

Fuorisalone.it Media Kit

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

Fuorisalone.it è riconosciuto e promosso da istituzioni e addetti ai lavori come piattaforma e canale di comunicazione ufficiale, marchio registrato con estensioni dedicate a Cina e Giappone. Negli anni la piattaforma 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.it è molto più di questo.

Studiolabo e Fuorisalone.it

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 nel 2001 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, a livello internazionale. Fuorisalone.it diventa così luogo di sperimentazione per una dimensione tutta digitale del design.

Nel 2021 la piattaforma evolve nuovamente diventando una vera e propria Guida del Design - fisica, digitale ed ibrida - si attiva in occasione della Design Week con progetti e attività legate ai brand di design e non solo.

La Guida Eventi sarà attiva durante la Design Week con strumenti e canali collegati diventando lo strumento ufficiale e di riferimento per orientarsi tra i più di 1000 eventi della Design Week.

Perché scegliere Fuorisalone.it

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

Fuorisalone.it 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 Studiolabo. 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.

Come, quando e cosa comunicare

Fuorisalone.it 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 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 una consulenza che lo supporta e lo aiuta ad orientarsi nelle scelte, ottimizzando le risorse e creando nuove opportunità.

La piattaforma Fuorisalone.it

Fuorisalone.it è un media che parla di design, architettura, arte e lifestyle tutto l'anno. Raggiunge il suo apice in occasione della Design Week ma si pone l'obiettivo di distribuire le attività di comunicazione secondo un piano editoriale sempre attivo. I dati a seguire sono composti da: portata dell'evento sulla città di Milano, dati del periodo della Design Week 2024 e i dati per l'anno 2023.

Portata dell'evento sulla città

Offre una overview dell'impatto che l'evento ha sulla città di Milano attraverso i dati stimati dall'Ufficio Studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza nel periodo della Design Week. Presenze in città, indotto generale e settoriale attraverso le attività più utilizzate come servizi di hospitality, ristorazione e shopping.

Dati Design Week 2024

Dati riferiti al periodo Marzo – Aprile 2024 utili a valutare le performance Fuorisalone in occasione dell'evento.

Dati annuali – 2023

I dati raggiunti nel corso dell'anno 2023 nei nostri diversi strumenti di comunicazione.

Portata dell'evento sulla città di Milano

Numeri record per l'edizione 2024 di Salone del Mobile.Milano e Fuorisalone che confermano la loro forza catalizzatrice.

Un +17% di presenze (in fiera) e +30% di eventi (in città) rispetto il 2023.

Secondo le stime dell'Ufficio studi di Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza, l'indotto generato da Salone e Fuorisalone durante la settimana dal 15 al 21 aprile **ha sfiorato i 261 milioni di euro (+13.7% rispetto allo scorso anno)**, l'indotto del Fuorisalone è stato del 20% in più rispetto all'edizione 2023.

Nel confronto con lo scorso anno, nei giorni del Salone del Mobile e Fuorisalone appaiono in crescita le varie stime degli indicatori di spesa come **la ricettività** (115, 6 milioni di euro, **+14,2%**); **la ristorazione** (81,8 milioni, **+13,7%**); **lo shopping** (63,4 milioni, **+12,7%**). La ricettività pesa per il 45%, la ristorazione per il 31%, lo shopping per il 24%.

In termini di affluenza di visitatori, le presenze registrate al Salone del Mobile e stimate in città, **hanno visto un aumento dei buyer e operatori di settore provenienti dall'estero**. I paesi europei pesano per più del 54%, un'incremento significativo dei visitatori dalla Cina ma anche dal Medio Oriente e dagli USA.

Dati relativi alla Design Week / Marzo – Aprile 2024

I numeri generati da Fuorisalone.it in occasione dell'evento



Web site

+660K

Utenti unici

+ 4.1 mln di pagine viste

Durata sessione media
02:53 minuti.



Instagram

184K

Followers (+21.9k dal 2023)

- 14 mln Impressions
- 9 mln Reach
- 32.9K Average reach post
- 19.3% Average engagement on reach per post
- 150 Post pubblicati
- 39.9K Average impressions per post

- 68% donne
- 32% uomini
- 63% dei followers è di età 25-44 anni
- 40.4% di followers è di Milano



Facebook

41.4K

Likes (+162 dal 2023)

- 392K Impressions
- 115K Reach
- 1.2K Page engagement
- 3.5K Post engagements
- 212 Post pubblicati
- 618 Average impressions
- 608 Average reach

- 68% donne
- 32% uomini
- 65% dei follower è di età 25-44 anni
- 54.9% di followers è di Milano



LinkedIn

7.2K

Followers (+996 dal 2023)

- 81.1k Impressions
- 34.7k Reach
- 148 Post pubblicati
- 548 Average impressions per post
- 8.4% Average impressions rate per post
- 33.2% dei followers è di Milano



Newsletter

37K

Utenti registrati (+7K)

- 42% Open rate
- 2,7% Click rate

Dati effettivi per l'anno 2023

I numeri effettivi raggiunti nel corso dell'anno 2023



Web site

970K

Utenti unici

+ 4,8mln di pagine viste

Durata sessione media
03:28 minuti.



Instagram

13,9mln

Impressions

- . 161k Followers
- . 7.8 mln Reach
- . 24.3k Media impressions
- . 22.2k Media reach



Facebook

1,9mln

Impressions

- . 44.900 Followers
- . 1.1 mln Reach
- . 74.9k Page engagement
- . 1.9k Media impressions
- . 1.8k Media reach



LinkedIn

145K

Impressions

- . 6k Followers
- . 68k Reach
- . 75k Page engagement
- . 450 Media impressions
- . 33% dei followers
è di Milano



Newsletter

30K

Utenti registrati al DB

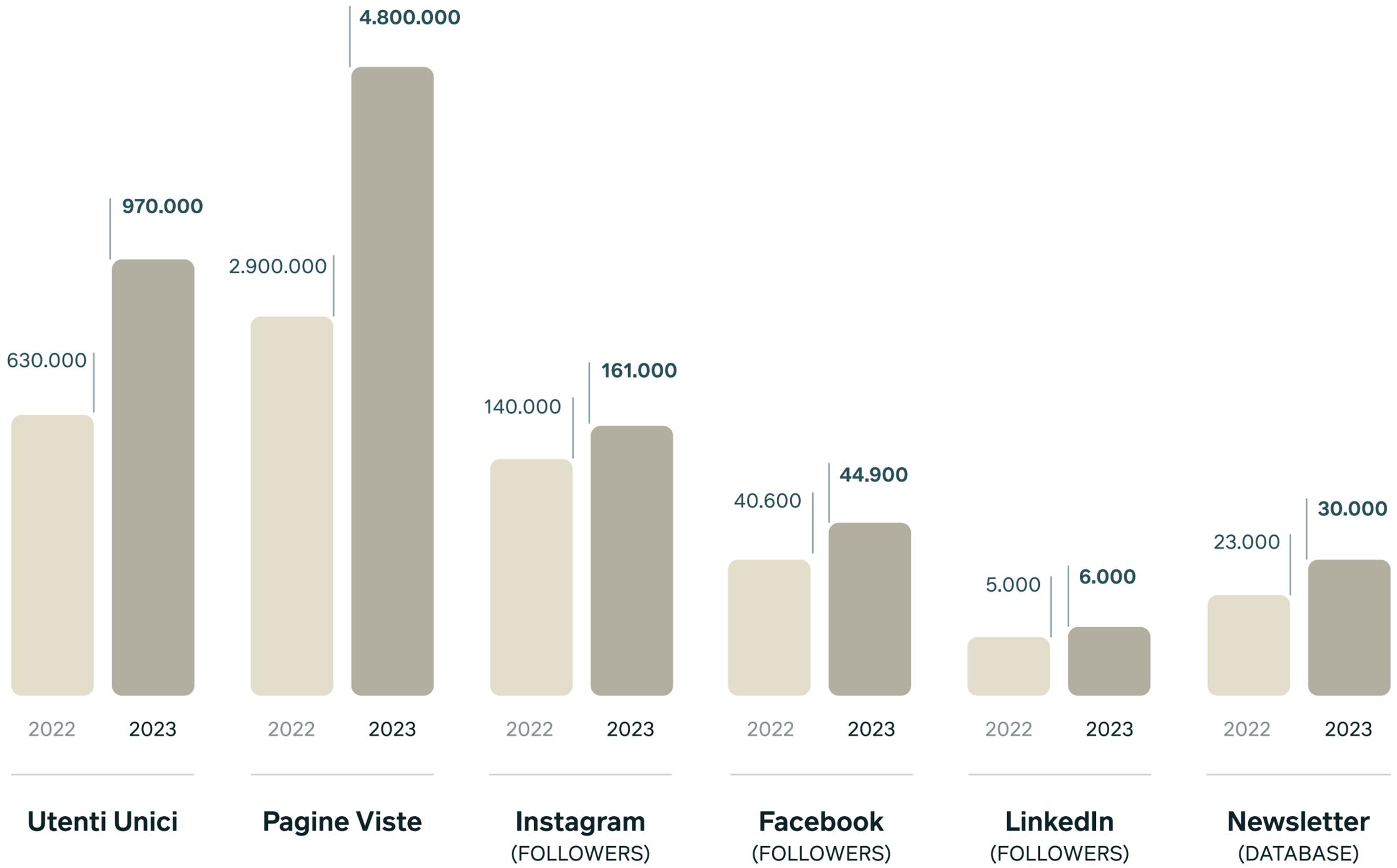
43%

Open rate

2%

Clic rate

Grafico crescita annuale 2022/2023



La nostra audience

Dati riferimenti alla community di Fuorisalone.it rappresentativi dell'anno 2023



Utenti

58%
Donne

42%
Uomini

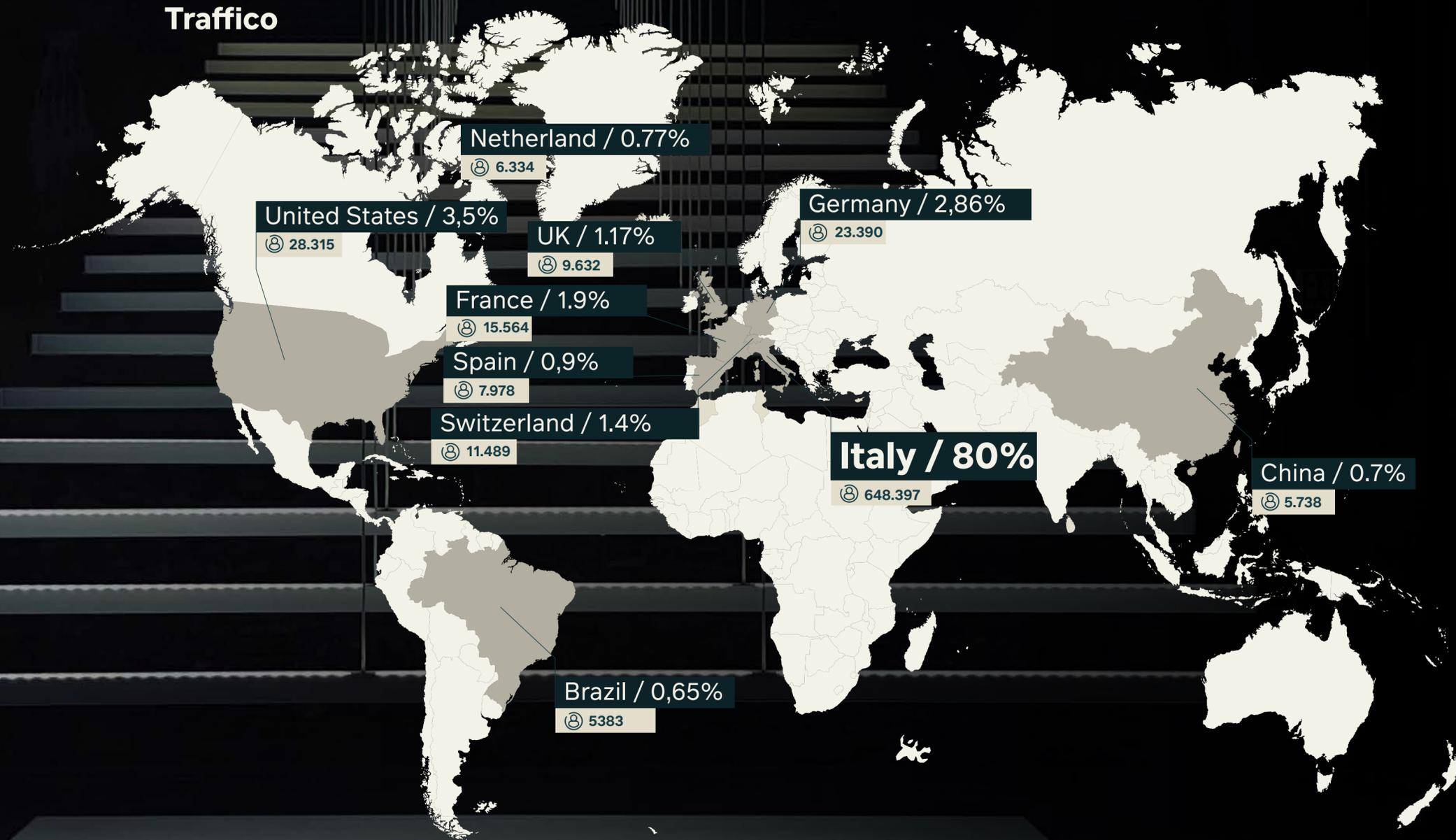


Dati medi followers

54%
ha 25/34 anni

39%
è di Milano

Traffico



Gli strumenti a disposizione



Milano Design Agenda

Eventi sul territorio di Milano tutto l'anno.

- Sito Web
- Agenda
- Didascalia evento
- Condivisione evento
- Salvataggio nei preferiti



Magazine

News e approfondimenti per restare aggiornati su tutto ciò che succede nel design. E non solo.

- News
- Appuntamenti
- Storie
- World Design Events



Digital TV

Contenuti ondemand e palinsesto live durante gli eventi.

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



Social Media

Contenuti digitali costruiti ad hoc in base allo strumento e al target da raggiungere.

- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- Pinterest



Newsletter

Comunicazione selezionata, formattata e diretta al pubblico.

- **L'indispensabile**
Approfondimento dei temi della settimana
- **Osservatorio**
Il punto su trend e strategie in ottica B2B
- **DayByDay**
Gli eventi imperdibili della Milano Design Week
- **Dem**
Comunicazioni dedicate per il tuo brand



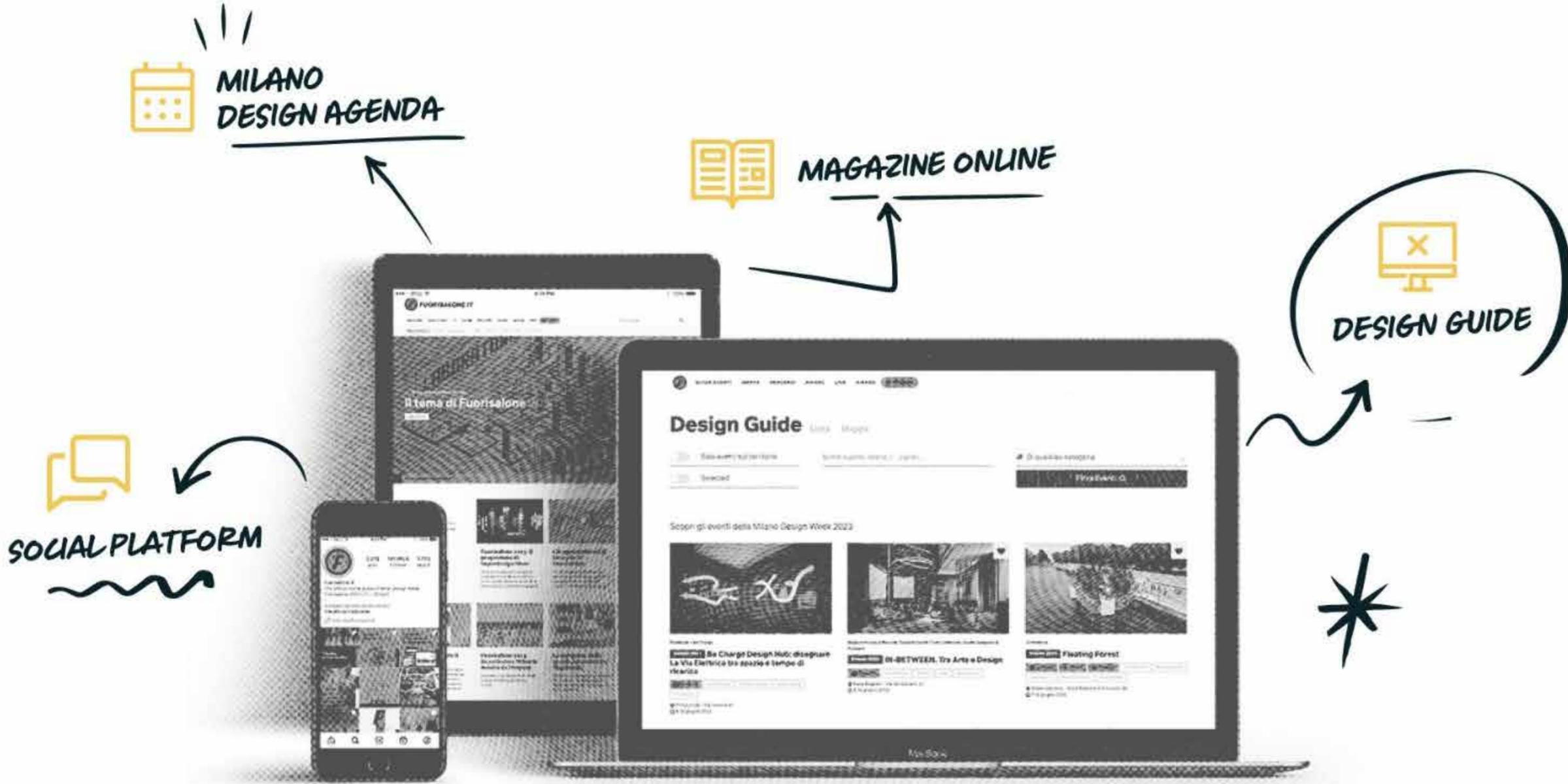
Guida Eventi MDW

Contenuti digitali ed eventi sul territorio di Milano per la Design Week.

- Sito web
- Guida Eventi
- Brand & Designer
- Percorsi
- Landing page/mini siti

Milano Design Agenda

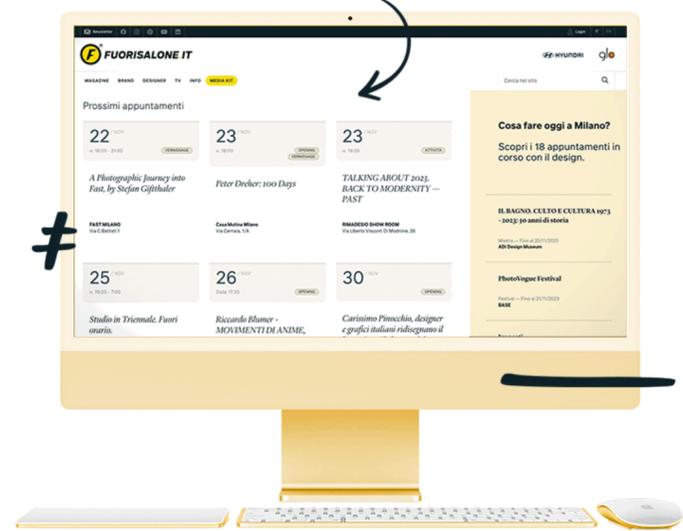
Il nuovo strumento digitale di Fuorisalone.it che ti aggiorna tutto l'anno sugli eventi in città.
Un calendario organizzato giorno per giorno che anticipa gli appuntamenti futuri ed è costantemente aggiornato su quelli in corso.



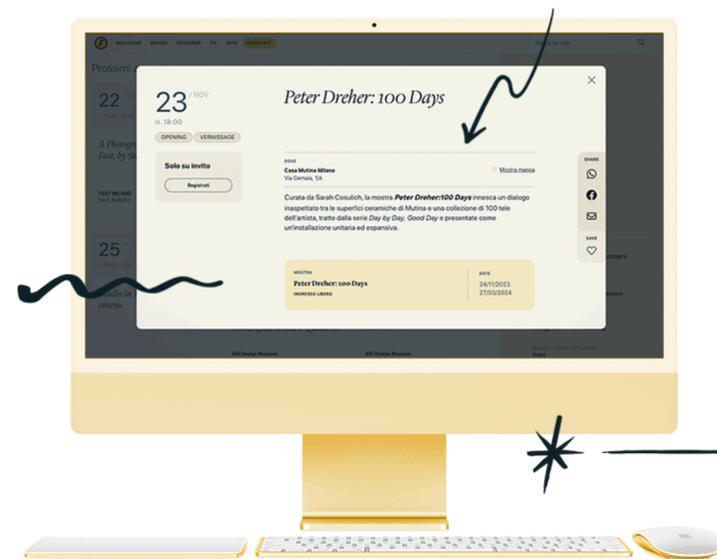
Con Milano Design Agenda puoi

- Visualizzare gli eventi a calendario e gli eventi in corso
- Condividere l'evento con la tua rete, sui social media o con le app di messaggistica
- Salvare ogni appuntamento nella tua area riservata una volta effettuato l'accesso al sito
- Orientarti sulla mappa di Milano per scoprire gli appuntamenti più vicini

è online
MILANO DESIGN AGENDA



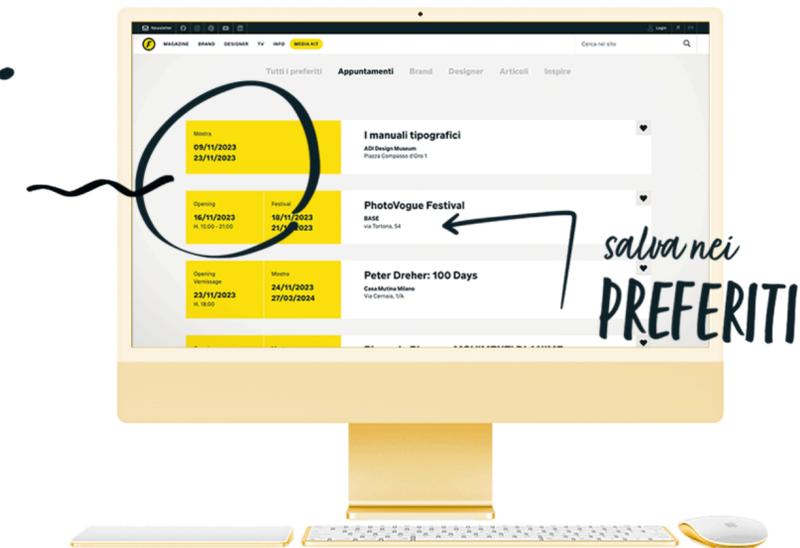
naviga gli
APPUNTAMENTI



scopri le
MOSTRE



salva nei
PREFERITI



Progetti e collaborazioni internazionali

Non solo Milano, il network di Fuorisalone.it è globale e punta a coinvolgere un'audience allargata, rispondendo alle sfide di innovazione e cultura.

Fuorisalone China

Il meglio del design italiano su WeChat e Weibo.

- WeChat
- Weibo
- Miniprogram



Fuorisalone Japan

Il network del design tra Italia e Giappone.

- Eventi
- Community
- Progetti Italia/Giappone



Collaborazioni internazionali

Siamo parte attiva del network del design internazionale.



Scenari di riferimento

Scopri a seguire una serie di case history riferite a esperienze dedicate alla promozione di: **servizi, progetti, prodotti e location.**

Promuovere un servizio con Fuorisalone.it

Offriamo la possibilità di promuovere servizi in diversi ambiti (es. finanziario, trasporto, logistico, formativo) utili per la nostra community.

Intro

Hai l'obiettivo di promuovere un servizio e i valori aziendali per raggiungere una nuova community legata al mondo del design e dell'architettura?

