by top handicraft quality, the ability to adopt innovative design choices that satisfy an attentive and refined public, integration of technology in the home and research into innovative materials. All this upholds the made in Italy concept as well as environmental sustainability.





Brera Design District - Foto di Stefano Zugno

Design District - Photo by Stefano Zugno

Kitchen becomes open!

Tra le prime aziende a muoversi in questa direzione, Valcucine apre le porte alla sperimentazione di modelli di innovazione partecipata per affrontare poi nuovi processi produttivi basati sull'open source design. Ancora una volta l'azienda friulana incoraggia in modo nuovo il ritorno alla manualità, alla capacità di creare connessioni, al creare.

La sostenibilità è il vero motore dell'innovazione in Valcucine e presumendo che il trasferimento di merci sarà sorpassato in futuro dal trasferimento di informazioni, con Kitchen Becomes Open! a cura di dotdotdot durante il Fuorisalone 2014, Valcucine vuole iniziare un nuovo percorso pionieristico legato a nuovi modi di innovare, progettare, produrre e, magari, trasportare i prodotti.

Nello showroom Valcucine Milano in Brera Design District, 10, tra maker e designer, selezionati da Valcucine e dotdotdot attraverso una call online daranno vita ad un workshop proprio sul tema "cucina open source" progettando nuovi elementi, accessori e nuove interazioni sulla cucina Meccanica, a marchio di Demode engineered by Valcucine.

One of the first companies to move in this direction, Valcucine opens up to the shared experimentation of innovation models followed by tackling new production processes based on open source design. Once again, the company based in Friuli adopts a novel way of encouraging the return to handicraft expertise, to the ability to make connections and to create.

In Valcucine, sustainability is the real driving force behind innovation and, on the assumption that, in the future, the transfer of goods will be surpassed by the transmission of information, by means of Kitchen Becomes Open! care of dotdotdot during the Fuorisalone 2014 event, Valcucine will start on a new, pioneering path linked to a novel way of innovating, designing, producing and even transporting products.

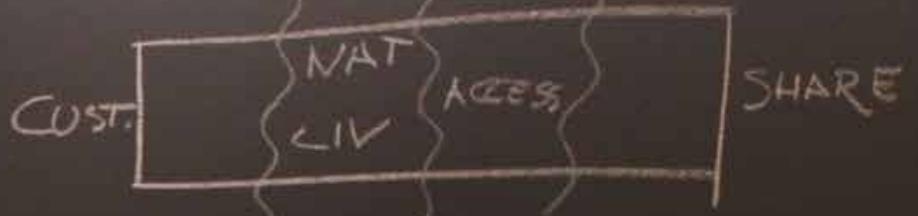
In the Valcucine showroom in the Brera Design District of Milan, a total of ten makers and designers selected by Valcucine and dotdotdot by means of a call online will participate in a workshop on the "open source kitchen" during which they will design new elements, accessories and create new interactions for the Meccanica kitchen model by the Demode engineered by Valcucine brand.



LAURENCE
MICHELE
CÉCILE

LILLI
FRANCESCO

CÉCILE



KITCHEN
BECOMES
BREN

Brera Design District - Foto di Stefano Zugno
Design District - Photo by Stefano Zugno

Grazie a:

Thanks to:

MAIN SPONSOR



MAIN CONTENT



SPONSOR



MEDIA PARTNER



PARTNER



STITUTIONAL PARTNER



Coordinamento

Coordination

Studiolabo

Il progetto Brera Design District è un progetto del Dr. Marco Torrani e di Studiolabo.

Studiolabo è una giovane realtà milanese che si occupa di Design della Comunicazione. Nata a Febbraio 2003, ha per obiettivo quello di operare nel campo del Design della Comunicazione fornendo servizi di consulenza, progettazione ed esecuzione grafica sui diversi media.

Oltre a questo sviluppa progetti indipendenti, tra cui "fuorisalone.it", un portale-sistema pensato per il racconto e la gestione di eventi sul mondo del Design e della creatività, divenuto brand di riferimento, e "milanolocation", portale-servizio che mette in relazione due attori fondamentali nel mondo degli eventi: chi offre e chi cerca location.

Studiolabo ha sede in via Pastrengo 5/a a Milano, nel cuore del quartiere Isola, ed è composta da due soci e da un gruppo di lavoro di 10 professionisti.

www.studiolabo.it
www.fuorisalone.it
www.breradesigndistrict.it
www.milanolocation.it

Brera Design District is a project by Dr. Marco Torrani and Studiolabo.

Studiolabo operates in the field of Communication and Design, providing consulting services, graphic design and execution on different media.

In addition, Studiolabo develops independent projects, including "fuorisalone.it", a platform designed for the description and management of events on the world of design and creativity, nowadays become a reference for brands; and "milanolocation" a web-portal that provides services in relation to two key players in the world of events: those offering and those seeking location.

Studiolabo was founded in 2003 and is based in Milan, via Pastrengo 5/a. It is composed by two members and a working group of 10 professionals.

*www.studiolabo.it
www.fuorisalone.it
www.breradesigndistrict.it
www.milanolocation.it*





via Pastrengo 5/a
20159 Milano

T. 02.36.63.81.50

www.studiolabo.it
www.fuorisalone.it