La nostra realtà può guidarti attraverso un'attenta consulenza proponendo concept di progetto e un piano editoriale che va a definire le attività più funzionali per raggiungere l'obiettivo prefisso. In base alla natura del servizio (finanziario, trasporto, logistico, formativo...) si propone un differente piano di comunicazione e divulgazione che possa agevolare la sua diffusione.

Promuovere un servizio con Fuorisalone.it

Cosa possiamo fare insieme

La gamma di attività che la nostra piattaforma offre, per il racconto di un servizio e i suoi valori, sono molteplici. Si ha la possibilità di creare dei contenuti redazionali per la nostra community di lettori affiancati da campagne social con creazione di card grafiche e newsletter verticali a supporto. Possibilità di produrre dei contenuti foto/video come racconto del servizio e del suo utilizzo attraverso il coinvolgimento di content creator (o di e.Reporter) che ne aumentano il valore e il percepito attraverso delle story o video reel sui social media principali e/o attraverso reportage fotografici tematici.

Per servizi tangibili, vi è anche la possibilità di far conoscere il prodotto offerto attraverso degli screen e script placement (visivi e verbali) inseriti in attività foto/video di contesto e narrazione differente.

La creazione di pagine informative che permangono in piattaforma, nei casi di servizi partner, che l'utente può sempre intercettare durante tutto l'anno e richiedere informazioni al referente diretto.

Strumenti utilizzabili

-  Piattaforma web
-  Newsletter
-  Magazine
-  Social
-  e.Reporter

Promuovere un servizio con Fuorisalone.it

Case history



HELBIZ KITCHEN



Sella



Investimento

Da ^A **5.000/18.000 €**

Il costo è assolutamente indicativo e può variare in base agli strumenti scelti per il racconto, al numero di attività e uscite previste nel piano editoriale e al tipo di produzione richiesta.

Promuovere un servizio con Fuorisalone.it

Swapfiets

1/4

Swapfiets

MEDIA KIT



Campagna ADV a supporto degli abbonamenti alle bici Swapfiets

Swapfiets 2/4

Swapfiets

Il brief

Come promuovere: storytelling sulla sostenibilità, promozione del servizio per spostarsi in città durante il Fuorisalone e non solo.

- Promozione dei valori del brand, che propone un nuovo modello di mobilità dolce all'interno del tessuto urbano;
- Promozione del servizio di abbonamento all-inclusive, per muoversi durante la Milano Design Week e non solo.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso lo sviluppo di branded content che raccontino i valori del brand oltre il prodotto. Enfatizzare i valori green del brand, promotore di un nuovi stili di vita all'insegna della mobilità sostenibile e del riuso nell'ambito della mobilità urbana;
- Generare attenzione con call to action mirate che puntano ad ampliare il bacino di utenza di Swapfiets sul territorio di Milano;
- Coinvolgere e stimolare la community sul tema delle architetture sostenibili attivando i canali social.



Swapfiets 3/4



Il concept

La scelta è stata quella di puntare di raccontare la storia della startup olandese fondata nel 2014 e i suoi valori di sostenibilità, già ribattezzata la Netflix delle biciclette.

Si tratta di un servizio che prevede un abbonamento all-inclusive che consente di noleggiare biciclette tradizionali o elettriche. Un servizio già presente sul territorio europeo e che da poco è approdato nella città di Milano.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded su Fuorisalone Magazine: un'intervista con Richard Burger, fondatore e direttore della sostenibilità di Swapfiets;
- Produzione di una newsletter DEM indirizzata al database B2C con tutti i dettagli del servizio;
- Condivisione degli articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di una gallery di immagini su Instagram, che mette in luce il punto di forza del progetto: la circolarità;
- Presenza di un box all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione con atterraggio Reel Instagram.

Swapfiets 4/4

Swapfiets



Swapfiets è l'azienda di noleggio a lungo termine che fa del design uno dei suoi punti di forza. Ce ne parla il fondatore, Richard Burger.

È stata ribattezzata la Netflix delle biciclette. Swapfiets, start-up olandese fondata nel 2014, oggi è presente nelle principali città europee: è la prima società di noleggio di biciclette a lungo termine. Dal punto di vista del design le bici Swapfiets non passano inosservate, le si riconosce a colpo d'occhio per l'iconica ruota blu anteriore. I punti di forza del servizio? Consegna gratuita, assistenza entro 48 ore, possibilità di disdire quando si vuole. Il tutto naturalmente gestito tramite app.

Swapfiets conta un totale di oltre 260.000 utenti tra Paesi Bassi, Germania, Belgio, Danimarca, Francia, Italia, Spagna, Austria e UK.

Per scoprire come l'intuizione di un gruppo di amici si è trasformata in un progetto di successo abbiamo raggiunto Richard Burger, fondatore e direttore della sostenibilità di Swapfiets. Burger guida la visione del brand nel diventare un'azienda con un'impronta climatica neutra e con prodotti completamente circolari entro il 2025.

Cominciamo dall'inizio. Come è nata l'idea di produrre una bici per un noleggio a lungo termine attraverso un abbonamento all-inclusive?

Ho creato Swapfiets insieme ad altri due fondatori mentre studiavamo alla Delft University of Technology. Siamo appassionati di ciclismo su strada e per un po' abbiamo giocato con diverse idee imprenditoriali legate al ciclismo. Dopo qualche tempo ci è venuta una semplice realizzazione. Mentre la maggior parte delle persone nei Paesi Bassi si muove in bici, a nessuno piace ripararle e mantenerle. Addirittura, piuttosto che prendersene cura, preferiscono muoversi in bici con le luci rotte o con dei freni inaffidabili. A ciò si aggiungono i costi delle riparazioni e il fastidio di dover stare senza una bici per alcuni giorni mentre viene riparata. Da qui nasce l'idea di un abbonamento per bici, dove la bici viene offerta come servizio (bicycles as a service) a un prezzo mensile fisso. Tu ti muovi in bici, noi ci occupiamo di tutto il resto.



Articolo redazionale



Come funziona Swapfiets?

Per un prezzo mensile fisso, ricevi una bici tutta tua con l'iconica ruota blu.



Come mi abbono?

Con formula mensile o semestrale.

- Con l'abbonamento mensile paghi una quota d'iscrizione e puoi decidere in qualsiasi momento.
- Con l'abbonamento semestrale, invece, non c'è alcuna quota d'iscrizione e hai diritto alla cancellazione dopo i primi 6 mesi.

Entrambe le opzioni includono un periodo di prova di 1 mese in caso di cancellazione.



E se la bici si guasta?

Ogni abbonamento include un servizio di assistenza e riparazione gratuito, entro 48 ore.

Se hai bisogno e ti trovi all'interno dell'area di servizio, Swapfiets offre assistenza sul posto.

E se mi rubano la bici?

Le bici sono dotate di un doppio lucchetto incorporato, ma in caso di furto ti verrà fornito supporto per sporgere denuncia e un'altra bici.

NL dedicata



In collaborazione con Swapfiets, ti offriamo un buono sconto* del valore di 19,90€ per abbonarti.

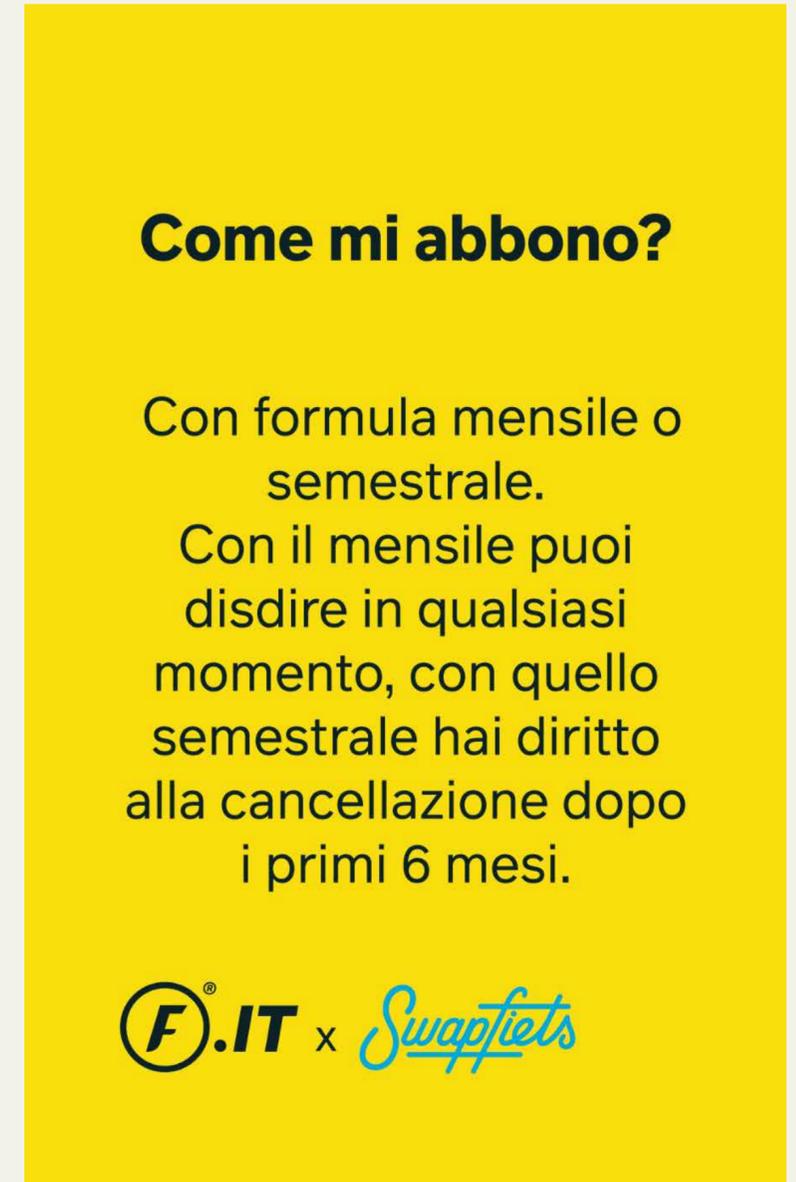
Usa il codice SWAPMILANO-03V1-YS3V

**In caso di abbonamento mensile, il voucher azzererà la fee di iscrizione. In caso di abbonamento semestrale, il voucher varrà come credito sulle prime mensilità.*

[Inizia a pedalare](#)



Box NL L'indispensabile



Instagram story

Promuovere un servizio con Fuorisalone.it

Helbiz 1/4

HEL BIZ KITCHEN

MEDIA KIT



Presentazione del servizio Helbiz Kitchen

Helbiz 2/4

HELBIZ KITCHEN

Il brief

Come promuovere: un nuovo servizio di food delivery a Milano e di mobilità condivisa.

- Promozione dei valori del brand: un servizio di delivery improntato sulla sostenibilità grazie a scooter elettrici;
- Promozione del servizio di abbonamento ai servizi di mobilità Helbiz nella città di Milano.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso lo sviluppo di branded content che raccontino i valori del brand oltre il prodotto. Enfatizzare i valori green del brand, promotore di un nuovi stili di vita all'insegna della mobilità sostenibile e del riuso nell'ambito della mobilità urbana;
- Coinvolgere e far conoscere il nuovo servizio di food delivery;
- Generare attenzione con call to action mirate che puntano ad ampliare il bacino di utenza di Helbiz sul territorio di Milano.



Helbiz 3/4

Il concept

La scelta è stata quella di puntare di raccontare il mondo delle ghost kitchen, raccontando l'aspetto progettuale e architettonico alla community di Fuorisalone.

Al tempo stesso abbiamo messo in luce gli elementi sociali e legati ai nuovi stili di vita legati al fenomeno della food delivery.

La produzione

- Coinvolgimento di 30 figure rilevanti (designer, curatori, influencer, content creator) sul territorio di Milano, che hanno ricevuto un gift box con pasto completo da Helbiz e realizzato Instagram Stories di ringraziamento;
- Realizzazione di un articolo branded su Fuorisalone Magazine: un'intervista con Cipriani Foresio, Chief Marketing Officer di Helbiz;
- Condivisione dell'articolo sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Produzione di una newsletter DEM indirizzata al database B2C con tutti i dettagli del servizio;
- Presenza di un box all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione con atterraggio Reel Instagram.

Helbiz 4/4

HELBIZ KITCHEN

FUORISALONE.IT

Come si progetta una ghost kitchen?

Ce ne parla Ruggiero Cipriani Foresio, Chief Marketing Officer di Helbiz. La ghost kitchen della società è presente a Milano con uno spazio di circa 2mila metri quadrati dedicato al food delivery.

Si chiamano **ghost kitchen** e per chi ancora non lo sapesse sono vere e proprie strutture adibite esclusivamente alla preparazione dei piatti, successivamente consegnati direttamente a coloro che li hanno ordinati online, tramite sito o app. Quello delle ghost kitchen è un settore in crescita nel mondo del food delivery: consente di ridurre notevolmente i costi di gestione rispetto a un ristorante tradizionale, ottimizzando le spese del locale e del personale.

A Milano, **Helbiz**, azienda specializzata nella micromobilità, ha creato una ghost kitchen di quasi 2mila metri quadrati nel cuore della città, con un servizio di consegna a domicilio che sfrutta la collaudata esperienza nella mobilità elettrica del brand. In questo nuovo progetto è coinvolto uno staff qualificato di 80 persone assunte da Helbiz, fra cuochi, butlers (si occupano della consegna con scooter elettrico), personale tecnico ed amministrativo. Per saperne di più ne abbiamo parlato con **Ruggiero Cipriani Foresio, Chief Marketing Officer di Helbiz**.

Partiamo da una domanda di rito. Cosa sono le ghost kitchen e quali sono i vantaggi?

Si tratta di vere e proprie cucine... nascoste! La più grande a livello internazionale è proprio la nostra Helbiz Kitchen sviluppata per rivoluzionare l'esperienza del food delivery, sia sul piano gastronomico, sia sul piano delle ordinazioni e delle consegne. Si basa infatti su una gigantesca cucina di quasi 2.000 mq nel cuore di Milano e su un servizio di consegna a domicilio che sfrutta la collaudata esperienza nella mobilità elettrica di Helbiz, leader globale nel settore.

Un grande vantaggio è che permette a tutti coloro che accedono all'app Helbiz di ordinare nello stesso momento, con un'unica transazione e con un'unica consegna, sei tipologie di menu differenti - pizza, hamburger, insalata, poke, sushi e gelato - e di riceverli in tempi rapidissimi attraverso i butlers di Helbiz, veri e propri maggiordomi che, oltre alle consegne a domicilio su scooter elettrici, si

Articolo redazionale

FUORISALONE.IT

Come si progetta una ghost kitchen?

Si chiamano **ghost kitchen** e per chi ancora non lo sapesse sono vere e proprie strutture adibite esclusivamente alla preparazione dei piatti, successivamente consegnati direttamente a coloro che li hanno ordinati online, tramite sito o app.

Quello delle ghost kitchen è un settore in crescita nel mondo del food delivery: consente di ridurre notevolmente i costi di gestione rispetto a un ristorante tradizionale, ottimizzando le spese del locale e del personale.

A Milano, **Helbiz**, azienda specializzata nella micromobilità, ha creato una ghost kitchen di quasi 2mila metri quadrati nel cuore della città, con un servizio di consegna a domicilio che sfrutta la collaudata esperienza nella mobilità elettrica del brand.

In questo nuovo progetto è coinvolto uno staff qualificato di 80 persone assunte da Helbiz, fra cuochi, butlers (si occupano della consegna con scooter elettrico), personale tecnico ed amministrativo. Per saperne di più ne abbiamo parlato con **Ruggiero Cipriani Foresio, Chief Marketing Officer di Helbiz**.

[Leggi l'intervista](#)

HELBIZ KITCHEN

DELIVERY IS NOT JUST EATING.

codice: **KITCHEN -20%**

Helbiz Kitchen al Fuorisalone

In occasione della Milano Design Week, Helbiz Kitchen coinvolgerà 100 persone, tra influencer e personaggi di spicco nel mondo del design, che avranno modo di provare in esclusiva alcuni prodotti.

Solo per te è riservata una promo dedicata se è la prima volta che usi il servizio: potrai usufruire del 20% di sconto sui primi 3 ordini.

Inserisci il codice **KITCHEN** nella sezione pagamento dell'app e ottieni subito il tuo sconto.

[Ottieni lo sconto](#)

NL dedicata

Come si progetta una ghost kitchen?

Ce ne parla Ruggiero Cipriani Foresio, Chief Marketing Officer di Helbiz. La ghost kitchen della società è presente a Milano con uno spazio di circa 2mila metri quadrati dedicato al food delivery.

[» LEGGI QUI](#)

Instagram story

Fuorisalone.it
Pubblicato da Fabrizio Somma · 11 maggio ·

Ce ne parla Helbiz, che a Milano ha uno spazio di circa 2mila metri quadrati dedicato al food delivery.

FUORISALONE.IT

Come si progetta una ghost kitchen?

Ce ne parla Ruggiero Cipriani Foresio, Chief Marketing Officer di Helbiz. La ghost kitchen della ...

18.914 Persone raggiunte 399 Interazioni **+1,1x** in media Punteggio di distribuzione [Metti in evidenza il post](#)

24 Commenti: 1 Condivisioni: 1

Post Facebook

Banca Etica

1/4



Illustrazioni a promozione dei contenuti legati al tema della sostenibilità promossi da Banca Etica

Banca Etica

2/4

Il brief

Come promuovere: un servizio finanziario.

- Promozione dei valori e dei principi che guidano le attività di Banca Etica.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week raccontando la dimensione della finanza etica, mettendo in luce le differenze rispetto ai modelli di finanza sostenibile;
- Generare attenzione e far conoscere l'universo di Banca Etica.



Promuovere un servizio con Fuorisalone.it

Banca Etica

3/4



Il concept

La scelta è stata quella di raccontare il valore dei modelli di finanza etica, esemplificando alla community di Fuorisalone quelli che sono gli strumenti base per orientarsi nel mondo della finanza etica.

In particolare abbiamo pensato al racconto dei concetti chiave/valori legati a Banca Etica.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded ogni mese su Fuorisalone Magazine che approfondisce una delle tematiche legate alla finanza etica;
- Condivisione dell'articolo sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Presenza dell'articolo branded all'interno della newsletter settimanale L'indispensabile destinata al database B2C con un box grafico ad hoc.

Banca Etica 4/4

The screenshot shows the Fuorisalone.it website with a navigation bar (MAGAZINE, GUIDA EVENTI, etc.) and a main article titled "Come gestire i soldi in maniera consapevole?". The article text discusses the 2022 edition of Fuorisalone, "Tra Spazio e Tempo", and its focus on sustainable finance. It mentions Banca Etica as the first Italian ethical bank and discusses the concept of "economia responsabile". A video player is visible at the bottom of the article.

Articolo redazionale

The screenshot shows a section of the Fuorisalone.it website titled "Siamo solo all'inizio." featuring a colorful geometric artwork. Below it, an "EVENTI" section is titled "Le mostre da vedere a settembre" and includes a "Leggi l'articolo" button. At the bottom, there is a "FOCUS" section titled "La carbon footprint spiegata (e uno sguardo alle strategie di contrasto al climate change)" with a "Scopri di più" button.

Box NL L'indispensabile

The graphic features a stylized illustration of a man in a yellow raincoat holding a large green leaf that forms a path. A rainbow is visible in the background. The text reads: "Di cosa parliamo quando parliamo di greenwashing? Spesso le strategie di comunicazione e marketing costruiscono messaggi che falsano la realtà." Below the text is a "LEGGI QUI" button with a right-pointing arrow icon.

Instagram story

The screenshot shows a Facebook post from Fuorisalone.it, published by Fabrizio Somma on June 23. The post title is "Di cosa parliamo quando parliamo di greenwashing?" and the text states: "La sostenibilità è entrata nella vita di ogni persona e impresa, ma spesso e volentieri le strategie...". The post statistics are: 22,002 persone raggiunte, 889 interazioni, and a distribution score of -1.2x. A "Metti in evidenza il post" button is present.

Post Facebook

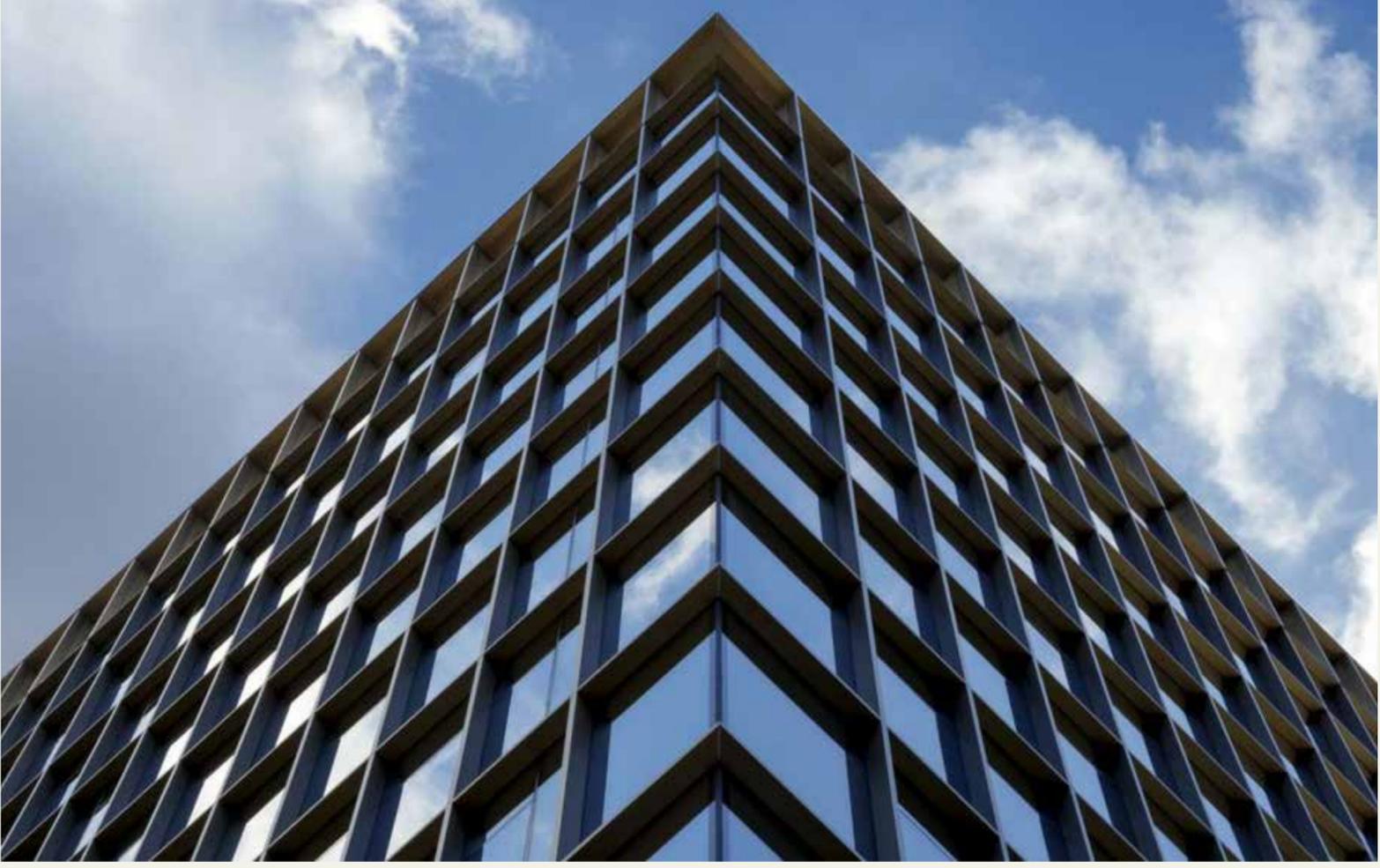
Promuovere un servizio con Fuorisalone.it

Banca Sella

1/5

Sella

MEDIA KIT



Fondazione Sella presso il Lanificio Maurizio Sella e sede Banca Sella a Milano

Banca Sella

2/5

Sella

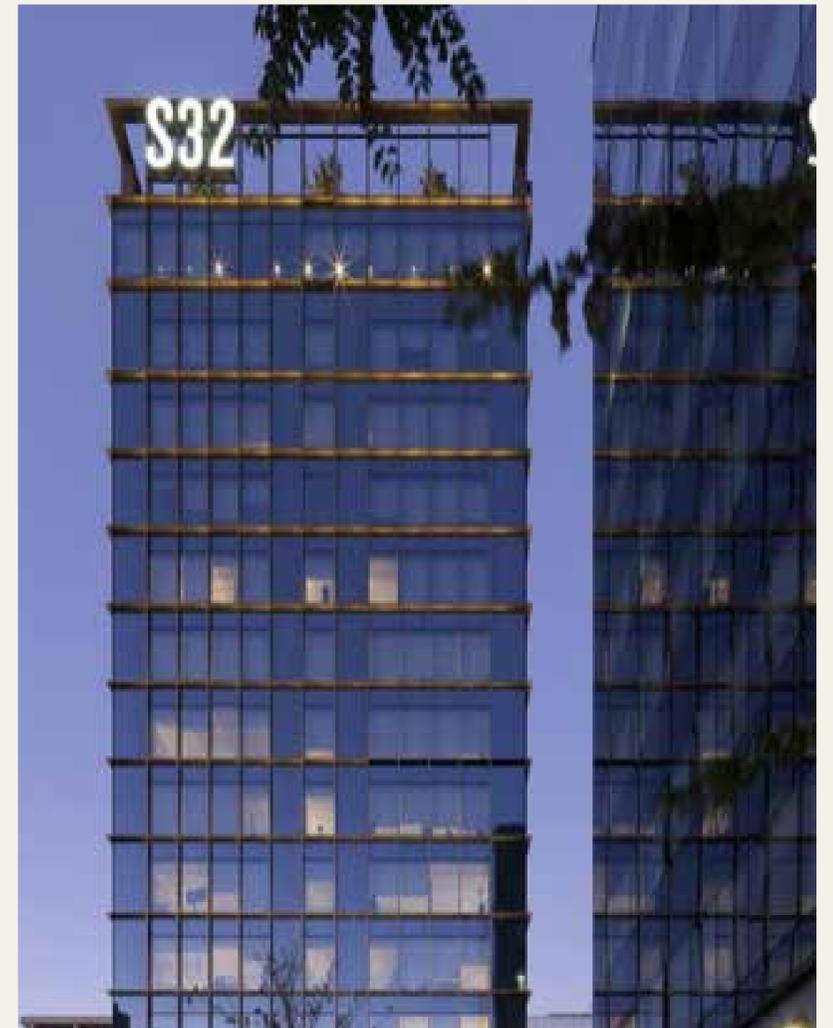
Il brief

Come promuovere: un servizio finanziario

- Promozione dei valori di sostenibilità di Banca Sella, con particolare al tema dell'efficiamento energetico attraverso il Superbonus 110%.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso un racconto che generi interesse e metta in luce le caratteristiche di accesso al Superbonus 110%;
- Generare attenzione e far conoscere l'universo di Banca Sella.



Banca Sella 3/5

Sella

Il concept

Attraverso il progetto "Abitare il cambiamento", è stato affrontato il tema del cambiamento come elemento centrale per migliorare le nostre vite. Il Superbonus 110% inteso come opportunità: un'agevolazione fiscale per gli interventi di ristrutturazione che migliorano l'efficienza energetica degli immobili.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded che introduce la collaborazione e presenta alla community il progetto "Abitare il cambiamento";
- Realizzazione di un articolo branded che affronta il tema "Quanto conta il cambiamento?", mettendo in luce come ogni nostra azione produce CO2 e di conseguenza inquina;
- Condivisione degli articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di Instagram stories grafiche realizzate ad hoc che riprendono la tematica "Quanto conta il cambiamento?"
- Presenza dell'articolo branded all'interno della newsletter settimanale L'indispensabile destinata al database B2C con un box grafico ad hoc;
- Realizzazione di una newsletter DEM dedicata al Superbonus 110%;
- Presenza di un banner nella homepage di Fuorisalone.it;
- Presenza di un box dedicato all'interno della newsletter quotidiana durante la Milano Design Week;
- Copertura durante la Design Week dell'info point dedicati al Superbonus 110% presenti nelle filiali milanesi attraverso l'attivazione di content creator.

Banca Sella

4/5

Sella

Scheda Evento

Scheda Brand

Articolo redazionale

NL dedicata

Banca Sella

5/5

Sella

F.IT x Sella

Via Filippo Sasseti 32
Viale Monte Nero 71
Via Maurizio Gonzaga 3
Via Bergognone 27

Abitare il cambiamento
Banca Sella vi aspetta per saperne di più su Eco Bonus e Superbonus 110. Dalle 8.00 alle 21.00 nella sede di via Filippo Sasseti al numero 32 e nelle succursali di via Maurizio Gonzaga 3, viale Monte Nero 71 e via Bergognone 27.

Scopri di più

Il Fuorisalone di Adi Design Museum
Accanto alle mostre temporanee e Collezione Permanente del Compasso d'Oro inaugurate a maggio, il museo propone un palinsesto di mostre temporanee, installazioni ed eventi culturali per la Design Week.
4-10 settembre
Piazza Compasso d'Oro 1
Maggiori info sull'evento

Il progetto "Social Warming" del ristorante 28 posti
28 Posti rinnova l'invito a un designer della scena internazionale a realizzare un menù a 4 mani con lo Chef Marco Ambrosino. Quest'anno è la volta del food designer spagnolo Martí Guixé.
4-10 settembre
Via Corsico 1
Maggiori info sull'evento

Box NL Lindispensabile

In auto
20
kg di CO₂ per 50 km

F.IT x Sella

Instagram story

"Abitare il cambiamento": il progetto di Banca Sella per il Fuorisalone

Banca Sella propone un cambio di passo verso la sostenibilità, tema ormai centrale dal punto di vista economico, ambientale e sociale.

F.IT x Sella

SCOPRI DI PIÙ

Instagram story

Fuorisalone.it
Pubblicato da Fabrizio Somma · 19 luglio 2021 ·

Il progetto di Banca Sella per un cambio di passo verso la sostenibilità, tema ormai centrale fronte economico, ambientale e sociale.

FUORISALONE.IT
"Abitare il cambiamento": il progetto di Banca Sella per il Fuorisalone

Post Facebook

Promuovere un progetto o un evento con Fuorisalone.it

Consulenza strategica e produzione contenuti finalizzata alla promozione di eventi, mostre o progetti a Milano e altrove, durante il corso dell'anno e/o in occasione della Design Week.

Intro

Hai l'obiettivo di promuovere un'esposizione, mostra o progetto per raggiungere i design lovers e tutto il mondo degli addetti ai lavori della community di Fuorisalone.it?

La nostra realtà attraverso un'accurata consulenza può proporti un piano di comunicazione dedicato ai tuoi obiettivi di branding e di diffusione del contenuto durante

un breve o più lungo periodo, con dei focus prima, durante e dopo la Design Week milanese. In base al budget e al tipo di progetto si può studiare un preciso posizionamento sulla nostra piattaforma e si possono prevedere delle attività teasing mirate ad una maggior rassegna stampa nel periodo di lancio, sfruttando l'attenzione mediatica e la conferenza stampa annuale che organizziamo.

Promuovere un progetto o un evento con Fuorisalone.it

Cosa possiamo fare insieme

Numerose sono le soluzioni che possiamo studiare per il racconto di un evento e progetto: produzione di contenuti redazionali con pubblicazione sul Magazine, attività social di promozione e diffusione del contenuto attraverso stories card o classici post feed a supporto sui canali social. Ingaggio di un content creator esterno o un gruppo di e.Reporter selezionato che possa attraverso contenuti foto/video tematici ad-hoc dare un punto di vista personale e racconto dell'evento/attività con diffusione anche verso la propria

community di followers. Utilizzo della newsletter multi articolo con box dedicato e newsletter dedicata nel caso si voglia fare un focus o creare un ingaggio di partecipazione a delle attività mirate, inserimento dell'evento all'interno della ns guida eventi dedicata e attivazione di posizioni in evidenza a scelta come slideshow, fasce highlights, banner fissi o con ricerca tag specifiche, presenza significativa nel materiale dedicato agli addetti stampa e durante la conferenza stampa di lancio.

Strumenti utilizzabili

-  Piattaforma web
-  Newsletter
-  Magazine
-  Social
-  Highlights banner
-  Cartella stampa
-  e.Reporter

Promuovere un progetto o un evento con Fuorisalone.it

Case history

PORSCHE

 Valcucine

FENIX[®]

BOTTEGA VENETA

Investimento

Da ^A
15.000/50.000 €

Il costo è assolutamente indicativo e può variare in base agli strumenti scelti per il racconto, al numero di attività e uscite previste e al tipo di produzione richiesta.

Promuovere un progetto o un evento con Fuorisalone.it

BOTTEGA VENETA - Vieni a vedere

1/4

BOTTEGA VENETA

MEDIA KIT



Esposizione presso lo showroom Bottega Veneta Milano

Promuovere un progetto o un evento con [Fuorisalone.it](https://www.fuorisalone.it)

BOTTEGA VENETA - Vieni a vedere

2/4

BOTTEGA VENETA

MEDIA KIT

Il brief

Promuovere un evento durante la settimana del Fuorisalone attraverso una campagna digital.

Gli obiettivi

- Ottimizzare la partecipazione all'evento durante i giorni della Design Week;
- Posizionare il brand nell'ambito della settimana del design;
- Generare brand awareness.



Promuovere un progetto o un evento con Fuorisalone.it

BOTTEGA VENETA - Vieni a vedere

3/4

BOTTEGA VENETA

MEDIA KIT

Il concept

La scelta è stata quella di utilizzare una creatività fornita da Bottega Veneta, lavorando sulla targetizzazione ad hoc per raggiungere un pubblico selezionato e interessato al contenuto proposto.

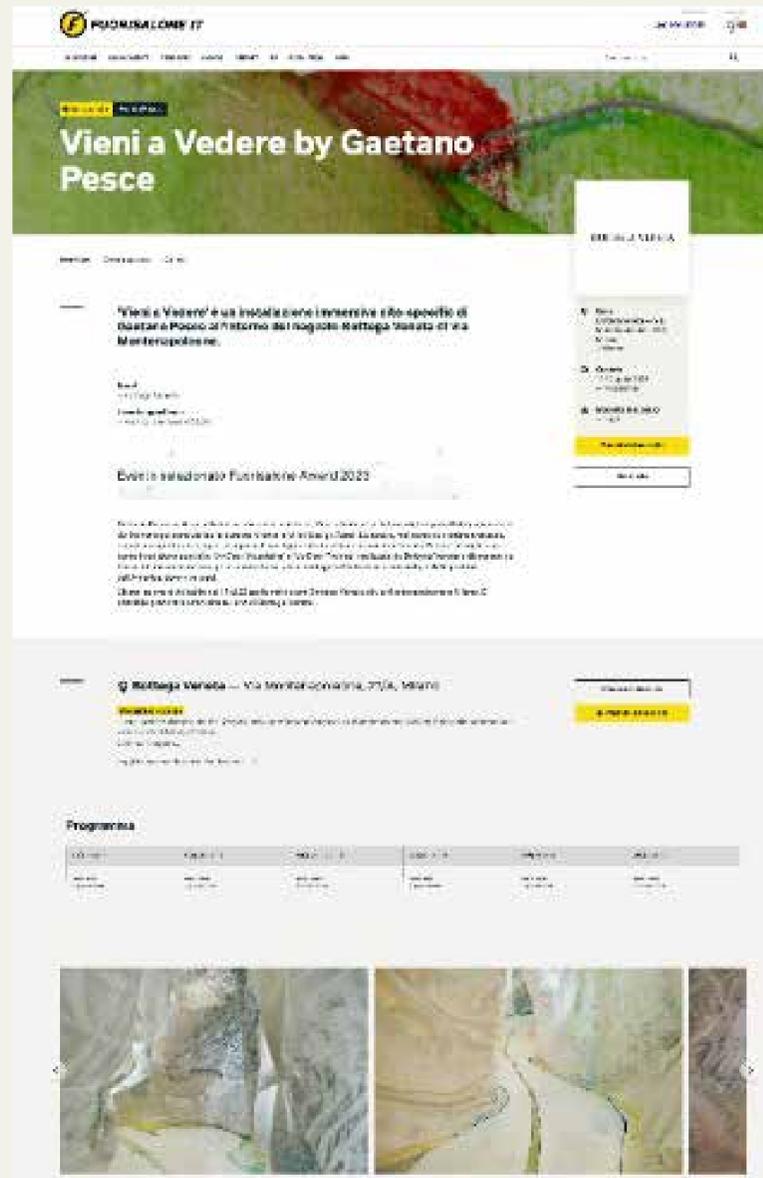
La produzione

- Attivazione di una campagna Instagram in dark, con segmentazione dei target su precise indicazioni del cliente.

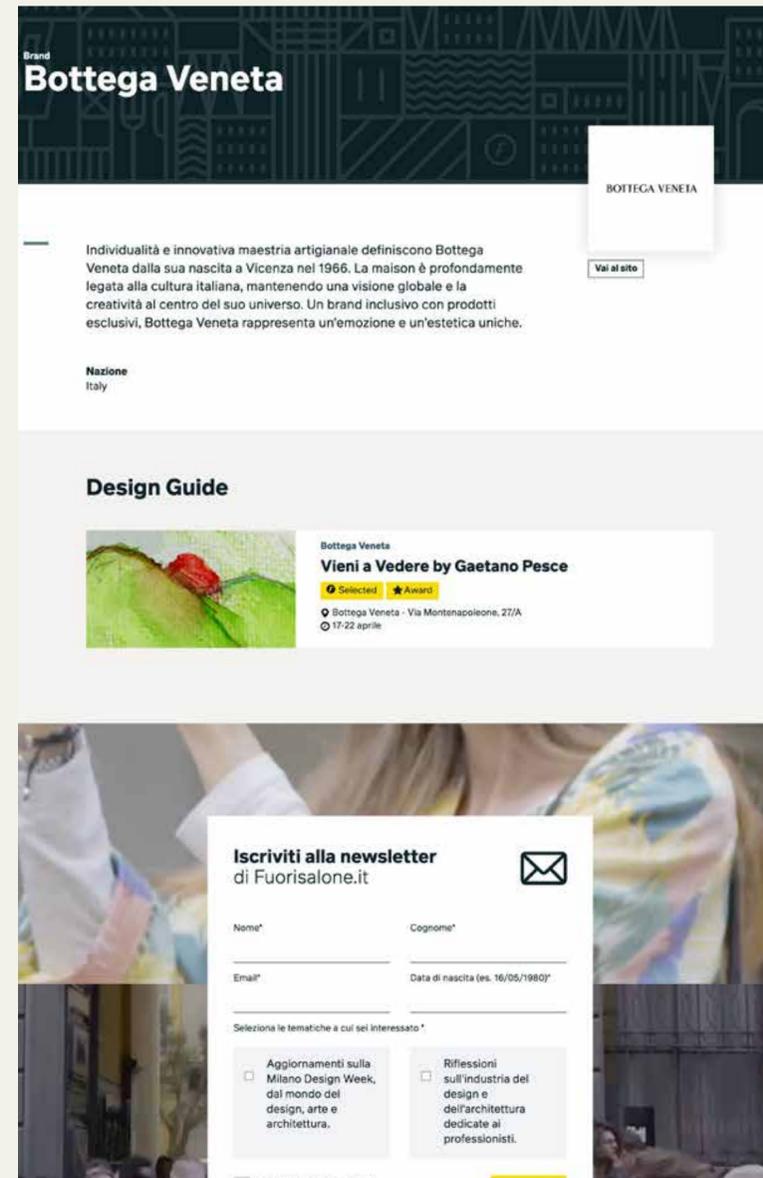
BOTTEGA VENETA - Vieni a vedere

4/4

BOTTEGA VENETA



Scheda evento



Scheda brand



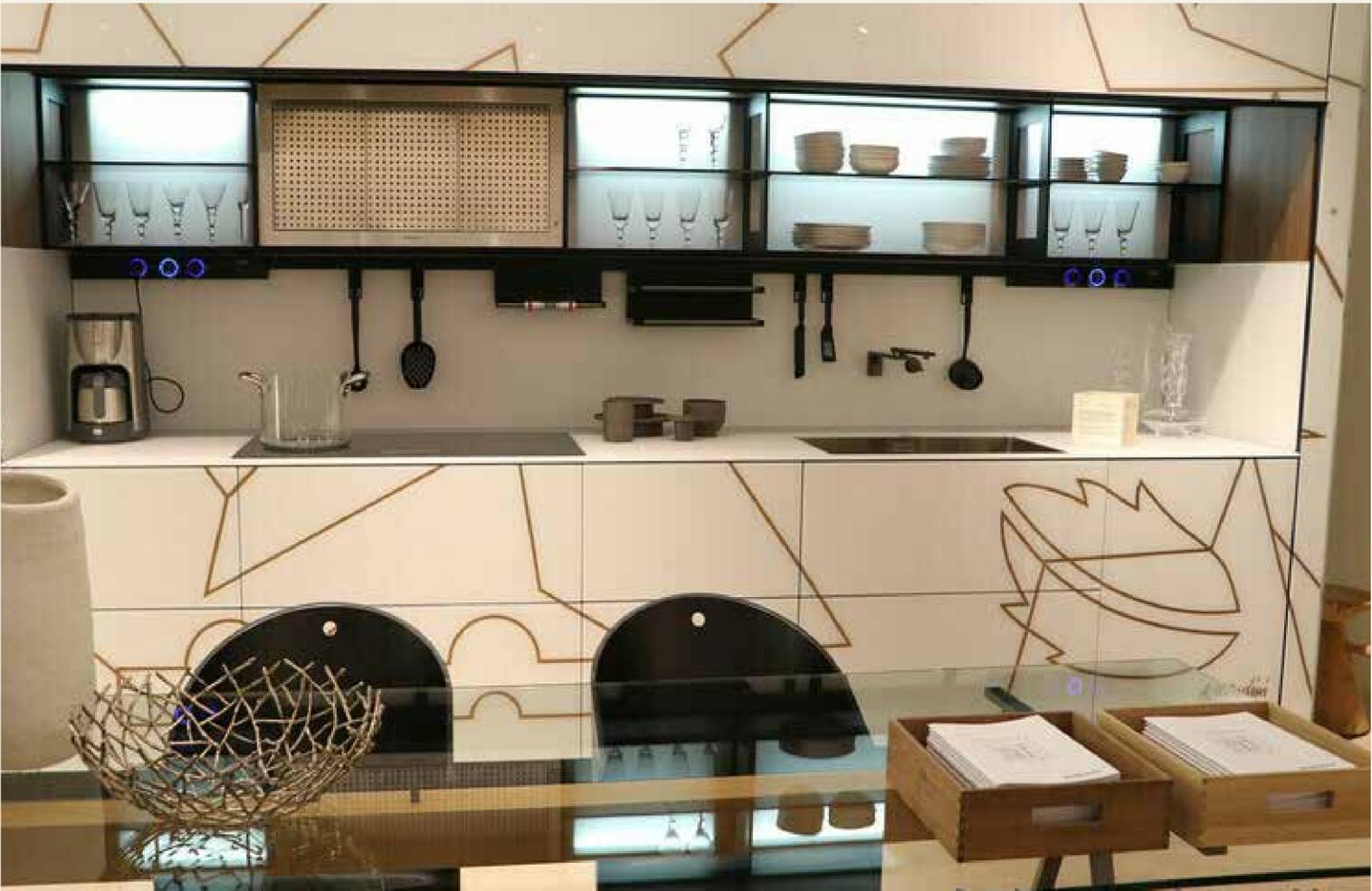
Instagram campagna dark

Valcucine - "LE3DERS"

1/5



Esposizione presso lo showroom Valcucine Milano Brera



Valcucine - "LE3DERS" 2/5



Il brief

Come promuovere: storytelling sulla sostenibilità, promozione nuovi prodotti, mostra al Fuorisalone.

- Promozione degli obiettivi di sostenibilità di Valcucine, valore che da oltre 40 anni fa parte del DNA del brand;
- Promozione di "Sustainability beyond space and time" percorso di avvicinamento del brand alla Milano Design Week;
- Promozione della mostra "LE3DERS", ospitata nello showroom di Milano, dedicata alle architetture certificate LEED nel mondo.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso lo sviluppo di branded content che raccontino i valori del brand oltre il prodotto, distribuite in due fasi: lancio anticipando l'evento per generare attenzione, promozione diretta dell'evento durante la manifestazione;
- Generare traffico verso la mostra "LE3DERS" durante la Milano Design Week;
- Coinvolgere e stimolare la community sul tema delle architetture sostenibili attivando i canali social.



Valcucine - "LE3DERS" 3/5



Il concept

La scelta è stata quella di puntare sul messaggio e raccontare il costante impegno aziendale nei confronti di una produzione sostenibile.

Per farlo abbiamo realizzato una serie di contenuti branded a tema architettura, sul magazine e sul canale Instagram, distribuendo le uscite all'interno di un piano editoriale che ha anticipato l'evento di 45 giorni.

La produzione

- Realizzazione di articoli branded su Fuorisalone Magazine: una news dedicata alla città di Milano, inclusa tra le prime 5 città in Europa per numero di edifici sostenibili; un articolo di approfondimento dedicato alle architetture green da scoprire a Milano; un articolo dedicato alla mostra "LE3DERS" da scoprire mediante realtà aumentata;
- Creazione scheda evento in evidenza all'interno della Guida Eventi di Fuorisalone.it;
- Presenza della scheda evento all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione;
- Condivisione degli articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di un Instagram Reel ad hoc, con il

coinvolgimento di un content creator, dedicato al tema della certificazione LEED in architettura;

- Presenza di un box all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione con atterraggio Reel Instagram.

Promuovere un progetto o un evento con Fuorisalone.it

Valcucine - "LE3DERS" 4/5



PROGETTO
LEED Buildings in Milan by Valcucine

Un itinerario attraverso alcuni dei più interessanti edifici certificati LEED di Milano

Nell'ambito di "Sustainability beyond space and time" durante la Milano Design Week (6-12 giugno 2022), Valcucine presenta "LEED Buildings in Milan" un itinerario attraverso alcuni dei più interessanti edifici certificati LEED di Milano.

Milano insieme a Madrid, Stoccolma, Francoforte, Istanbul, è una delle cinque città europee che può vantare il maggior numero di architetture progettate secondo lo standard internazionale LEED: la certificazione sviluppata dallo US Green Building Council (USGBC) che attesta la sostenibilità e l'efficienza energetica di un edificio.

LEED, acronimo di Leadership in Energy and Environmental Design, è un programma di certificazione volontaria che può essere applicato a qualsiasi tipologia di edificio (sia commerciale che residenziale) e copre l'intero ciclo di vita dell'edificio stesso, dalla progettazione alla realizzazione.

L'US Green Building Council (USGBC) ha recentemente annunciato che l'Italia è all'avanguardia nel mondo nella sua lista annuale dei 10 migliori paesi e regioni per LEED nel 2021.

La classifica mette in evidenza i paesi e le regioni al di fuori degli Stati Uniti che stanno facendo progressi significativi nell'edilizia sana e sostenibile, sia nelle fasi di progettazione, che di costruzione e funzionamento.

Nel 2021 in Italia sono stati certificati 106 progetti LEED, che rappresentano oltre 1,16 milioni di metri quadrati lordi di superficie.

A Milano ci sono oggi più di 230 edifici certificati LEED, o in corso di certificazione, che aiutano a ridurre le emissioni di carbonio e a mettere a disposizione delle persone che ci vivono e lavorano ambienti più salubri.

Gli edifici sostenibili sono una soluzione fondamentale per invertire l'impatto del settore in termini di emissioni di carbonio. Dagli hotel e uffici alle scuole e agli appartamenti, il lavoro svolto nella città di Milano con la certificazione LEED costituisce un esempio per altre città in Europa e mostra che edifici migliori possono creare una migliore qualità della vita.

Questo percorso didattico, curato da Archvibe in collaborazione con Valcucine e comunicato in collaborazione con Fuorisalone.it, racconta alcuni tra i più interessanti edifici LEED a Milano progettati da importanti studi di architettura, internazionali o milanesi, come SOM Skidmore Owings Merrill, Mario Cucinella Architects, GBPA Architects, Park Associati, Barreca & Lavarra, Progetto CMR, Scandarra Studio Architettura, Tectoo, Asti Architetti e One Works.



Pagina progetto

Sustainability beyond space and time

Overview Dove e quando Gallery

Brand
→ ARCHVIBE, → Valcucine

L'evento appartiene a
→ Brera Design District 2022

NOVITA' DI PRODOTTO
Valcucine presenta due nuove possibilità espressive disegnate da Gabriele Centazzo: **Artematica Soft Outline**, un raffinato equilibrio fra rigore e morbidezza delle linee e **Ricicantica Outline**, dove il bordo protettivo diventa l'elemento distintivo della composizione. Il disegno pulito ed essenziale nasce da una progettazione avanzata e da una tecnica di lavorazione attenta e precisa.

MOSTRA LE3DERS
Per celebrare la mappatura LEED v4.1 di Valcucine, Archvibe e Valcucine presentano **LE3DERS**, la mostra di modelli 3D di edifici certificati LEED progettati da importanti studi di architettura internazionali come 3XXN, GCA Architects, CRAFT Architects, HPP Architekten, HENN e Rafael de la-Hoz.

I modelli architettonici 3D forniti da ogni studio di architettura ed elaborati da DOS Urbanistica e Urbanistica e Urbanistica, in collaborazione con Archvibe.

Continua a leggere...

Valcucine Milano Brera — Corso Giuseppe Garibaldi, 99, Milano

Modalità di accesso
Per le modalità d'accesso si prega di rivolgersi all'organizzatore

Leggi le raccomandazioni di Fuorisalone.it →

Programma

Scheda evento

Brand Valcucine

Valcucine da oltre quarant'anni si distingue per la progettazione e la produzione nell'alto di gamma di cucine uniche nel loro genere, rivoluzionando i paradigmi del settore e di una filiera sviluppata all'insegna dell'eccellenza nel campo dell'innovazione, dell'artigianalità e della sostenibilità.

Nazione
Italy

Telefono
+39 0434 517911
Vai al sito

Facebook Instagram LinkedIn

Design Guide

ARCHVIBE, Valcucine
Sustainability beyond space and time
Selected Architettura Arredo Cucina Product Design
Sostenibilità
Valcucine Milano Brera - Corso Giuseppe Garibaldi, 99
6-12 giugno

Valcucine
Evento 2021 Atelier Anteprima
Architettura Arredo Cucina Product Design Sostenibilità
Valcucine Milano Brera - Corso Giuseppe Garibaldi, 99
4-10 settembre

Approfondimenti

ARTICOLO FOCUS
"LE3DERS": al Fuorisalone l'architettura si scopre con la realtà aumentata

Dal 6 al 12 giugno un percorso espositivo, a cura di Archvibe, presso lo showroom Valcucine Milano Brera dedicato ai modelli di architettura 3D di edifici certificati LEED.

Scheda brand

Milano tra le prime 5 città in Europa per numero di edifici sostenibili

Insieme a Madrid, Stoccolma, Francoforte e Istanbul vanta il numero maggiore di edifici che rispettano lo standard internazionale LEED.

Milano, Madrid, Stoccolma, Francoforte, Istanbul. Sono le cinque città europee che possono vantare il più alto numero di architetture progettate secondo lo standard internazionale LEED: la certificazione sviluppata dalla US Green Building Council (USGBC) che attesta l'eco-compatibilità di un edificio.

LEED, che sta per Leadership in Energy and Environmental Design, è un programma di certificazione volontaria che può essere applicato a qualsiasi tipo di edificio (sia commerciale che residenziale) e copre tutto il ciclo di vita dell'edificio stesso, dalla progettazione alla costruzione.

La città meneghina vanta oltre 80 edifici certificati LEED che contribuiscono a ridurre le emissioni di carbonio e mettono a disposizione delle persone che vivono e lavorano ambienti più sani. A questi si aggiungono altri 130 progetti, oggi in corso di sviluppo nella città, che prevedono di perseguire il medesimo obiettivo.

Leggi anche: Una passeggiata tra le architetture green da scoprire a Milano

Secondo le motivazioni di GBCE: "A Milano gli edifici ecologici sono una soluzione fondamentale per invertire l'impatto del settore in termini di emissioni di carbonio. Dagli hotel e uffici alle scuole e agli appartamenti, il lavoro di Milano con LEED costituisce un esempio per l'Europa e dimostra che edifici migliori possono creare una migliore qualità della vita".

A proposito di certificazione LEED, Valcucine presenta "Sustainability beyond Space and Time", una serie di appuntamenti, prima, durante e dopo la Milano Design Week (6-12 giugno) 2022, per affermare il costante impegno aziendale nei confronti di una produzione sostenibile e celebrare la nuova mappatura LEED v4.1.

Tra gli appuntamenti, un percorso didattico che coinvolge alcuni tra i principali edifici certificati LEED, presenti e futuri, realizzati da importanti studi di architettura a Milano.

Tag: Valcucine Architettura Sostenibilità

Ti è piaciuto questo articolo? Iscriviti alla newsletter di Fuorisalone.it

Articolo redazionale

Promuovere un progetto o un evento con Fuorisalone.it

Valcucine - "LE3DERS" 5/5



FUORISALONE.IT
DayByDay
Gli imperdibili della Milano Design Week 6-12 Giugno 2022

Ci siamo: ha ufficialmente preso il via la Milano Design Week, un'edizione speciale in formato estivo che quest'anno vivremo interamente in presenza.

Le vie e i distretti della città tornano a popolarsi di appuntamenti nel segno del design: quest'anno sono oltre 600, li abbiamo raccolti all'interno della nostra **Guida Eventi**.

Per aiutarti a districarti tra novità di prodotto, progetti di designer internazionali ed emergenti, mostre, installazioni e talk, **ecco gli appuntamenti da non perdere**.

Buon Fuorisalone!

Fuorisalone Award 2022
Il nuovo premio dedicato agli eventi della Design Week
Scopri di più

Gli highlights del Fuorisalone

"LE3DERS": l'architettura in mostra tramite realtà aumentata
Un percorso espositivo, a cura di Archivibe, presso lo showroom Valcucine Milano Brera dedicato

Una mostra nel cantiere di Casa Baglioni
Il nuovo Baglioni Hotels & Resorts firmato Spagnolo & Partners apre le porte a una selezione della Stefano Cecchi Trust Collection

Leggi l'articolo

ARCHITETTURA
Una passeggiata tra le architetture green da scoprire a Milano

Una buona parte degli edifici delle città meneghina aiutano ridurre le emissioni di carbonio. Valcucine ci porta alla scoperta di alcuni tra i più importanti.

Leggi l'articolo

Pubblica gratuitamente il tuo evento nella guida online di Fuorisalone

Come saranno le città del futuro?

F.IT x Valcucine

fuorisalone • "Sustainability beyond space and time": nel rinnovato showroom di Brera in corso Garibaldi 99, Valcucine celebra più di 40 anni di impegno per la sostenibilità. Con la mostra LE3DERS l'architettura prende vita grazie alla realtà aumentata. Un'esperienza interattiva e immersiva tra i modelli 3D di edifici certificati LEED.

Fuorisalone.it
Pubblicato da Alessandro Mitola • 20 maggio •
Anticipazioni dall'edizione di giugno:

"LE3DERS": al Fuorisalone l'architettura si scopre con la realtà aumentata
Dal 6 al 12 giugno un percorso espositivo, a cura di Archivibe, presso lo showroom Valcucine ...

1412 Persone raggiunte | 13 Interazioni | +1,1x in media Punteggio di distribuzione

Metti in evidenza il post

Box NL DaybyDay

Box NL L'indispensabile

Instagram reel

Post Instagram e Facebook

Promozione o lancio di un prodotto con Fuorisalone.it

Consulenza strategica rivolta definizione di un concept e relativo di piano di comunicazione al fine di promuovere il lancio di un nuovo prodotto o di servizi rivolti alla nostra community sia in occasione della design week che durante l'anno.

Intro

Hai per obiettivo la promozione di una nuova collezione o collaborazione speciale, il lancio di un prodotto innovativo (settore design o extra settore) o di un servizio e vorresti raggiungere la audience di Fuorisalone?

per il contesto e di declinarli nei diversi format proposti nel nostro piano editoriale.

Grazie ad una consulenza dedicata siamo in grado di offrire ai clienti delle soluzioni mirate, di sviluppare dei concept di progetto pensati

Promozione o lancio di un prodotto con Fuorisalone.it

Cosa possiamo fare insieme

Varie sono le attività e possibilità che possiamo attuare per il lancio di un prodotto durante l'anno o in concomitanza della Milano Design Week: produzione di contenuti redazionali come anche interviste a figure rilevanti dell'azienda o designer che hanno collaborato alla realizzazione del prodotto con conseguente pubblicazione sul Magazine online, attività social di promozione del contenuto attraverso stories card o classici post feed a supporto sui canali social, creare dei contenuti ad-hoc da parte di content creator o di e.Reporter Fuorisalone che attraverso il testing e l'uso del prodotto possono avvalorare il posizionamento e il suo percepito. Produzione di newsletter dedicate o box a promozione del prodotto all'interno della newsletter multi articolo o L'indispensabile,

associando anche codici sconto se l'obiettivo è l'acquisto. Inserimento della scheda prodotto all'interno della ns guida eventi dedicata se vi è un evento di lancio associato con collegamento della scheda brand e designer, attivazione di posizioni in evidenza a scelta come slideshow, highlights, banner fissi o con ricerca tag specifiche qualora vi siano valori, parole chiave da esaltare all'interno della piattaforma per i contenuti associati. Possibilità di mettere il prodotto a disposizione di un ristretto numero di influencer o target specifico con testing in anticipo. Commissionare la strategia e la produzione di contenuti e supporti extra da utilizzare come ADV pubblicitaria durante la campagna di lancio del prodotto o in altri periodi.

Strumenti utilizzabili



Piattaforma web



Newsletter



Magazine



Social



Highlights banner



e.Reporter

Promozione o lancio di un prodotto con Fuorisalone.it

Case history



Investimento

Da ^A 5.000/40.000 €

Il costo è assolutamente indicativo e può variare in base agli strumenti scelti e al racconto, al numero di attività e uscite previste e al tipo di produzione richiesta.

Nike ISPA

1/5



Scatti dello shooting del modello Nike ISPA

Nike ISPA 2/5



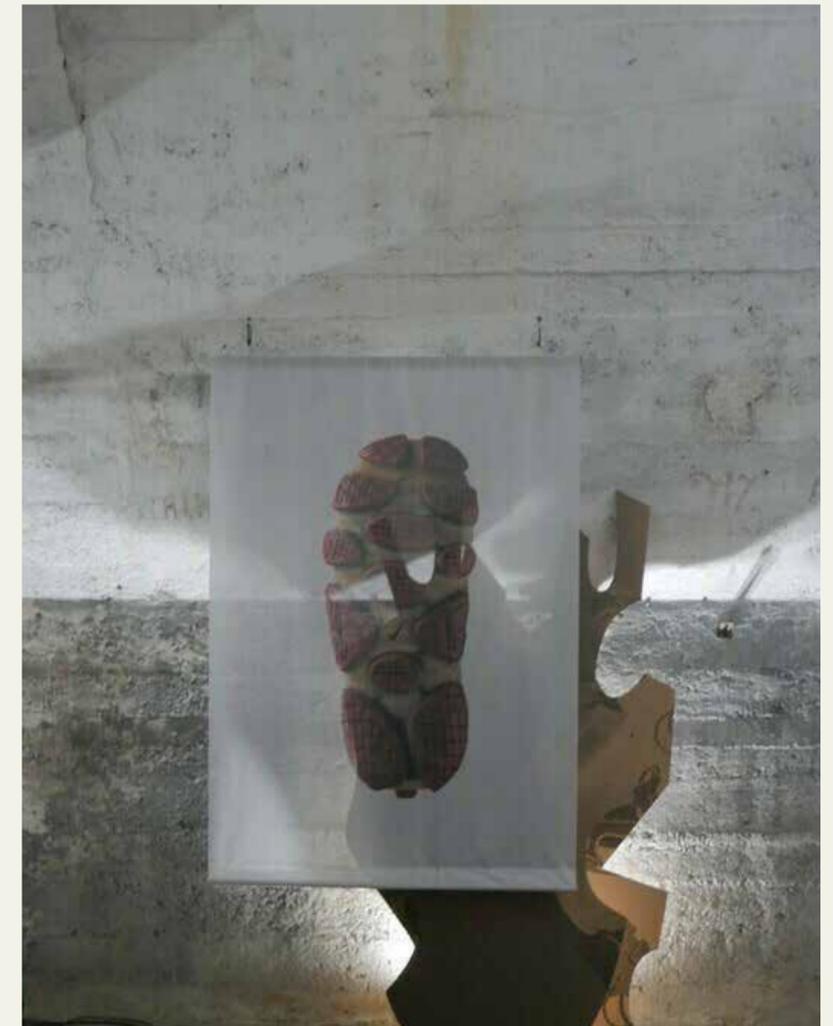
Il brief

Promuovere il lancio di una nuova collezione, la produzione di un report legato ai temi della sostenibilità e in ultimo generare interesse verso l'installazione presente alla Milano Design Week.

- Lancio del nuovo Impact Report FY21, che celebra i 20 anni di resoconti sull'impatto ambientale di Nike.
- Promozione e lancio di un nuovo prodotto. Le sneaker ISPA (Improvise, Scavenge, Protect, Adapt): due modelli rivoluzionari, Link e Link Axis, con cui Nike accelera il suo cammino verso un futuro circolare, a zero emissioni di carbonio e zero scarti. (Sostenibilità, rigenerazione, economia circolare).
- Promozione dell'installazione D-iSPA-sembly Park, che celebra la scarpa progettata sul principio di progettazione circolare dello smontaggio. Le sneaker ISPA vengono presentate in occasione della Milano Design Week negli spazi di Droptcity.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso lo sviluppo di branded content che raccontino i valori del brand oltre il prodotto, distribuite in due fasi: lancio anticipando l'evento per generare attenzione, promozione diretta dell'evento durante la Design Week.
- Generare traffico verso l'installazione durante i giorni della Design Week.
- Coinvolgere e stimolare la community in un dibattito sul tema dell'economia circolare attivando i canali social.



Nike ISPA 3/5



Il concept

La scelta è stata quella di puntare sul messaggio e sul prodotto, coinvolgendo la figura dello Chief Sustainability Officer di Nike al fine di enfatizzare gli aspetti più rilevanti del progetto e del percorso intrapreso dal brand.

Dare sostegno al messaggio promuovendo attività collaterali in il brand è stato coinvolto, rilevanti per la nostra community, distribuiti in un piano editoriale che ha anticipato l'evento di 45 giorni, sfruttando al meglio i nostri diversi strumenti.

La produzione

- Realizzazione di articoli branded su Fuorisalone Magazine: news dedicata alla mostra "Plastic: Remaking Our World" presso il Vitra Design Museum; intervista al designer che ha progettato le nuove sneaker ISPA; intervista a Noel Kinder, Chief Sustainability Officer, sulla nuova strategia di Nike; articolo sul Serena Williams Building, nuovo edificio su progetto di Skylab e Mark Parker;
- Creazione scheda evento in evidenza all'interno della Guida Eventi di Fuorisalone.it;
- Creazione di una newsletter dem che promuove l'evento D-iSPA-ssembly Park;
- Presenza della scheda evento all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione;
- Condivisione degli articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di Instagram Stories durante uno dei workshop proposti da Nike durante l'evento "D-iSPA-ssembly Park";
- Creazione di una gallery di immagini nel feed di Instagram, con storytelling dedicato alle nuove ISPA.

Promozione o lancio di un prodotto con Fuorisalone.it

Nike ISPA 4/5



F FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO Cerca nel sito

D-iSPA-ssembly Park

Installazioni Product Design Sostenibilità

In occasione della Milano Design Week 2022, NIKE presenta "D-iSPA-ssembly Park": un'installazione circolare multisensoriale.

"D-iSPA-ssembly Park" è una creazione del team ISPA di Nike: un micro collettivo sperimentale che coltiva attivamente approcci d'avanguardia al design del prodotto nel tentativo di catalizzare una maggiore sperimentazione creativa in Nike e oltre. Il team riflette la volontà dei fondatori di Nike e radicata nell'etica del design del brand di sfidare lo status quo a favore di metodi nuovi e migliori.

I quattro principi alla base della filosofia di ISPA sono:

- Non fermarti mai alla prima soluzione per un problema. IMPROVVISA per vedere se un'idea può essere migliorata.
- Ricerca i migliori materiali di cui hai bisogno. SCOVA e metti insieme le migliori opzioni disponibili per risolvere il problema.
- La tua soluzione deve PROTEGGERTI dal problema.
- ADATTA tutte le soluzioni per adeguarle ai loro potenziale più ampio.

"D-iSPA-ssembly Park" celebra ISPA Link e ISPA Link Axis, che rappresentano per Nike

Dove: Dropcity - Via Sammartini 38, Milano - dal 6 al 12 giugno.

Quando: 6-12 giugno 2022 - Programma

Modalità di accesso: Leggi

Dropcity - Via Sammartini 38, Milano Mappa e indicazioni

Modalità di accesso: Tutte le informazioni per partecipare sono disponibili qui.

Leggi le raccomandazioni di Fuorisalone.it

Programma

6/6 LUNEDÌ	7/6 MARTEDÌ	8/6 MERCOLEDÌ	9/6 GIOVEDÌ	10/6 VENERDÌ	11/6 SABATO	12/6 DOMENICA
10:00 - 18:00 Esposizione: D-iSPA-ssembly Park exhibition	10:00 - 18:00 Incontro: ISPA Design Talk - Modulo: lavoro Produttori Lipparelli (2022)					

Scheda evento

D-iSPA-ssembly Park: l'installazione circolare multisensoriale di NIKE

Un progetto realizzato dal team ISPA di Nike, un micro collettivo sperimentale che coltiva approcci d'avanguardia al design del prodotto. Concepito come un giardino di sculture e laboratorio di comunità, "DISPAssembly Park" presenta assemblaggi di cartone su larga scala con forme astratte, realizzati con materiali economici e di provenienza locale.

Dove: Dropcity, via Sammartini 38, Milano - dal 6 al 12 giugno.

Vota l'evento più memorabile della Milano Design Week!

FORNITORE DI APPROVVISAZIONE - PUBBLICITÀ E MARKETING

Ti è piaciuto questo articolo? **Iscriviti alla newsletter di Fuorisalone.it**

Nome* Cognome*

Email* Data di nascita (es. 16/05/1980)*

Seleziona le tematiche a cui sei interessato*

Aggiornamenti sulla Milano Design Week, dal mondo del design, arte e architettura.

Riflessioni sull'industria del design e dell'architettura dedicate ai professionisti.

Accetto la privacy policy.*

Iscriviti

Scopri il contenuto collegato all'articolo

Grand Seiko
The Flow of Seasons by Grand Seiko

Selected | Mercoledì e giovedì | Installazioni | Product Design

Made4Art - Via Ciovozzo, 17
6-12 giugno

Box in articolo multievento

F FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO Cerca nel sito

Nike ha svelato una sneaker che si smonta

Le nuove Ispa Link rompono i paradigmi e ci proiettano nel futuro. Ce ne parla Darryl Matthews VP, Catalyst Footwear Product Design del brand di Beaverton.

Nike continua a innovare lo sneaker game, questa volta presentando una **scarpa modulare che può essere smontata** per poi essere riciclata con una riduzione importante della sua impronta di carbonio. Il design dei modelli **Ispa link e Link Axis** è radicale e ci proietta direttamente nel futuro, simmetizzando ancora una volta la capacità del brand di Beaverton di stravolgere i paradigmi. Queste nuove sneaker fanno parte della **filosofia ISPA** (Improvise, Scavenge, Protect, Adapt - Improvvisazione, Ricerca, Protezione e Adattamento), un invito ai creatori a sperimentare e rompere gli schemi, provando a reimmaginare i prodotti. Con questo progetto, a 30 anni dalla fondazione, Nike continua a implementare la sua strategia, nel segno della ricerca, della sperimentazione e dell'innovazione, per raggiungere gli obiettivi di sostenibilità per il 2032 e oltre. Proprio per le sue caratteristiche, questa Ispa Link guarda alle sfide di oggi legate alla necessità di limitare gli sprechi e offre un contributo importante nel dibattito sul rapporto tra design e sostenibilità. Ne abbiamo parlato con **Darryl Matthews VP, Catalyst Footwear Product Design**.

Dal punto di vista del design, quali sono le caratteristiche imprescindibili che una sneaker deve avere oggi?

Creo sia davvero difficile fornire una risposta univoca, è un tema complesso legato al processo e all'approccio narrativo. Oggi i designer hanno il compito di esplorare tutti quei territori e processi legati alla sostenibilità. È un principio che andrebbe sempre applicato al percorso di progettazione, facendo sì che possa dettare le regole cui la scarpa viene realizzata dal punto di vista estetico. Senza dover scendere a compromessi. È facile lasciarsi distrarre dal tema del prezzo o dalla forma a scapito della funzione.

Quali sono le sfide con cui un designer che progetta scarpe si deve misurare oggi?

In qualità di designer posso dire di amare le sfide, è parte del mio lavoro. Sono

Articolo redazionale

House of Switzerland: l'eccellenza del design svizzero

Nella cornice di Casa degli Artisti, un incontro tra Svizzera e Italia per promuovere ed esaltare la creatività e la vitalità del design elvetico.

7-12 giugno
Via Tommaso da Cazzaniga angolo Corso Garibaldi
Scopri di più

A bordo del tram targato Febal Casa

Un tour itinerante per le vie di Milano alla scoperta del design e del talento. Tutti i giorni dalle 16 alle 22:30 con partenza da Piazza Fontana.

6-12 giugno
Piazza Fontana
Scopri di più

Hermès torna negli spazi ex Pelota

Nel cuore di Brera, la maison presenta la nuova collezione per la casa, con la direzione artistica di Charlotte Macaux-Perelman e di Alexis Fabry attraverso un allestimento speciale.

6-12 giugno
Via Palermo 10
Scopri di più

"D-iSPA-ssembly Park": un'installazione circolare multisensoriale progettata da Nike

Presso Dropcity va in scena un micro collettivo sperimentale che coltiva attivamente approcci d'avanguardia al design del prodotto.

7-12 giugno
Via Sammartini 38
Scopri di più

Box NL DaybyDay

Nike ISPA 5/5



FUORISALONE.IT



"D-iSPA-ssembly Park": un'installazione circolare multisensoriale progettata da Nike

Dal 7 al 12 giugno presso Dropcity, in via Sammartini al numero 38, va in scena "D-iSPA-ssembly Park", una creazione del team ISPA di Nike: un micro collettivo sperimentale che coltiva attivamente approcci d'avanguardia al design del prodotto nel tentativo di catalizzare una maggiore sperimentazione creativa in Nike e oltre.

"D-iSPA-ssembly Park" celebra ISPA Link e ISPA Link Axis, che rappresentano per Nike dei radicali passi in avanti nella ricerca di un futuro circolare. Attualmente in mostra al Vitra Design Museum nell'ambito della mostra "Plastic: Remaking Our World", l'ISPA Link Axis è progettata per uno smontaggio completo ed è tenuta insieme dalla geometria anziché dalla colla o dal cemento.

Concepito come un giardino di sculture e laboratorio di comunità, "D-iSPA-ssembly Park" presenta assemblaggi di cartone su larga scala con forme astratte estratte dai disegni tecnici dell'ISPA Link Axis e della precedente, l'ISPA Link (in arrivo a giugno 2022), che accompagnano i visitatori in un percorso di progettazione e sviluppo circolare.

Il team ha scelto di utilizzare materiali economici e di provenienza locale che possono essere facilmente smontati e a cui è stata data una seconda vita al termine dell'installazione, in questo caso, essendo triturati e convertiti in file audio da PAN RECORDS, un'etichetta discografica multidisciplinare e una piattaforma per artisti.

[Scopri Nike ISPA](#)

FUORISALONE.IT

NL dedicata



Il design sperimentale è protagonista della quarta edizione di Alcova

Il percorso espositivo, tra spazi interni ed esterni, si svilupperà su più di 20 ettari e prevede di essere l'edizione più ampia e ambiziosa di sempre.

[Leggi l'articolo](#)



Brera Design Week 2022: il programma

"Progettare il presente, scegliere il futuro" è il titolo dell'edizione che andrà in scena dal 6 al 12 giugno e che raccoglie le sfide della contemporaneità.

[Leggi l'articolo](#)



DESIGN

Nike ha svelato una sneaker che si smonta

Le nuove Ispa Link rompono i paradigmi e ci proiettano nel futuro. Ce ne parla Darryl Matthews VP, Catalyst Footwear Product Design del brand di Beaverton.

[Leggi l'articolo](#)



Al Fuorisalone Toiletpaper



Masterly-The Dutch in

Box NL L'indispensabile



La nuova strategia di Nike basata sulla sostenibilità

Intervista a Noel Kinder, Chief Sustainability Officer di Nike, che comunica le mission dell'azienda e i suoi obiettivi futuri da qui al 2025.

[» LEGGI QUI](#)

Instagram story

La scarpa Nike che si smonta per essere riciclata



Fuorisalone.it
Pubblicato da Dunya Hadfaoui · 4 maggio ·

E annuncia così il suo futuro nel design circolare.



FUORISALONE.IT

Nike ha svelato una sneaker che si smonta

Le nuove Ispa Link rompono i paradigmi e ci proiettano nel futuro. Ce ne parla Darryl Matthew...

24.303 Persone raggiunte | 602 Interazioni | **+1,3x** in media Punteggio di distribuzione

[Metti in evidenza il post](#)

Post Instagram e Facebook

Hendrick's 1/4

HENDRICK'S
GIN

MEDIA KIT



Installazione e backstage delle attività promozionali legati a Hendrick's

Hendrick's 2/4

HENDRICK'S
GIN

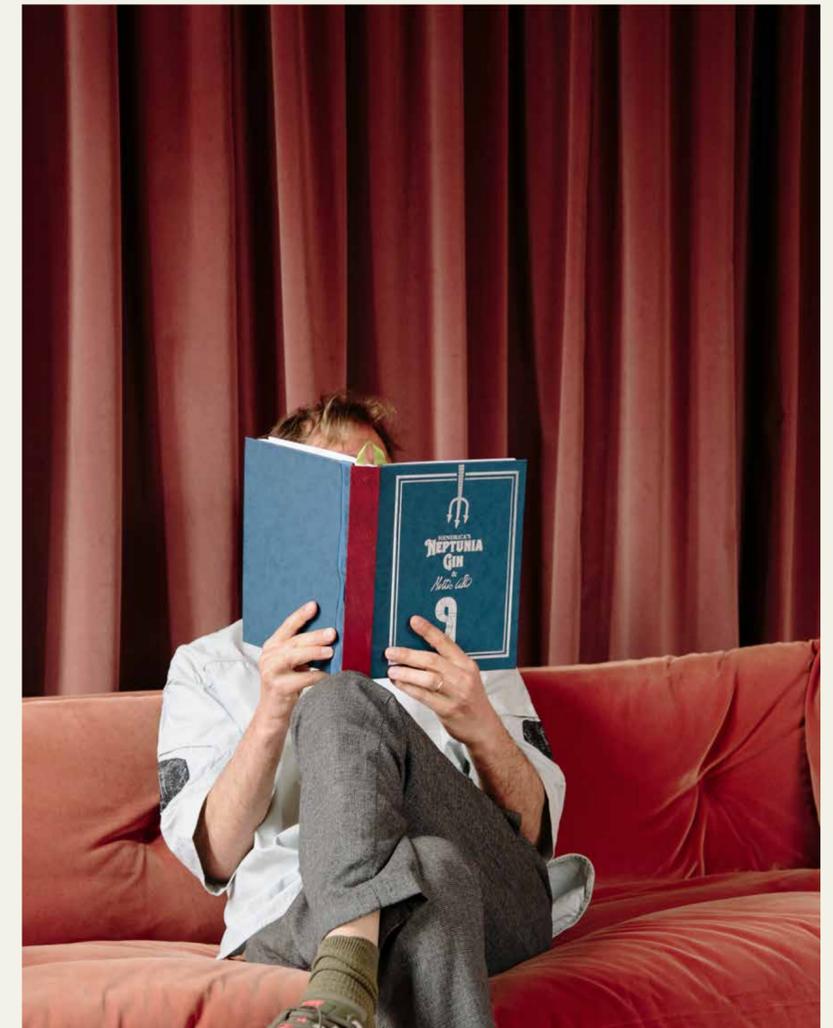
Il brief

Come promuovere: un'attività e un'installazione extra Milano Design Week.

Promozione del progetto "Neptunia Gin by Hendrick's", che ha previsto la realizzazione di un'opera d'arte green realizzata dall'artista e designer Matteo Cibic.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso un racconto coinvolgente che attraverso l'installazione firmata da Matteo Cibic parla alla città di Milano di sostenibilità, grazie anche al coinvolgimento di associazioni zeroCO2 e Worldrise insieme a Hendrick's Gin e a otto locali meneghini;
- Generare attenzione e far conoscere il mondo Hendricks's.



Promozione o lancio di un prodotto con Fuorisalone.it

Hendrick's 3/4

HENDRICK'S
GIN

Il concept

Si è scelto di realizzare un video d'autore in collaborazione con il regista Patrizio Sacco all'interno del Brera Design Apartment. Il protagonista è l'artista e designer Matteo Cibic, autore dell'installazione "Neptunia Gin by Hendrick's".

La produzione

- Realizzazione di un video di teasing che anticipa e svela l'opera d'arte realizzata da Matteo Cibic;
- Realizzazione di fotografie di scena durante la registrazione del progetto video, da utilizzare in fase di comunicazione;
- Condivisione del video su Fuorisalone TV;
- Condivisione del video in formato Reels sul canale Instagram di Fuorisalone;
- Realizzazione di un articolo branded dedicato al racconto del progetto "Neptunia Gin by Hendrick's";
- Condivisione dell'articolo sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di una newsletter dem che promuove il

progetto "Neptunia Gin by Hendrick's";

- Presenza all'interno della newsletter settimanale L'indispensabile.

Promozione o lancio di un prodotto con Fuorisalone.it

Hendrick's 4/4

HENDRICK'S
GIN



realizzata da Stark, che interpreta il tema di Fuorisalone 2022 "tra spazio e tempo". Dal 6 al 12 giugno presso l'Acquario Civico di viale Gadio 2.



INSTALLAZIONI
Matteo Cibic firma un'installazione green nel cuore di Milano

Si intitola "Neptunia Gin by Hendrick's" ed è legata a un importante progetto di sostenibilità. Sarà visibile fino al 15 maggio in piazza XXV Aprile.

[Leggi l'articolo](#)



Rado e design, un binomio vincente

La maison orologiera svizzera, tra materiali innovativi e forme eleganti, dal 1917 a oggi ha un occhio di riguardo nei confronti del mondo del progetto.

[Leggi l'articolo](#)



Fuorisalone 2022: la 5VIE Design Week alla sua nona edizione

Tra progetti curatoriali, collettivi, storiche e nuove presenze, 5VIE si conferma con entusiasmo tra i distretti ufficiali del Fuorisalone 2022.

[Leggi l'articolo](#)



Scheda video Fuorisalone TV



Articolo redazionale

Box NL L'indispensabile

Post Instagram e Facebook

Promuovere una location con Fuorisalone.it

Offriamo la possibilità di promuovere luoghi e spazi per eventi sia a Milano che in altri luoghi e orientata alla design week o ad altri momenti.

Intro

Hai l'obiettivo di promuovere uno spazio eventi e i servizi offerti per raggiungere la community di Fuorisalone.it formata da addetti ai lavori ma anche da agenzie pr ed eventi?

La nostra realtà può proporti un piano editoriale che va a definire le attività di promozione e comunicazione dello spazio e i suoi utilizzi. In base alla tipologia dello spazio, alle sue

peculiarità e i servizi offerti si propone un differente piano di comunicazione mirato a creare un racconto del luogo anche in base alle attività pregresse ospitate attraverso contenuti di approfondimento legati al brand e al luogo e campagne indirizzate ad un pubblico B2B con l'intento di generare traffico e interesse verso la struttura e il gestore.

Promuovere una location con Fuorisalone.it

Cosa possiamo fare insieme

Le possibilità che la nostra piattaforma offre per il racconto di un servizio e i suoi valori sono: creazione di contenuti redazionali affiancati da campagne social e newsletter a supporto. Possibilità di produrre dei contenuti foto/video come racconto del luogo.

Creazione di pagine informative (landing page) che descrivano in maniera chiara ed esaustiva il dna del luogo e che possano servire come atterraggio di eventuali campagne social/digital.

Strumenti utilizzabili

-  Piattaforma web
-  Newsletter
-  Magazine
-  Social

Promuovere una location con Fuorisalone.it

Case history

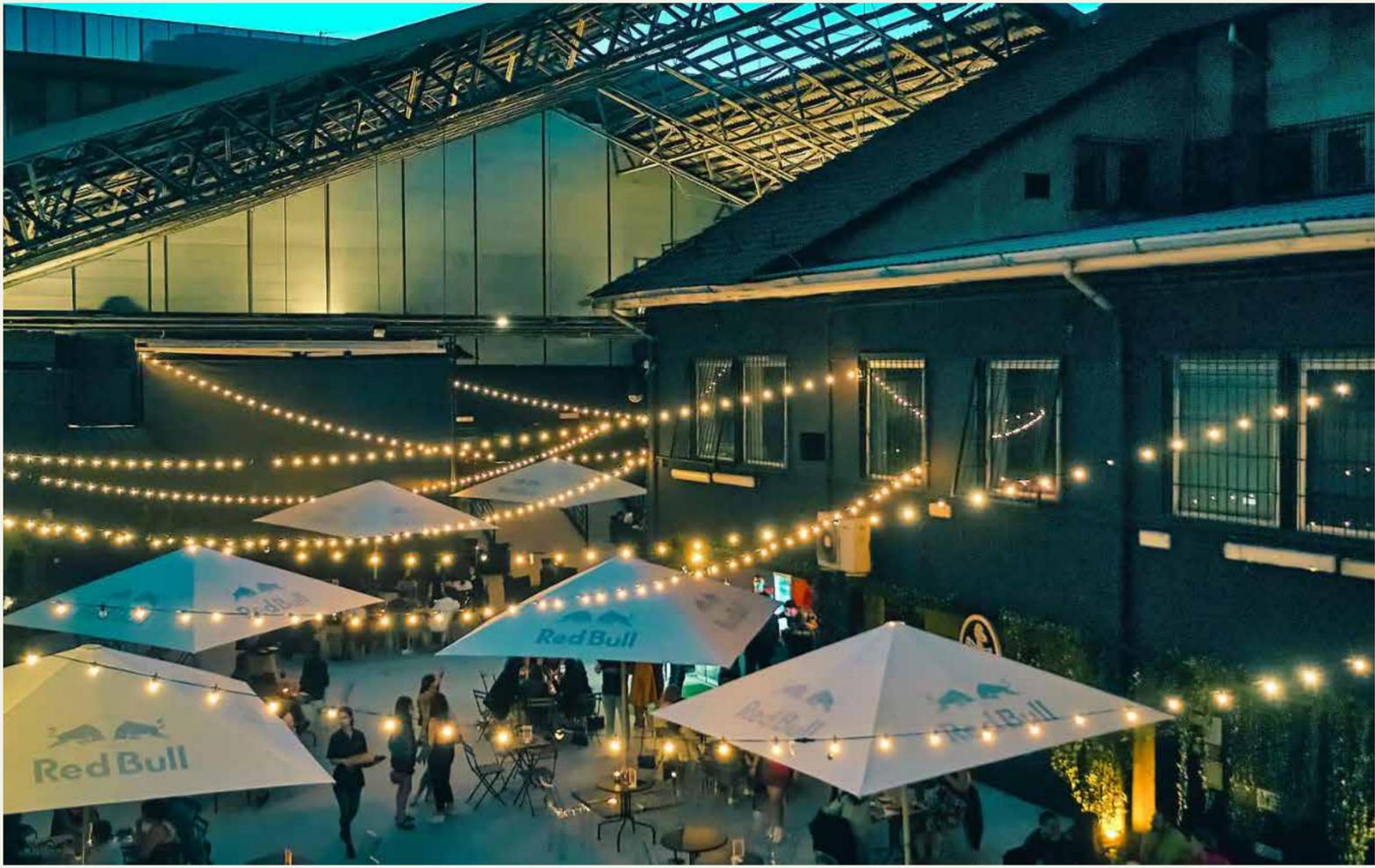


Investimento

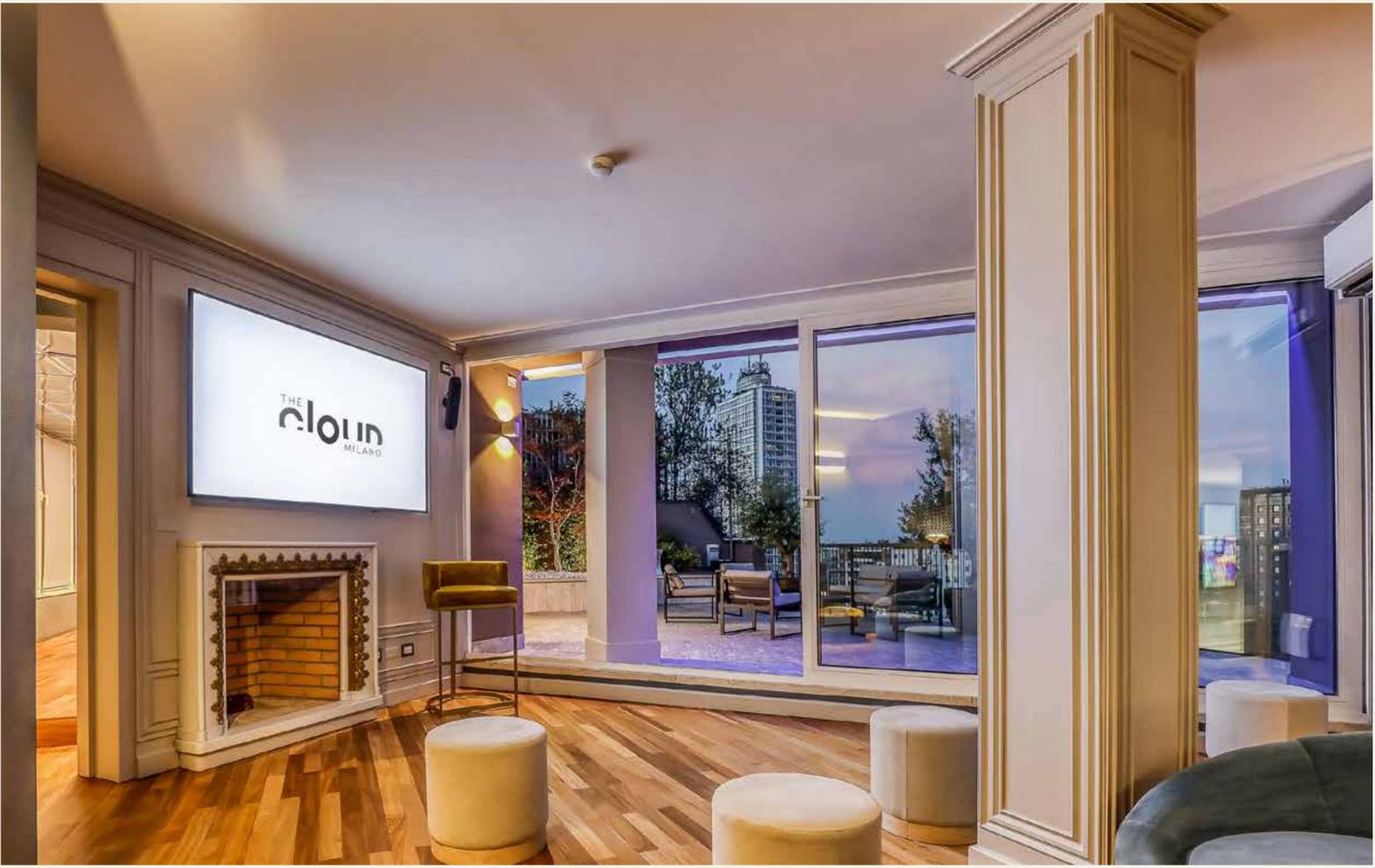
Da ^A
3.500/8.500 €

Il costo è assolutamente indicativo e può variare in base agli strumenti scelti per il racconto, al numero di attività e uscite previste e al tipo di produzione richiesta.

Promuovere una location con Fuorisalone.it



Location Valetellina 25 e The Cloud



The Cloud

FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARDS INSPIRE LIVE TV INFO

Cerca nel sito

A Milano un nuovo spazio hi-tech per vivere gli eventi a 360 gradi

Ha aperto le porte a Milano un nuovo spazio ibrido, ma soprattutto un nuovo Hub interdisciplinare dove la dimensione fisica si contamina con quella digitale: prende il nome di The Cloud e rappresenta una nuova frontiera degli eventi.

Tutti i dettagli su The Cloud

The Cloud si trova in Piazza della Repubblica, nel cuore di Porta Nuova, e si sviluppa su due piani per un totale di 1000 metri quadrati.

All'interno dell'Innovation District di Milano, Porta Nuova, la struttura sventa al decimo e undicesimo piano in Piazza della Repubblica, sviluppandosi per oltre 1000 metri quadrati. Uno spazio esperienziale che si divide in 4 aree: **The Sky**, un'ampia terrazza panoramica di oltre 200 metri quadrati di superficie sullo skyline di Milano.

- **The Sky**, la terrazza panoramica con vista sullo skyline milanese
- **The Club**, l'ambiente esclusivo per riunioni riservate anti spionaggio
- **The Core**, l'area modulabile per esposizioni ibride tra fisico e digitale
- **The Space**, il luogo per esperienze immersive e tecnologicamente avanzate

Articolo redazionale

FUORISALONE IT

A Milano un nuovo spazio hi-tech per vivere gli eventi a 360 gradi

Si chiama **The Cloud** e si trova in Piazza della Repubblica, nel cuore di Porta Nuova, e si sviluppa su due piani per un totale di 1000 metri quadrati.

Un nuovo Hub interdisciplinare dove la dimensione fisica si contamina con quella digitale e rappresenta una nuova frontiera degli eventi.

Lo spazio si divide in quattro aree:

- **The Sky**, la terrazza panoramica con vista sullo skyline milanese
- **The Club**, l'ambiente esclusivo per riunioni riservate anti spionaggio
- **The Core**, l'area modulabile per esposizioni ibride tra fisico e digitale
- **The Space**, il luogo per esperienze immersive e tecnologicamente avanzate

NL dedicata

FUORISALONE IT

A Milano un nuovo spazio hi-tech per vivere gli eventi a 360 gradi

The Cloud si trova in Piazza della Repubblica, nel cuore di Porta Nuova, e si sviluppa su due piani per un totale di 1000 metri quadrati.

Leggi l'articolo

EVENTI
Le mostre da vedere a marzo

Box NL L'indispensabile

A Milano uno spazio hi-tech per vivere gli eventi a 360 gradi

The Cloud si trova in Piazza della Repubblica e si sviluppa su due piani per un totale di 1000 metri quadrati.

»

Instagram story

Case history

L'esperienza maturata da Fuorisalone.it con clienti internazionali permette di individuare le attività e i contenuti più adatti a raggiungere in modo mirato i migliori risultati.



Obiettivi di riferimento

Sviluppiamo strategie digital progettandole in base agli obiettivi e alle esigenze, per poi definire un piano d'azione mirato.

Promuovi il tuo brand con contenuti social su misura

Hai l'obiettivo di far conoscere il tuo brand a una platea allargata attraverso un contenuto creativo in grado di attivare engagement.

Cosa possiamo fare

Attraverso una strategia sartoriale possiamo costruire una serie di contenuti in grado di creare engagement e raggiungere la community della Design Week, durante, prima o dopo l'evento. Un percorso su misura che possa posizionare e raccontare i valori del brand oltre il prodotto.

Per farlo, in collaborazione con il nostro team di content creator, siamo in grado di sviluppare contenuti creativi su Instagram progettati per il formato Reel e Stories.

Strumenti utilizzabili



Social

Content Creator

Promuovi il tuo evento in sinergia con i nostri influencer

Hai come obiettivo allargare il tuo bacino di utenza e fare conoscere un evento a un pubblico selezionato di design lover, giovane e dinamico.

Cosa possiamo fare

L'offerta prevede che 10 influencer selezionati da Flatmates siano presenti in momenti diversi all'evento in occasione del Fuorisalone, interagendo e pubblicando contenuti sui loro canali. Ciascun influencer promuoverà 2/3 contenuti su Instagram/Tik Tok con mention del brand.

Gli influencer selezionati sono italiani, specializzati in argomenti differenti e ben profilati, dal lifestyle all'architettura passando per i viaggi. I brand potranno così accedere a un pubblico nuovo, ampio, realmente interessato a conoscerli.

Strumenti utilizzabili



Social

Content Creator

Altre Case history

Brief, obiettivi, concept e produzione.

Case history

Strategy Innovation

1/4



Hackathon presso Combo Venezia



Strategy Innovation 2/4

Il brief

Come promuovere: un hackaton che vede il coinvolgimento di giovani studenti

- Promozione evento: un hackaton intitolato “Spazi e tempi dell'Abitare” a cura di Strategy Innovation, presso Combo Venezia, dove 14 giovani progettisti dell'Università Iuav di Venezia hanno condiviso spazi e tempi per 36 ore.
- Promozione i valori e i principi che guidano il progetto Strategy Innovation.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week raccontando la dimensione collaborativa dell'hackaton: un'esperienza intensiva che ha visto partecipanti provenienti da formazioni diverse confrontarsi con ambiti come la sociologia e la psicologia grazie alle competenze portate da Strategy Innovation;
- Generare attenzione e far conoscere le attività dell'Università IUAV.



Strategy Innovation 3/4



Il concept

La scelta è stata quella di raccontare l'opportunità generata dall'Università IUAV e da Strategy Innovation attraverso il coinvolgimento di giovani progettisti attraverso un format intensivo di full immersion.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded su Fuorisalone Magazine dedicato all'hackaton presso i Crociferi di Venezia;
- Realizzazione di un articolo branded su Fuorisalone Magazine: un'intervista con Everel, azienda specializzata nella produzione di componentistica elettronica ed elettromeccanica, che ha partecipato al progetto con un proprio designer.
- Condivisione degli articoli su canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di storytelling sull'hackaton attraverso una serie di Instagram stories con scatti forniti in diretta durante l'evento;
- Presenza dell'articolo branded all'interno della newsletter settimanale L'indispensabile destinata al

database B2C;

- Presenza dell'intervista all'interno della newsletter Osservatorio destinata al database B2B;
- Presenza del video di best of dell'hackaton all'interno della Fuorisalone TV.

Strategy Innovation 4/4



Dal 4 al 5 aprile 14 giovani progettisti dell'Università Iuav di Venezia si sono incontrati per un'esperienza full immersion guidata da Strategy Innovation.

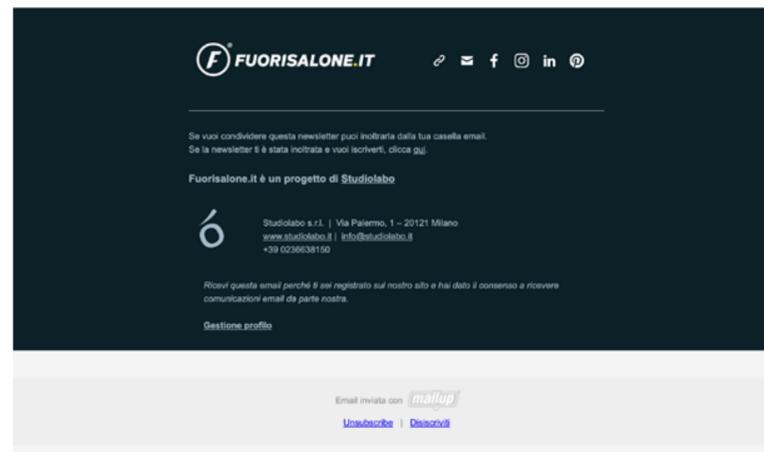
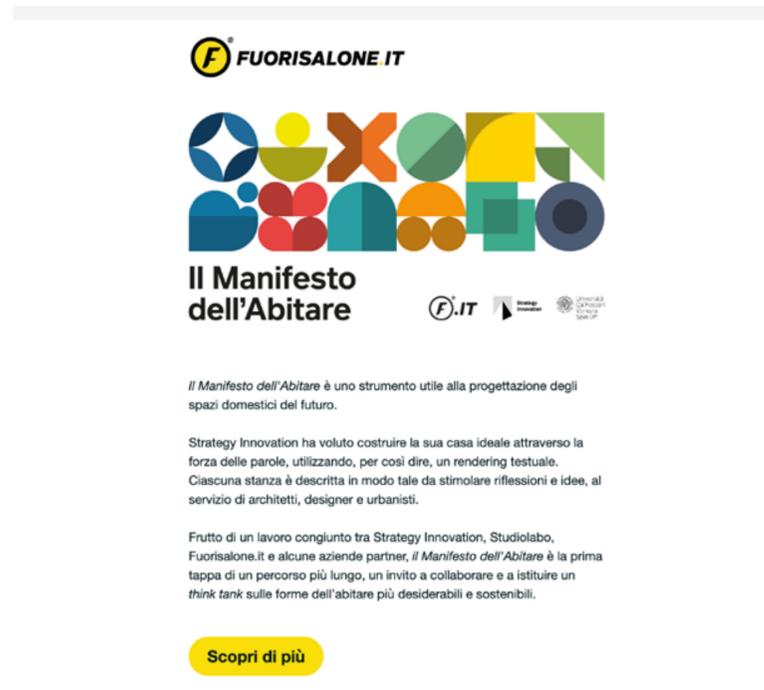
Esplorare l'abitare abitando insieme è la sfida dell'hackathon ospitato il 4-5 aprile da Combo Venezia. In cui 14 giovani progettisti dell'Università Iuav di Venezia hanno condiviso spazi e tempi per 36 ore.

È stato un esperimento su più fronti: per la prima volta i ragazzi hanno lavorato in un'esperienza intensiva e collaborativa full immersion; per la prima volta i partecipanti provenivano tutti da formazioni diverse (design, comunicazione, architettura, urbanistica, pianificazione, arti, moda) e si sono confrontati anche con l'ambito della sociologia e della psicologia grazie alle competenze portate da Strategy Innovation; per la prima volta si è espressa una collaborazione fattiva tra Iuav, Ca' Foscari - con il suo spin off Strategy Innovation - e Fondazione di Venezia, grazie al supporto dell'azienda Everel che ha integrato nel gruppo un proprio designer.



Il risultato sono concept innovativi e interdisciplinari che ragionano su alcune domande chiave e le traducono visivamente partendo dal "Manifesto dell'abitare", elaborato da Strategy Innovation in occasione di Fuorisalone 2021, che restituisce un testo critico utile alla definizione di spazi domestici più desiderabili e sostenibili: l'hackathon dà seguito a queste riflessioni indagando le diverse nature in cui il progetto prende forma per ospitare la complessità dell'abitare presente e futuro, in cui spazio e tempo sono le due variabili utili a valutare l'impatto antropico sul pianeta.

Articolo redazionale



NL dedicata



EVENTI
Spazi e tempi dell'abitare: un hackaton ai Crociferi di Venezia
Dal 4 al 5 aprile 14 giovani progettisti dell'Università Iuav di Venezia si sono incontrati per un'esperienza full immersion guidata da Strategy Innovation.

[Leggi l'articolo](#)



Box NL L'indispensabile



Post Facebook

Case history

Teva
1/5



Immagini a supporto della campagna Teva

Case history

Teva

2/5

teva

Il brief

Come promuovere: un progetto grafico nell'ambito di un prodotto esistente

- Promozione dell'innovazione grafica che il marchio nell'ambito delle confezioni di farmaci: il caso di Teva.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso un racconto che mostri l'importanza della brand image e della grafica applicata al mondo farmaceutico;
- Generare attenzione e far conoscere il mondo Teva.



Il concept

Attraverso due interviste mirate si è scelto dare spazio al tema dell'innovazione grafica un racconto dell'evoluzione delle confezioni di farmaci per favorire l'assunzione più corretta e consapevole dei medicinali, facilitando così l'aderenza alla terapia.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded che introduce le nuove grafiche per le confezioni dei farmaci a marchio Teva. Intervista a Umberto Comberati, Business Unit Head di Teva Italia;
- Realizzazione di un articolo branded che spiega cosa significa come innovare la comunicazione in ambito farmaceutico;
- Condivisione degli articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di una newsletter dem che promuove l'evento digitale "Teva per te. Quando il design è al servizio della salute"
- Presenza della scheda evento all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione.

Case history

Teva 4/5

teva



Overview Gallery Approfondimenti

Un approccio di "design thinking" innovativo in ambito farmaceutico

Brand
→ Teva

L'evento appartiene a
→ Best of Fuorisalone 2021

Conferenze, workshop Grafica

In un momento storico così delicato e difficile, come quello che stiamo vivendo, il settore farmaceutico svolge un ruolo di strategica importanza, fondamentale per contrastare l'emergenza sanitaria.

Fondata come piccola attività a Gerusalemme nel 1901, Teva è oggi tra le prime 15 case farmaceutiche al mondo, leader mondiale nei farmaci equivalenti e specialistici.

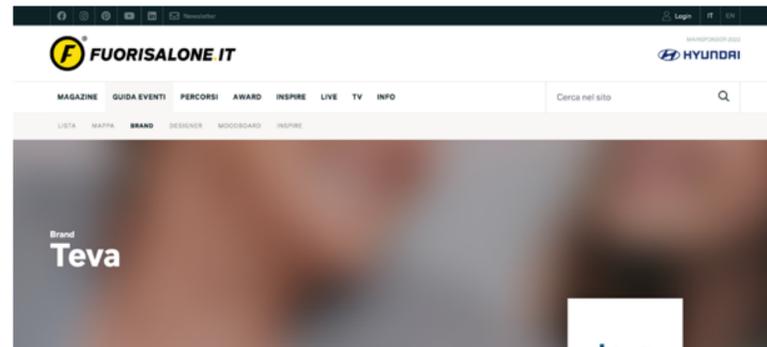
Grazie al suo approccio orientato al **design thinking**, dove la progettualità diventa uno strumento prezioso di innovazione, Teva ha migliorato la grafica delle sue confezioni, realizzando una soluzione ancora più chiara che agevola la riconoscibilità dei prodotti e ne favorisce un'assunzione ancora più consapevole.

Scopri il nuovo packaging sul sito di Teva: www.tevaitalia.it/teva-per-te/

Quest'anno inoltre si è proposta al pubblico del Fuorisalone con il webinar "Teva per te. Quando il design è al servizio della salute".



Scheda evento



Teva Pharmaceutical Industries Ltd. (NYSE e TASE: TEVA) è leader globale nei farmaci equivalenti in grado di rispondere in modo mirato alle esigenze non soddisfatte dei pazienti.

Fornisce medicinali equivalenti di alta qualità in quasi tutte le aree terapeutiche e ha prodotti innovativi in aree selezionate, tra cui **sistema nervoso centrale, dolore e respiratorio**.

Con 120 anni di esperienza, una funzione di ricerca e sviluppo completamente integrata, una solida base operativa e infrastrutture e dimensioni globali, Teva è una delle principali aziende farmaceutiche mondiali, leader nei **settori dei farmaci equivalenti, dei farmaci specialistici, degli OTC** (farmaci da automedicazione) e degli API (principi attivi farmaceutici), e offre ogni giorno soluzioni di cura di alta qualità a circa 200 milioni di pazienti in più di 60 Paesi in tutte le aree mediche.

Teva da sempre è impegnata nella ricerca di terapie innovative per renderle accessibili al maggior numero di persone, stringendo sinergie con il mondo scientifico e lavorando a fianco delle associazioni di pazienti.

Teva è presente in Italia da oltre 25 anni, con una filiale commerciale - Teva Italia S.r.l. - 5 siti per la produzione di principi attivi farmaceutici e 1 sito di farmaco finito. L'azienda in Italia conta circa 1.200 dipendenti.

Teva nel mondo: alcuni dati

Posizione di **leadership** tra le prime 3 in oltre 25 mercati
La più ampia gamma di prodotti al mondo, con oltre **1.800 farmaci**
61 siti di produzione e presenza commerciale in 65 mercati
85 miliardi di compresse e capsule prodotte ogni anno
25 siti R&S e di sviluppo clinico

Teva in Italia: alcuni dati

5 siti produttivi di Principi Attivi Farmaceutici (API)
1 sito di prodotto finito
Ca. 100 mln di confezioni vendute in Italia ogni anno
Ca. 200 confezioni Teva vendute ogni minuto nelle farmacie territoriali
#1 nel mercato dei **farmaci equivalenti retail**
#1 nel mercato dei **farmaci equivalenti ospedalieri**

Scheda Brand



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

Teva, azienda farmaceutica leader nei farmaci equivalenti e biologici, ha presentato in occasione di Fuorisalone Digital la nuova veste grafica dei suoi prodotti. Il progetto prevede una grafica migliorata, ancora più chiara e in grado di facilitare la riconoscibilità dei farmaci, con l'obiettivo di favorire un'assunzione ancora più corretta e consapevole. Ne abbiamo parlato con il dottor Umberto Comberlatti, Business Unit Head di Teva Italia.

Come è nata l'esigenza di rinnovare la comunicazione dei prodotti a marchio Teva?

Si tratta di una scelta messa in campo per rispondere ai nuovi bisogni. L'obiettivo di Teva è quello di dare risposte concrete a una domanda di salute. Milioni di pazienti nel mondo assumono i nostri farmaci, è stato fondamentale partire dalle loro esigenze, insieme a quelle di medici e farmacisti, per sviluppare il design e la nuova grafica delle nostre confezioni. Grazie all'analisi dei risultati di una ricerca condotta su 4.000 persone nel mondo (medici, farmacisti, pazienti e caregiver), Teva ha potuto approfondire quali erano questi nuovi bisogni.

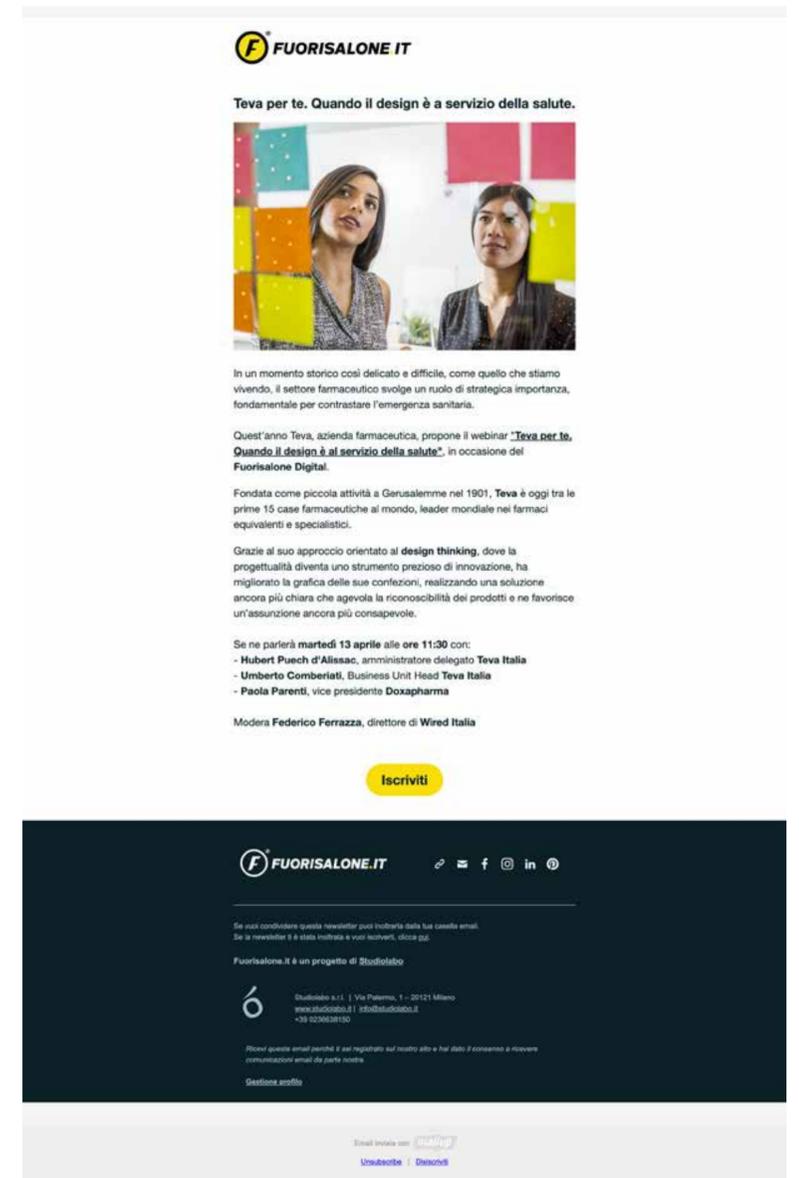
Per farlo Teva ha ascoltato anche i propri stakeholder in Italia, avvalendosi del lavoro di Doxapharma, per procedere con il progetto di rebranding delle confezioni dei propri prodotti. Quanto è importante questo processo di indagine durato due anni?

La ricerca condotta da Doxapharma che abbiamo promosso è stata condotta su un campione di circa 400 intervistati tra pazienti e operatori sanitari, e conferma l'importanza del packaging dei medicinali per ogni target di riferimento e soprattutto la forza distintiva della nuova grafica delle confezioni, considerata ulteriormente migliorativa rispetto alla precedente da oltre il 70% del campione totale. Più dell'80% degli Healthcare Professional ritiene inoltre che la confezione possa favorire l'aderenza terapeutica e l'appropriatezza d'uso, sia nell'utilizzo a casa che in ospedale.

In che modo il design è stato uno strumento utile per migliorare la comunicazione dei prodotti farmaceutici, favorendone tra le altre cose un'assunzione consapevole?

Gli attuali confezionamenti registravano già un importante gradimento da parte dei medici di medicina generale e dei farmacisti territoriali che gli assegnavano un voto di 8, su una scala da 1 a 10. Fare di meglio era sicuramente una sfida che

Articolo redazionale



FUORISALONE.IT

Teva per te. Quando il design è a servizio della salute.



In un momento storico così delicato e difficile, come quello che stiamo vivendo, il settore farmaceutico svolge un ruolo di strategica importanza, fondamentale per contrastare l'emergenza sanitaria.

Quest'anno Teva, azienda farmaceutica, propone il webinar "Teva per te. Quando il design è a servizio della salute", in occasione del Fuorisalone Digital.

Fondata come piccola attività a Gerusalemme nel 1901, Teva è oggi tra le prime 15 case farmaceutiche al mondo, leader mondiale nei farmaci equivalenti e specialistici.

Grazie al suo approccio orientato al **design thinking**, dove la progettualità diventa uno strumento prezioso di innovazione, ha migliorato la grafica delle sue confezioni, realizzando una soluzione ancora più chiara che agevola la riconoscibilità dei prodotti e ne favorisce un'assunzione ancora più consapevole.

Se ne parlerà **martedì 13 aprile alle ore 11:30 con:**

- **Hubert Puech d'Alissac**, amministratore delegato **Teva Italia**
- **Umberto Comberlatti**, Business Unit Head **Teva Italia**
- **Paola Parenti**, vice presidente **Doxapharma**

Moderata **Federico Ferrazza**, direttore di **Wired Italia**

Iscriviti

FUORISALONE.IT

Se vuoi condividere questa newsletter puoi inoltrarla dalla tua casella email. Se si rivelerà il tuo indirizzo e i tuoi contatti, grazie eg.

Fuorisalone.it è un progetto di Studiolo6

Studiolo6 s.r.l. | Via Palermo, 1 - 20121 Milano
www.studiolo6.it | info@studiolo6.it
+39 0236038150

Privacy: questo email potrebbe essere registrato nel nostro sito e nei dati il consenso a ricevere comunicazioni email da parte nostra.

Gestisci profilo

Send email to

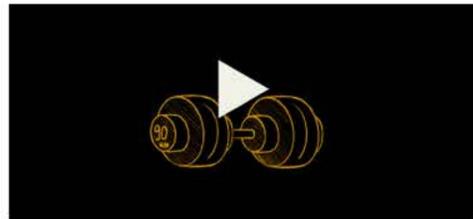
Unsubscribe | Donations

NL Dedicata

Case history

Teva 5/5

teva



Come sarà la cucina del domani?

Tra design e funzionalità, ma anche passione. Gian Paolo Lazzer di Strategy Innovation e Nicola Michelin, CEO di Unox, ci accompagnano nella cucina per riscoprire il valore.

[Guarda il video](#)

Gli highlights del giorno



Londonart presenta la nuova collezione The Daydreamer

La nuova linea di wallpaper creata da Giopagani è una reinterpretazione di segni distintivi, in un linguaggio stilistico eclettico e denso d'immaginazione. [Scopri di più](#)



Il design a servizio della salute

Quest'anno in occasione del Fuorisalone Digital Teva, azienda farmaceutica, propone il webinar "Teva per te. Quando il design è al servizio della salute", in programma martedì 13 aprile alle ore 11:30. [Scopri di più](#)



Box NL DaybyDay



FOTOGRAFIA

Le migliori foto di architettura nominate al Sony World Photography Award 2021

Ecco i vincitori del prestigioso riconoscimento internazionale rivolto al mondo della fotografia. Tra le categorie premiate c'è anche una sezione dedicata all'architettura.

[Leggi l'articolo](#)



INTERVISTE

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

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

[Leggi l'articolo](#)

Box NL L'indispensabile



Instagram story



Post Facebook

Case history

IKEA Festival

1/5



IKEA Festival 2022 - BASE Milano

IKEA Festival 2/5



Il brief

Come promuovere: un evento durante la Milano Design Week

- Promozione dell'evento IKEA Festival, ospitato negli spazi di BASE.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week, invitandola a prendere parte all'evento, tra talk e mostre;
- Consolidare l'attenzione e far conoscere le novità del mondo IKEA nell'ambito della Milano Design Week.



IKEA Festival

3/5



Il concept

Attraverso la realizzazione di branded content, si è scelto di raccontare le novità dell'evento, che quest'anno ha affrontato il tema del futuro del retail e del design, indagando come si è evoluto il rapporto delle persone con la propria casa e mostrando come migliorare la vita quotidiana vivendo gli spazi domestici in modo consapevole.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded dedicato al Festival;
- Condivisione dell'articolo articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di una scheda evento dedicata a Festival;
- Presenza della scheda evento all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione;
- Presenza di un banner all'interno della homepage e nella sezione Eventi;
- Newsletter DEM dedicata al Festival.

IKEA Festival 4/5



FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO Cerca nel sito

IKEA Festival

Overview Dove e quando Gallery Video

Una settimana di eventi ed esperienze immersive per raccontare il futuro del retail e del design. IKEA Festival propone ai visitatori installazioni esclusive, nuove collaborazioni con designer di fama internazionale, esperienze musicali e un ricco calendario di eventi per indagare come si è evoluto il rapporto delle persone con la propria casa e raccontare come sia possibile migliorare la vita quotidiana vivendo gli spazi domestici in modo consapevole.

Dove
BASE - via Tortona, 54, Milano
→ Mappa

Quando
6-12 giugno 2022
→ Programma

Modalità di accesso
→ Leggi

Brand
→ IKEA

L'evento appartiene a
→ Fuorisalone Award

Arredo Food & beverage Installazioni Product Design

Evento selezionato per il Fuorisalone Award

Con la partecipazione all'edizione 2022 della Design Week, IKEA celebra la vita in casa con IKEA Festival: un ricco palinsesto di eventi ed esperienze immersive per raccontare il futuro del retail e del design, indagare come si è evoluto il rapporto delle persone con la propria casa e mostrare come sia possibile migliorare la vita quotidiana vivendo gli spazi domestici in modo consapevole.

Per tutta la settimana, sarà possibile visitare **Ogonblick - A Life at home exhibition**, un'avvincente installazione fisica e digitale che si ispira ad H22, un progetto che ha preso vita ad Helsingborg, in Svezia, al quale IKEA partecipa con l'obiettivo di costruire "la città sostenibile del futuro". Come dice il nome della mostra - Ogonblick in svedese significa "momento" - IKEA invita a scoprire come i diversi momenti di vita si riflettono nel modo di vivere la casa, indagando al contempo gli effetti che questo potrebbe avere sul tempo e sullo spazio. Dal monolocale monofamiliare alle stanze condivise multigenerazionali: un racconto della vita in casa che nasce dalla profonda comprensione delle persone e del loro rapporto con lo spazio domestico, analizzati ogni anno dal brand attraverso il Life at Home Report.

Inoltre, in omaggio alla città capoluogo del design italiano, nello spazio esterno prenderà vita una classica "casa di ringhiera" milanese, che condurrà i visitatori alla scoperta di abitazioni che racchiudono la vita di tre diverse famiglie e raccontano la storia di chi le abita. L'interazione inaspettata capace di divertire e di suscitare emozioni attraverso il

Continua a leggere...

Scheda evento



Dove: Biblioteca Nazionale Braidense, via Brera 28, Milano - dal 6 all'8 giugno.



IKEA racconta il futuro del retail e del design con "IKEA Festival"

Installazioni esclusive, nuove collaborazioni con designer di fama internazionale, esperienze musicali e un ricco calendario di eventi per indagare come si è evoluto il rapporto delle persone con la propria casa e raccontare come sia possibile migliorare la vita quotidiana vivendo gli spazi domestici in modo consapevole.

Dove: BASE, via Tortona 54, Milano - dal 6 al 12 giugno.



Superdesign Show 2022

Un "village" spontaneo, che si sviluppa per aree di interesse con "edifici" e installazioni site specific nei grandi saloni di Superstudio Più, in cui aggirarsi liberamente. Gli argomenti proposti dagli espositori affrontano tematiche di grande attualità guardando, appunto, lontano.

Dove: via Tortona 27, Milano - dal 6 al 12 giugno.

Box in articolo multievento

FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO Cerca nel sito

IKEA torna al Fuorisalone con un Festival di eventi e installazioni

Dal 6 al 12 giugno appuntamento negli spazi di BASE Milano con un ricco programma di incontri ed esperienze immersive.

IKEA torna anche quest'anno ad animare il Fuorisalone, negli spazi di **BASE Milano** con un programma con installazioni, nuove collezioni firmate da designer e collaboratori esterni, e un ricco calendario di eventi e momenti di intrattenimento.

A partire dal tema di Fuorisalone di quest'anno, **Tra Spazio e Tempo**, il palinsesto di **IKEA Festival** sarà dedicato al racconto del futuro del retail e del design, indagando come si è evoluto il rapporto delle persone con la propria casa e mostrando come sia possibile migliorare la vita quotidiana vivendo gli spazi domestici in modo consapevole.

BASE Milano ospiterà le preview delle prossime collezioni e incontri in compagnia di collaboratori di lunga data e designer di talento legati al brand. L'evento vedrà la partecipazione, tra gli altri, di **Fredrika Inger, Global Range Manager di IKEA of Sweden, il Design Manager Johan Ejdemo, il designer interno Mikael Axelsson e Priso Wiersma, la designer britannica Ilse Crawford e la designer Sabine Marcelis**, basata a Rotterdam. Sarà inoltre possibile vivere esperienze musicali ed eventi serali con artisti internazionali.

In vista dell'appuntamento di giugno, abbiamo incontrato il **Design Manager Johan Ejdemo**, per conoscere le sfide e le opportunità che un'azienda come IKEA sta affrontando.



Ha iniziato a lavorare presso IKEA nel 1999. Come e quanto è cambiata l'azienda in questi 20 anni?

Forse la risposta più ovvia è che siamo cresciuti molto. La nostra rilevanza e la capacità di guidare e influenzare in modo positivo la vita quotidiana delle persone è sicuramente maggiore. Il nostro mondo, infatti, è in continua evoluzione e questo influisce sugli interessi e sulle decisioni di acquisto dei consumatori.

Articolo redazionale

Come saranno le città del futuro?

Dal 6 al 12 giugno proverà a rispondere Valcucine con il percorso "LEED Buildings Itinerary in Milan" e la mostra "LE3DERS", in collaborazione con Archivibe, dove verranno svelati i modelli 3D in realtà aumentata di edifici certificati LEED progettati da importanti studi di architettura internazionali.

Corso Giuseppe Garibaldi, 99

Scopri di più



"True To Nature": Signature Kitchen Suite celebra il legame con la natura

Un'esperienza immersiva che prende il via nella galleria esterna adiacente agli archi di Porta Nuova per proseguire lungo i tre piani dello showroom.

6-12 giugno
Via Alessandro Manzoni 47
Scopri di più



Box NL DaybyDay



IKEA torna al Fuorisalone con un Festival di eventi e installazioni

Appuntamento negli spazi di BASE Milano con un ricco programma di incontri ed esperienze immersive, accanto alle nuove collezioni firmate da designer e collaboratori esterni.

6-12 giugno
Via Bergognone 34
Scopri di più



Case history

IKEA Festival 5/5



IKEA Festival: eventi ed esperienze immersive per raccontare il futuro del design

Con la partecipazione all'edizione 2022 della Design Week, IKEA celebra la vita in casa con **IKEA Festival**: un ricco palinsesto di eventi ed esperienze immersive per raccontare il futuro del retail e del design, indagare come si è evoluto il rapporto delle persone con la propria casa e mostrare come sia possibile migliorare la vita quotidiana vivendo gli spazi domestici in modo consapevole.

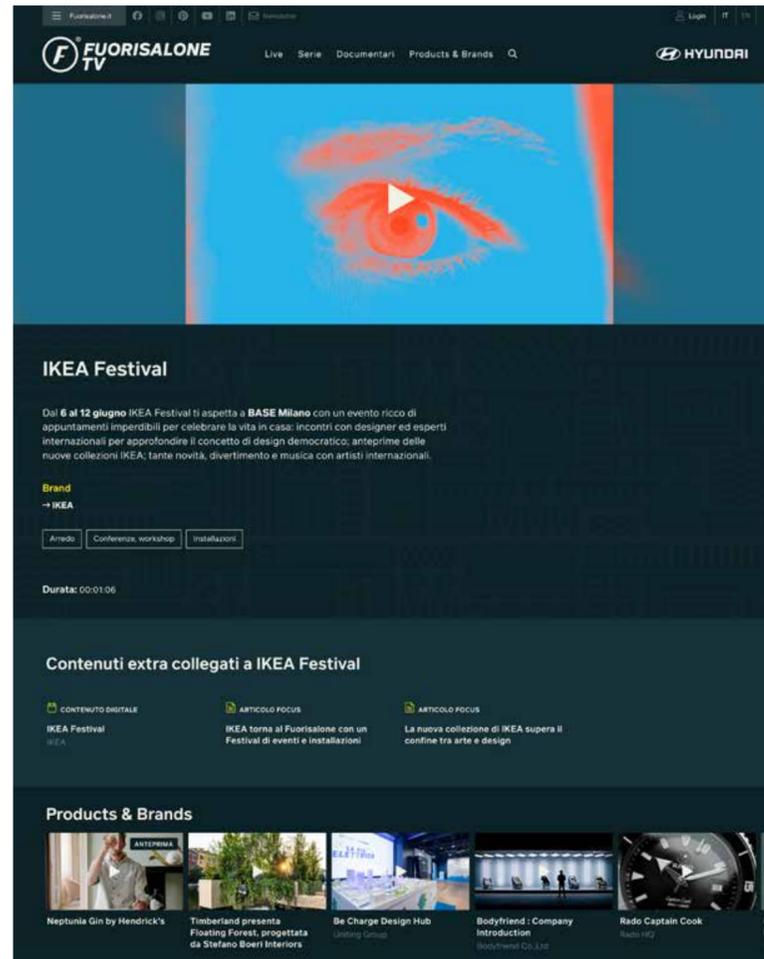
Per tutta la settimana, sarà possibile visitare **Ögonblick - A Life at home exhibition**, un'avvincente installazione fisica e digitale che si ispira ad H22, un progetto che ha preso vita ad Helsingborg, in Svezia, al quale IKEA partecipa con l'obiettivo di costruire "la città sostenibile del futuro".

Inoltre, in omaggio alla città capoluogo del design italiano, nello spazio esterno prenderà vita una classica "casa di ringhiera" milanese, che condurrà i visitatori alla scoperta di **abitazioni che racchiudono la vita di tre diverse famiglie e raccontano la storia di chi le abita**.

E per tutti coloro che desiderano immergersi ulteriormente nel mondo del design, il ventaglio di esperienze che IKEA offrirà durante il Festival sarà ampio: dalle preview delle prossime collezioni ad incontri in compagnia di collaboratori di lunga data e designer di talento legati al brand. Tra questi, **Fredrika Inger**, Global Range Manager di IKEA of Sweden, il Design Manager **Johan Ejdemo**, i designer interni **Mikael Axelsson** e **Friso Wiersma**, la designer britannica **Ilse Crawford** e la designer **Sabine Marcelis**, basata a Rotterdam.

Sarà inoltre possibile vivere **esperienze musicali ed eventi serali con artisti internazionali**. Infine, IKEA Festival proporrà al pubblico una food experience tipicamente svedese.

[Scopri il programma](#)



Scheda Video Fuorisalone TV



Instagram story

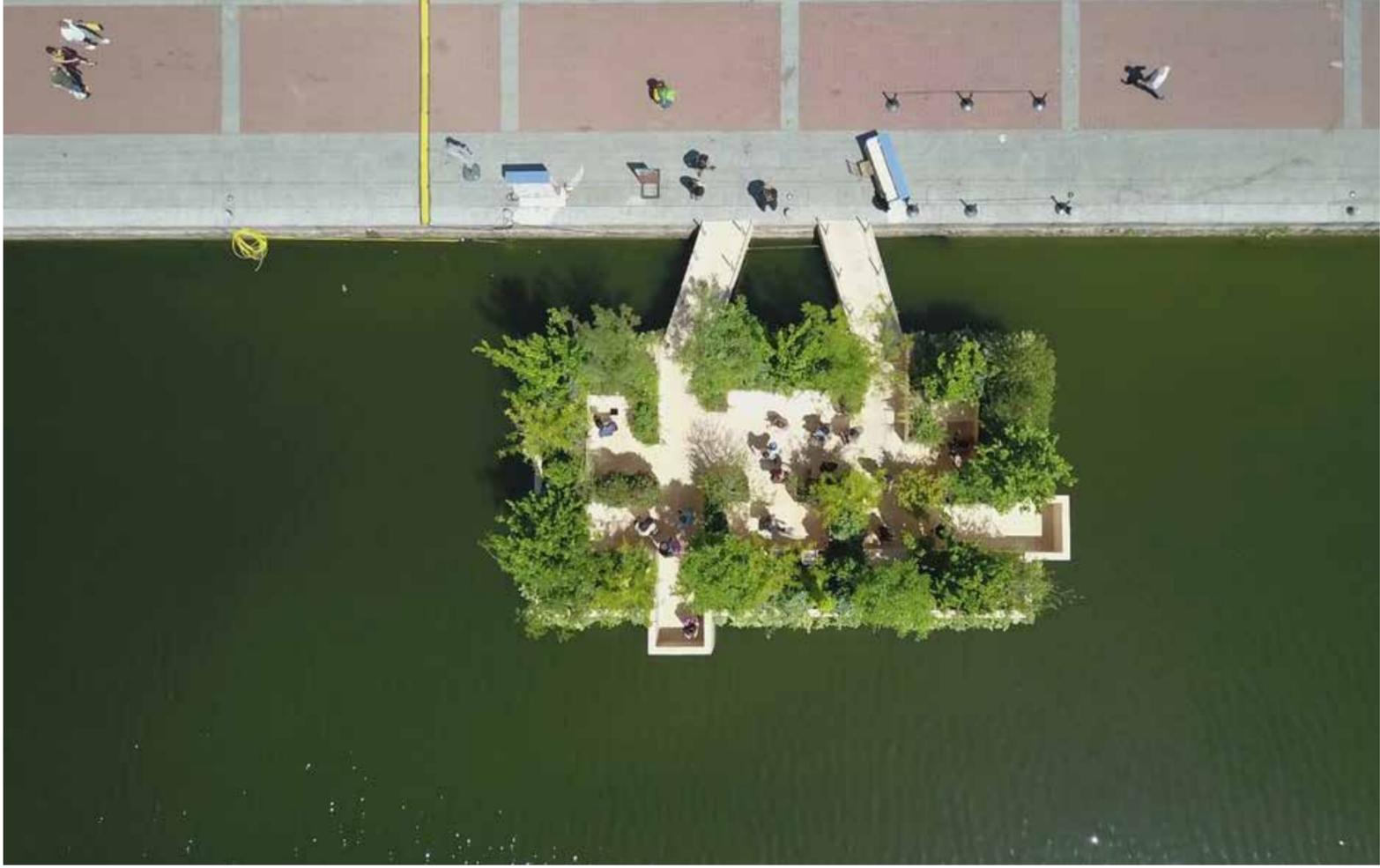


Post Instagram e Facebook

Case history

Timberland

1/5



Floating Forest 2022 - Darsena Milano



Case history

Timberland 2/5

Timberland 

il brief

Come promuovere: un'installazione durante la Milano Design Week

- Promozione dell'installazione Floating Forest a cura di Stefano Boeri Interiors.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week, invitandola a scoprire e immergersi nell'installazione galleggiante.

- Promuovere i valori di sostenibilità, parte integrante del brand, veicolati durante la Milano Design Week attraverso l'installazione.



Case history

Timberland

3/5



Il concept

Attraverso la realizzazione di branded content, si è scelto di raccontare Floating Forest: una foresta multisensoriale galleggiante, realizzata come ecosistema indipendente sull'acqua della Darsena di Milano, per una città più verde.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded dedicato all'installazione;
- Presenza dell'articolo all'interno della newsletter settimanale L'indispensabile;
- Condivisione dell'articolo articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di una scheda evento dedicata all'installazione
- Presenza della scheda evento all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione;
- Presenza di un banner all'interno della homepage e nella sezione Eventi;

- Newsletter DEM dedicata all'installazione.

Timberland

4/5



FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO

Cerca nel sito

Floating Forest

Evento Focus

Overview Dove e quando Gallery Video Approfondimenti

Una foresta multisensoriale galleggiante, realizzata come ecosistema indipendente sull'acqua della Darsena di Milano, per una città più verde

Dove
Milano Darsena — Viale Gabriele D'Annunzio 20, Milano
→ Mappa

Quando
7-12 giugno 2022
→ Programma

Modalità di accesso
→ Leggi

Brand
→ Timberland

Designer
→ Stefano Boeri Interiors

L'evento appartiene a
→ Fuorisalone Award: Menzione Comunicazione, → Fuorisalone Award: Menzione Interazione, → Fuorisalone Award: Menzione Sostenibilità

Architettura Installazioni Moda e gioielli Product Design Sostenibilità

Special Mention Fuorisalone Award
★ Comunicazione ★ Interazione ★ Sostenibilità

Evento selezionato per il Fuorisalone Award

Floating Forest è un innesto verde nel cuore di Milano, realizzato in occasione della Design Week 2022. Pensato come un ecosistema con 610 piante e più di 30 specie diverse, moltiplica la biodiversità e attiva i benefici ambientali legati alla forestazione urbana, in connessione con gli altri spazi verdi di Milano.

Floating Forest è anche un luogo di incontro e di decongestione dai flussi quotidiani: un dispositivo urbano che favorisce nuove forme di contatto e di prossimità. Un rifugio dalla vita frenetica, dove potersi sedere, riposare e rigenerarsi. Il progetto sarà anche un'eredità per la città di Milano, per questo Timberland donerà il verde al progetto di rigenerazione del Parco della Vettabbia - gestito da Soufflow Forestfarms Hub Italia organizzazione no-profit che facilita la transizione ecologica dei territori assieme a comunità locali, istituzioni e imprese - per trasformare i terreni in disuso in un sistema agroforestale produttivo, complesso e stratificato, gestito secondo principi agroecologici.

Milano Darsena — Viale Gabriele D'Annunzio 20, Milano

Mappa e indicazioni

Scheda evento

FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO

Cerca nel sito

LISTA MAPPA BRAND DESIGNER MESSAGGI MAPPE

Brand Timberland

Timberland

Val al sito

Timberland è un marchio globale per lo stile outdoor, work e lifestyle la cui missione è di ispirare ed equipaggiare la nuova generazione affinché esca all'aria aperta e si metta in gioco per far progredire il mondo. Basato a Stratham, New Hampshire, Timberland ha inoltre un headquarter a Stabio, Svizzera, e un'altra sede internazionale a Shangai, Cina. Meglio conosciuto per l'originale Yellow Boot introdotto nel 1973 per affrontare il clima rigido del New England, Timberland oggi offre una gamma completa di calzature, abbigliamento e accessori realizzati con innovazioni eco-consapevoli per le persone che condividono la passione del brand di godersi i momenti all'aperto, ma proteggendo sempre la natura.

Alla base del marchio Timberland® c'è la visione di un futuro più equo e più verde. Questo prende vita attraverso un impegno pluridecennale nel realizzare prodotti responsabilmente, proteggere la natura e rafforzare le comunità di tutto il mondo. Per condividere la missione di Timberland visita uno dei nostri negozi, timberland.it o seguici su @timberland_eu. Timberland è un marchio VF Corporation.

Nazione
United States

Design Guide

Timberland Floating Forest

Selected Awards Architettura Moda e gioielli Installazioni

Product Design Sostenibilità

Milano Darsena - Viale Gabriele D'Annunzio 20
7-12 giugno

Guarda il video su Fuorisalone TV

VIDEO / GUIDA AL MARCHIO

Timberland presenta Floating Forest, progettata da Stefano Boeri Interiors

Scheda brand

FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO

Cerca nel sito

NEWS APPUNTAMENTI STORE MILANO OSSERVATORIO MONDO DESIGN EVENTI NEWSLETTER

Fuorisalone 2022: gli eventi dedicati alla sostenibilità

Una selezione di appuntamenti green da segnare in agenda e da non perdere in città. Dal 6 al 12 giugno.

Fuorisalone è ormai alle porte e l'edizione di quest'anno, dal titolo "Tra Spazio e Tempo", porta con sé importanti riflessioni sui cambiamenti in atto nel mondo di oggi e pone la sostenibilità come elemento imprescindibile per il nostro presente e per il futuro.

Ecco una selezione di **appuntamenti in cui la sostenibilità è protagonista**.

Momentum: l'opera immersiva che indaga la relazione tra spazio, tempo e ambiente

Un'opera visuale ed immersiva realizzata da Stak, azienda leader nella produzione di installazioni multimediali e interattive experience, che permette ai visitatori di vivere un'esperienza condivisa, raccontata da luci e suoni. Il progetto mette in relazione le percezioni spaziali e temporali, che negli ultimi anni sono cambiate per tutti in modo drastico, e accosta a queste le alterazioni ambientali e climatiche che vengono troppo spesso minimizzate e trascurate.

Dove: Acquario Civico, viale Gadio 2, Milano - dal 6 al 12 giugno.

"LE3DERS": l'architettura in mostra tramite realtà aumentata

Valcucine e Archibite portano presentando LE3DERS: un'esposizione di modelli 3D di edifici certificati LEED e progettati da studi di architettura di fama internazionale. Oltre alla mostra, è previsto un percorso Fuorisalone "LEED Buildings in Milan", che coinvolge i principali edifici certificati LEED del capoluogo meneghino.

Dove: Corso Giuseppe Garibaldi 99, Milano - dal 6 al 12 giugno.

Box in articolo multievento

FUORISALONE IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO

Cerca nel sito

NEWS APPUNTAMENTI STORE MILANO OSSERVATORIO MONDO DESIGN EVENTI NEWSLETTER

Stefano Boeri Interiors ha progettato una foresta galleggiante per Timberland

Si intitola "Floating Forest" e sarà visibile in occasione del Fuorisalone sulla Darsena di Milano.

"Floating Forest" è il titolo del progetto realizzato da **Stefano Boeri Interiors per Timberland** in occasione della Milano Design Week: una foresta multisensoriale galleggiante realizzata come ecosistema indipendente sull'acqua della Darsena, per una città più verde.

L'installazione di Timberland, la cui missione è **equipaggiare e ispirare la nuova generazione** a far progredire il mondo, nasce dall'importanza del ruolo che ha la natura, enfatizzando la visione del marchio per **un futuro più verde ed equo**, così come dal concetto di **circolarità**, dove nulla viene sprecato.

"Floating Forest" prevede un'esperienza immersiva, sia fisica che virtuale. Gli elementi sensoriali saranno fusi con un'esperienza digitale in loco, mentre per chi non potrà partecipare al Fuorisalone l'esperienza sarà online. Un vero e proprio landmark dinamico all'interno del paesaggio urbano meneghino: la foresta è concettualmente e fisicamente studiata come un ecosistema indipendente, dove piante, insetti e specie diverse lavorano insieme per fornire un ambiente migliore.

Il progetto ha l'obiettivo di **stimolare i visitatori a recuperare il proprio tempo e spazio** dopo essersi immersi nella foresta e li invita a **scoprire la bellezza e l'importanza della Natura**, per un mondo più verde. Il percorso all'interno dell'installazione avrà quattro tappe fondamentali legate ai diversi sensi e porterà i visitatori ad interagire con le ultime eco-innovazioni di prodotto e i valori del brand.

La foresta è concettualmente e fisicamente studiata come un **ecosistema indipendente**, dove **610 alberi e più di 30 specie moltiplicano la biodiversità**, attivando i benefici ambientali legati alla forestazione urbana, in connessione con gli altri spazi verdi di Milano. Tra le varietà presenti ci sono Acero, Betulla e Malus; arbusti come Aronia Nera, Ortensia, Mahonia e

Brand
→ Timberland

Designer
→ Stefano Boeri Interiors

Articolo redazionale

Timberland

5/5



Stefano Boeri Interiors ha progettato una foresta galleggiante per Timberland

"Floating Forest" è il titolo del progetto realizzato da **Stefano Boeri Interiors per Timberland** in occasione della Milano Design Week: una foresta multisensoriale galleggiante realizzata come ecosistema indipendente sull'acqua della Darsena, per una città più verde.

L'installazione di Timberland, la cui missione è **equipaggiare e ispirare la nuova generazione** a far progredire il mondo, nasce dall'importanza del ruolo che ha la natura, enfatizzando la visione del marchio per un **futuro più verde ed equo**, così come dal concetto di **circolarità**, dove nulla viene sprecato.

"Floating Forest" prevede un'esperienza immersiva, sia fisica che virtuale. Gli elementi sensoriali saranno fusi con un'esperienza digitale in loco, mentre per chi non potrà partecipare al Fuorisalone l'esperienza sarà online. Un vero e proprio landmark dirompente all'interno del paesaggio urbano meneghino: la foresta è concettualmente e fisicamente studiata come un ecosistema indipendente, dove **610 alberi e più di 30 specie moltiplicano la biodiversità**, attivando i benefici ambientali legati alla forestazione urbana, in connessione con gli altri spazi verdi di Milano.

Il progetto ha l'obiettivo di **stimolare i visitatori a recuperare il proprio tempo e spazio** dopo essersi immersi nella foresta e li invita a **scoprire la bellezza e l'importanza della Natura**, per un mondo più verde. Il percorso all'interno dell'installazione avrà quattro tappe fondamentali legate ai diversi sensi e porterà i visitatori ad interagire con le ultime eco-innovazioni di prodotto e i valori del brand.

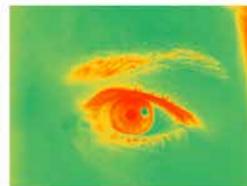
Inoltre, i materiali che compongono l'installazione sono volutamente assemblati "a secco". Questa tecnica permette una grande flessibilità di assemblaggio e di riassetto nonch  il riutilizzo dei singoli elementi

NL dedicata



prospettiva tecnologica nel XXI secolo, il brand di auto sportive esplora l'interazione tra natura e innovazione nella storica cornice di Palazzo Clerici.

[Leggi l'articolo](#)



IKEA torna al Fuorisalone con un Festival di eventi e installazioni

Dal 6 al 12 giugno appuntamento negli spazi di BASE Milano con un ricco programma di incontri ed esperienze immersive.

[Leggi l'articolo](#)



Stefano Boeri Interiors ha progettato una foresta galleggiante per Timberland

Si intitola "Floating Forest" e sar  visibile in occasione del Fuorisalone sulla Darsena di Milano.

[Leggi l'articolo](#)



MILANO DESIGN WEEK

Casavo racconta la casa con gli oggetti di chi la vive

Nel vivace Tortona District, Casavo allestisce uno spazio per pensare alla vita, ai cambiamenti vissuti, quelli ancora da vivere e le cose che portiamo con noi. Casa dopo casa.

Box NL L'indispensabile

FUORISALONE TV | Live Serie Documentari Products & Brands Q | HYUNDAI

Timberland presenta Floating Forest, progettata da Stefano Boeri Interiors
Una foresta multisensoriale galleggiante, realizzata come ecosistema indipendente sull'acqua della Darsena di Milano, per una citt  pi  verde, realizzata in occasione della Design Week 2022

Brand
→ Timberland

Designer
→ Stefano Boeri Interiors

Installazioni Product Design

Durata: 00:00:45

Contenuti extra collegati a Timberland presenta Floating Forest, progettata da Stefano Boeri Interiors

CONTENUTO DIGITALE
Floating Forest
Timberland

ARTICOLO FOCUS
Stefano Boeri Interiors ha progettato una foresta galleggiante per Timberland

Products & Brands

- Neptunia Gin by Hendrick's
- Be Charge Design Hub
- Bodyfriend : Company Introduction
- Redo Captain Cook
- Carlo Stanga per Signature Kitchen Suite

Scheda video Fuorisalone TV

fuorisalone Milano Navigli Darsena

fuorisalone Un'isola di verde nel cuore della Darsena: l'avete riconosciuta?   "Floating Forest": una foresta multisensoriale galleggiante, realizzata come ecosistema indipendente da @stefanoberinteriors

Daniela Di Corleto 22 sett.

minamonetti 22 sett. Rispondi

Visualizza Insight

Piace a pacas e altri 4.013

GIUGNO 11

Aggiungi un commento... Pubblica

Fuorisalone.it
Pubblicato da Dunya Hadfaoui · 18 maggio ·

Con 610 alberi e pi  di 30 specie per una citt  pi  verde.

Stefano Boeri ha progettato una foresta galleggiante per Timberland
Si intitola "Floating Forest" e sar  visibile in occasione del Fuorisalone sulla Darsena di Milano.

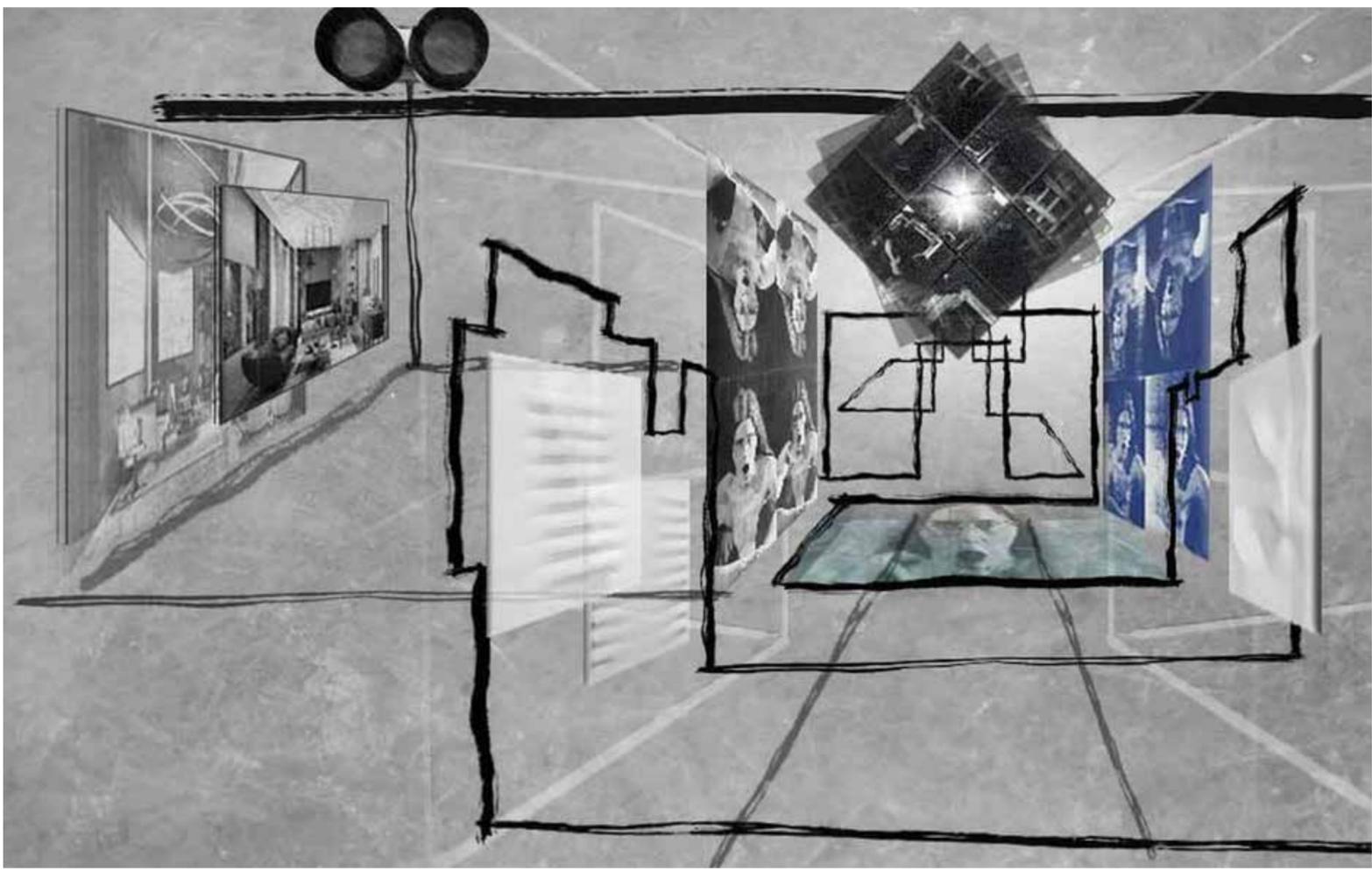
13.116 Persone raggiunte | 596 Interazioni | \uparrow +4,3x superiore Punteggio di distribuzione | [Metti in evidenza il post](#)

Post Instagram e Facebook

Case history

Baglioni Hotels & Resorts

1/4



Baglioni Hotels & Resorts Milano

Baglioni Hotels & Resorts 2/4



BAGLIONI
HOTELS & RESORTS

Il brief

Come promuovere: l'apertura di un nuovo hotel

- Promozione dell'inaugurazione del nuovo Baglioni Hotels, firmato Spagnulo & Partner, che avverrà entro la fine dell'anno.
- Generare traffico verso la mostra durante i giorni della Design Week.

Gli obiettivi

- Attivare la community della Design Week mostrando in anteprima il progetto di Baglioni Hotels attraverso un evento d'arte aperto tutti.



Baglioni Hotels & Resorts

3/4

Il concept

Attraverso la realizzazione di branded content, si è scelto di raccontare la mostra d'arte IN-BETWEEN. Tra Arte e Design ospitata presso il cantiere dell'hotel durante le giornate della Milano Design Week. Un percorso curato dallo studio Spagnulo & Partners che descrive il delicato rapporto tra arte e design.

La produzione

- Realizzazione di un articolo branded dedicato alla mostra;
 - Realizzazione di un articolo branded dedicato all'apertura ufficiale dell'hotel;
 - Presenza degli articoli all'interno della newsletter settimanale L'indispensabile;
 - Condivisione degli articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
 - Creazione di una scheda evento dedicata alla mostra;;
 - Presenza della scheda evento all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione;
- Presenza di un banner all'interno della homepage e nella sezione Eventi;
 - Newsletter DEM dedicata alla mostra.

Baglioni Hotels & Resorts

4/4



BAGLIONI
HOTELS & RESORTS

FUORISALONE.IT HYUNDAI

MAGAZINE GUIDA EVENTI PERCORSI AWARD INSPIRE LIVE TV INFO

IN-BETWEEN. Tra Arte e Design

Overview Dove e quando Gallery

Baglioni Hotels & Resorts apre le porte del cantiere di Casa Baglioni con un progetto firmato Spagnulo & Partners e una selezione di opere della Stefano Cecchi Trust Collection durante la Milano Design Week

Dove
Casa Baglioni — Via dei Giardini, 21, Milano
→ Mappa

Quando
6-12 giugno 2022
→ Programma

Modalità di accesso
→ Leggi

Brand
→ Baglioni Hotels & Resorts, → Stefano Cecchi Trust Collection, → Studio Spagnulo & Partners

L'evento appartiene a
→ Brera Design District 2022

Architettura Arredo Arte Installazioni

Casa Baglioni, il nuovo hotel milanese della Collezione Baglioni che verrà inaugurato nel quartiere di Brera entro la fine dell'anno, un progetto firmato dallo studio d'architettura **Spagnulo & Partners**, apre le porte del suo cantiere durante le giornate della Milano Design Week trasformandosi nell'esclusivo palcoscenico della mostra **IN-BETWEEN. Tra Arte e Design**.

All'interno di un percorso espositivo curato dallo studio Spagnulo & Partners che descrive il delicato rapporto tra arte e design, già matrice concettuale del progetto per il nuovo hotel Casa Baglioni, vengono esposti i lavori di quattro grandi artisti internazionali, **Enrico Castellani, Agostino Bonalumi, Anne Imhof e Giulio Paolini**, dalla **Stefano Cecchi Trust Collection - Fondo per l'Arte**, collezione creata dall'imprenditore Stefano Cecchi con la curatela di **Iole Pellion di Persano**.

La mostra sancisce l'**idea del progetto di interni che si confronta con l'opera d'arte**, indicando questo dialogo come metodo per la scoperta di linguaggi nuovi. Un processo che porta ad una visione di **spazio integrato in cui arte, design e architettura si sfiorano e, insieme, generano un universo di segni inediti**. Con questo evento Baglioni Hotels & Resorts e Spagnulo & Partners dichiarano di ispirare in pieno questo processo creativo, inteso come preludio concettuale dei temi chiave della futura Casa Baglioni, ispirata alla grande esperienza artistica delle avanguardie della Milano anni '60.

Continua a leggere...

Casa Baglioni — Via dei Giardini, 21, Milano

Modalità di accesso

Per le modalità d'accesso si prega di rivolgersi all'organizzatore

Leggi le raccomandazioni di Fuorisalone.it →

Scheda Evento

FUORISALONE.IT HYUNDAI

A Milano, una mostra nel cantiere di Casa Baglioni

In occasione del Fuorisalone, il nuovo Baglioni Hotels & Resorts firmato Spagnulo & Partners apre le porte a una selezione della Stefano Cecchi Trust Collection.

Entro la fine dell'anno, nel cuore del distretto di Brera, inaugurerà **Casa Baglioni**, il nuovo hotel milanese della Collezione Baglioni firmato dallo studio d'architettura **Spagnulo & Partners**. Nei giorni del Fuorisalone, dal 6 al 12 giugno, aprirà le porte del suo cantiere trasformandosi nell'esclusivo palcoscenico della mostra **IN-BETWEEN. Tra Arte e Design**.

La mostra anticipa i temi chiave di Casa Baglioni, **un omaggio alla grande esperienza artistica delle avanguardie della Milano anni Sessanta**. Il percorso espositivo è curato da Spagnulo & Partners e intreccia arte e design, presentando i lavori di quattro **grandi artisti internazionali, Enrico Castellani, Agostino Bonalumi, Anne Imhof e Giulio Paolini**, dalla **Stefano Cecchi Trust Collection - Fondo per l'Arte**, collezione creata dall'imprenditore Stefano Cecchi con la curatela di **Iole Pellion di Persano**.

Quattro ambienti al piano terra scandiscono l'esposizione, ognuno dei quali contrassegnato da un tema. Si apre con un percorso fatto da linee metalliche sottili e luce al neon che, come una matita, disegnano una struttura leggera in dialogo con il contesto, suggerendo una scatola aperta a quello che verrà e a quello che contiene. **Superficie Bianca**, 1980, di **Enrico Castellani**, una grande tela estroflessa iconica del maestro che riporta un'onda di pieni e vuoti accuratamente composti a dettare un ritmo è qui posta in dialogo con due opere della serie **Bianco**, 1973, 1974, di **Agostino Bonalumi**. Tre opere bianche, tre ritmi diversi di pari intensità, messi in dialogo evidenziano la bellezza di una tecnica che nonostante la ripetitività e rigidità della stessa riesce a creare sempre nuovi ritmi e impressioni in un gioco di luci e ombre.

Articolo redazionale

FUORISALONE.IT

DayByDay 6 LUNEDÌ

6-12 Giugno 2022

Ci siamo: ha ufficialmente preso il via la Milano Design Week, un'edizione speciale in formato estivo che quest'anno vivremo interamente in presenza.

Le vie e i distretti della città tornano a popolarsi di appuntamenti nel segno del design: quest'anno sono oltre 600, **li abbiamo raccolti all'interno della nostra Guida Eventi**.

Per aiutarvi a districarvi tra novità di prodotto, progetti di designer internazionali ed emergenti, mostre, installazioni e talk, **ecco gli appuntamenti da non perdere**.

Buon Fuorisalone!

Fuorisalone Award 2022

Il nuovo premio dedicato agli eventi della Design Week

Scopri di più

Gli highlights del Fuorisalone

"LE3DERS": l'architettura in mostra tramite realtà aumentata

Un percorso espositivo, a cura di ArchiVibe, presso lo showroom Valcucine Milano Brera dedicato ai modelli di architettura 3D di edifici certificati LEED.

6-12 giugno
Corso Giuseppe Garibaldi 99
Scopri di più

Una mostra nel cantiere di Casa Baglioni

Il nuovo Baglioni Hotels & Resorts firmato Spagnulo & Partners apre le porte a una selezione della Stefano Cecchi Trust Collection

6-12 giugno
Via dei Giardini 21
Scopri di più

Box NL DaybyDay

Fuorisalone.it
Pubblicato da Dunya Hadfaoui · 13 maggio ·

In scena i lavori di quattro grandi artisti internazionali: Enrico Castellani, Agostino Bonalumi, Anne Imhof e Giulio Paolini.

FUORISALONE.IT

A Milano, una mostra nel cantiere di Casa Baglioni
In occasione del Fuorisalone, il nuovo Baglioni Hotels & Resorts firmato Spagnulo & Partners a...

9574 Persone raggiunte 276 Interazioni ↑ +1,0x in media Punteggio di distribuzione

Metti in evidenza il post

Post Instagram e Facebook

Case history

Saucony

1/5



Wall Saucony Corso Garibaldi Milano e shooting prodotto

Case history

Saucony 2/5



Il brief

Come promuovere: lancio nuovo prodotto, installazione al Fuorisalone.

- Promozione del 30° anniversario dell'iconica sneaker SHADOW 6000.
- Promozione dell'installazione realizzata in occasione della Milano Design Week: un murale di 80 metri quadrati nel Brera Design District firmato dallo street artist EricsOne.

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso lo sviluppo di branded content che raccontino i valori del brand;
- Generare traffico verso l'installazione durante i giorni della Design Week.



Case history

Saucony

3/5



Il concept

Si è scelto di raccontare il rapporto del brand californiano con il design e la creatività svelando la collaborazione con lo street artist EricsOne e della sneaker proposta per l'occasione in un'esclusiva edizione limitata che interpreta in chiave moderna la classica versione del modello originale.

La produzione

- Realizzazione di articoli branded su Fuorisalone Magazine: una news dedicata all'anniversario della sneaker SHADOW 6000 e un'intervista con EricsOne, artista milanese classe 1983 autore dell'opera nel Brera Design District;
- Creazione scheda evento in evidenza all'interno della Guida Eventi di Fuorisalone.it.
- Creazione di una newsletter dem che promuove l'evento;
- Presenza della scheda evento all'interno della newsletter quotidiana (DayByDay) durante la manifestazione.
- Condivisione degli articoli sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories).

Case history

Saucony 4/5



SAUCONY ORIGINALS FESTEGGIA IL 30° ANNIVERSARIO DELL'ICONICA SHADOW 6000

Dopo molti mesi di lockdown e in occasione del 30° anniversario dell'iconica SHADOW 6000, il marchio di sneaker americano Saucony Originals realizzerà un murale durante la Milano Design Week per portare energia e positività alla città in occasione della riapertura.

Saucony Wall — Corso Garibaldi, 71, Milano

Modaltà di accesso
// (open-air wall)

Scheda evento

Brand Saucony Originals

Indossare un paio di Saucony significa indossare un pezzo d'America. Nato nel 1898 in un piccolo laboratorio, il marchio si specializza sin dalle origini nella produzione di running shoes guadagnandosi la stima di numerosi atleti e appassionati di corsa in tutto il mondo. **Saucony è il nome del fiume che scorre a Kutztown dove tutto ebbe origine.** L'iconico logo, l'onda, ne simboleggia le acque. I tre punti che percorrono il river rappresentano i tre massi attorno cui le acque scorrono in quel luogo ma anche i valori chiave di Originals: autenticità, unicità, qualità. **Saucony Originals rappresenta l'heritage del marchio. Attingendo dagli immensi archivi che raccolgono i 123 anni del marchio,** la collezione interpreta in chiave contemporanea i modelli che ne hanno segnato la storia. Colorate, estremamente comode e sempre up-to-date, le icone Originals sono oggi protagoniste di edizioni limitate destinate ad un pubblico sempre più taste-setter e high.end. Ed è così che Jazz, Shadow, Grid - solo per citarne alcune - fanno il giro del mondo e diventano delle icone assolute nel mondo delle sneakers.

Nazione
United States

Design Guide

Scheda brand

Saucony Originals con l'artista EricsOne celebra la riapertura di Milano

EricOne, artista milanese il cui stile inconfondibile è stato definito 'cubismo di strada', realizzerà in collaborazione con Saucony Originals un'enorme opera di 80 metri quadrati nel Brera Design District, cuore pulsante della città. Il murale, che simboleggia l'impegno di Saucony nei confronti della città e il suo ritorno alla nuova normalità, si ispira al modello Shadow 6000 e incarna il potere dell'espressione e della creatività in un momento in cui le persone finalmente tornano a stare insieme.

La colorata opera, realizzata interamente a mano utilizzando colori e materiali sostenibili, verrà **presentata ufficialmente il 4 settembre** durante la settimana del design portando una sferzata di energia nel quartiere per **oltre un mese. Il murale** interpreta il concetto "Living the future Metropolis" dell'edizione 2021 della Milano Design Week e **celebra il forte legame di Saucony e Shadow 6000 con il design e la creatività.** Inizialmente lanciata nel 1991, Shadow 6000 rappresenta con uno stile autentico

Articolo redazionale

Prosegue il **Fuorisalone**: le vie e i distretti della città tornano ad animarsi sotto il segno del design con oltre 500 appuntamenti.

Ecco la nostra selezione di quelli da segnare in agenda, tra novità di prodotto, progetti di designer affermati ed emergenti, mostre, installazioni e talk.

Si ricorda che l'accesso ai singoli eventi è regolamentato dagli organizzatori, nel rispetto delle norme anti-Covid. [Scopri di più](#)

Gli highlights del Fuorisalone



Il murale di EricsOne per Saucony

Nel cuore di Brera Design District, il brand di sneaker americano celebra il 30esimo anniversario del modello SHADOW6000 con un'opera verticale che interpreta il concetto di "Living the future Metropolis".

4-10 settembre
Corso Garibaldi 71
Maggiori info sull'evento



Signature Kitchen Suite celebra la terra, la natura e i sapori autentici

Lo showroom meneghino del brand si trasforma in un giardino immersivo con le installazioni vegetali di P'arcnouveau, il pop-up farm market sotto gli archi di Porta Nuova e le degustazioni a tema True to Food.

4-10 settembre
Via Manzoni 47
Maggiori info sull'evento

Box NL DaybyDay

Case history

Saucony 5/5



Guarda verso l'alto e rimani sintonizzato: Saucony Originals è pronto a festeggiare un'icona.

Un autentico sneaker brand americano con 123 anni di storia. Uno degli Street Artist più influenti della scena milanese. Un muro di 80 m2 nel Brera Design District. Con "Living the Future Metropolis" Saucony Originals partecipa all'edizione 2021 della Milano Design Week portando il suo stile urbano sotto l'egida delle iconiche sneaker Shadow 6000.

Dopo molti mesi di lockdown e in occasione del 30° anniversario dell'iconica Shadow 6000, il marchio di sneaker americano Saucony Originals realizzerà in Corso Garibaldi a Milano un murale in collaborazione con lo street artist milanese EricsOne durante la Milano Design Week per portare energia e positività alla città in occasione della riapertura.

Il murale, che simboleggia l'impegno di Saucony nei confronti della città e il suo ritorno alla nuova normalità, si ispira al modello Shadow 6000 e incarna il potere dell'espressione e della creatività in un momento in cui le persone finalmente tornano a stare insieme.

Portando una sferzata di energia nel quartiere per oltre un mese, la grande opera sarà visibile in Corso Garibaldi 71, Milano, dal 4 al 30 settembre 2021.

Al debutto il 6 settembre, la nuova Shadow 6000 OG rappresenta con uno stile autentico l'iconico heritage del marchio. Nuovi drop in edizione limitata in arrivo nelle prossime settimane. [iscriviti](#) per rimanere sempre aggiornato ed essere il primo!



Saucony Originals con l'artista EricsOne celebra la riapertura di Milano

Per il 30° anniversario dell'iconica SHADOW 6000, Saucony Originals realizzerà un murale durante la Milano Design Week per portare energia e positività alla città.



SCOPRI DI PIÙ

Instagram story



@sauconyoriginalsitalia
@sauconyoriginals
@erics one

Instagram story



Post Instagram e Facebook

NL dedicata



Case history

Faema
1/5

FAEMA



Immagini dai video promoionale FAEMA

Faema

2/5

FAEMA

Il brief

Come promuovere: il lancio di un prodotto alla Milano Design Week

- Promozione di Faemina, la nuova macchina per il caffè con cui Faema entra per la prima volta nel segmento Home e Small Business

Gli obiettivi

- Raggiungere la community della Design Week attraverso un racconto coinvolgente che mostri le caratteristiche di innovazione e design di Faemina, in grado di offrire una performance eccellente in termini di qualità sia agli esperti del caffè ma anche a coloro che aspirano ad una emotional coffee experience completa e di alto livello.
- Generare attenzione e far conoscere il mondo Faema.



Case history

Faema

3/5

FAEMA

Il concept

Si è scelto di realizzare un video d'autore in collaborazione con il regista Patrizio Sacco e grazie al coinvolgimento di quattro figure eclettiche del mondo del design, della moda, della grafica, dell'arte e del food: Fabio Fantolino (designer e architetto), Francesco Franchi (Art director), Nic a Ricciardi (Direttore Miart), Luisa Bertoldo (P.R.) e Andrea Vigna (Chef).

La produzione

- Realizzazione della serie video Un caffè al Fuorisalone;
- Condivisione della serie su Fuorisalone TV;
- Condivisione della serie sul canale Instagram di Furisalone;
- Realizzazione di un articolo branded dedicato al racconto del progetto Un caffè al Fuorisalone;
- Condivisione dell'articolo sui canali social Facebook, LinkedIn e Instagram (via Stories);
- Creazione di una newsletter dem che promuove il progetto Un caffè al Fuorisalone;
- Presenza all'interno della newsletter settimanale L'indispensabile.

Faema

4/5

FUORISALONE.IT ARCHIVE EVENT 2021

GUIDA EVENTI MAPPA PERCORSI

Rivivi gli eventi di Fuorisalone 2021, esplora la mappa e i percorsi.

Evento 2021

Un caffè al Fuorisalone – Presentazione Faemina

Overview Dove e quando Gallery Video

Gruppo Cimbali, con il suo brand Faema, entra per la prima volta nel segmento Home e Small Business presentando Faemina, la nuova macchina per il caffè espresso firmata ItalDesign.

Brand
→ Faema

Designer
→ Nicola Guello

L'evento appartiene a
→ Best of Fuorisalone 2021

Cucina Food & beverage Product Design

Faemina è una macchina esclusiva e unica in cui l'estetica non è fine a sé stessa: combina sapientemente **Innovazione e design** per offrire una performance eccellente in termini di qualità sia agli esperti del caffè ma anche a coloro che aspirano ad una emotional coffee experience completa e di alto livello.

Firmata da **ItalDesign** – da sempre sinonimo di Made in Italy - Faemina è un vero oggetto di design. Elegante

#faemina #coffeehomedesign #faema

Ogni giorno dal 5 al 10 settembre, Faemina sarà esposta presso il **Flagship Store Faema in via Forcella 7 a Milano dalle ore 11 alle ore 18**. Sarà inoltre possibile ammirare e scoprire la nuova Faemina anche presso:
Interni Design Factory, via Filippo Turati 8, Milano
Bulthaup, via Antonio Locatelli 6, Milano
Pedini Brera, corso Garibaldi 9, Milano

8 settembre: **Evento New Coffee experience presso Pedini Brera, Ore 17-19**

Continua a leggere...

Un caffè alla Milano Design Week

Una serie originale by Faemina

Fabio Fantolino (designer e architetto), Francesco Franchi (Art director), Nicola Ricciardi (Direttore Mart), Luisa Bertoldo (P.R.) e Andrea Vigna (Chef) sono ospiti dello spazio Faema. Tra una degustazione di caffè e la visita dello spazio raccontano il loro lavoro e le loro passioni, il risultato è una chiacchierata intima tra amici, una pausa di riflessione condivisa.

Scheda evento



FUORISALONE.IT

Gli appuntamenti imperdibili della Milano Design Week 2021

DayByDay

Ciao,

Prosegue il **Fuorisalone**: le vie e i distretti della città tornano ad animarsi sotto il segno del design con oltre 500 appuntamenti.

Ecco la nostra selezione di quelli da segnare in agenda, tra novità di prodotto, progetti di designer affermati ed emergenti, mostre, installazioni e talk.

Si ricorda che l'accesso ai singoli eventi è regolamentato dagli organizzatori, nel rispetto delle norme anti-Covid. Scopri di più

Gli highlights del Fuorisalone

Il nuovo showroom di Porcelanosa a Milano

A due passi da Piazzale Cadorna, uno spazio di 600 metri quadrati distribuiti su due piani, rivolto ai professionisti dell'architettura, dell'interior design e del design, dove godersi un aperitivo.

4 - 10 settembre
Piazza Castello 19
Maggiori info sull'evento

Il caffè come al bar con Faemina

Il Gruppo Cimbali entra nel segmento home con una nuova macchina per il caffè espresso dal design unico. E per l'occasione invita cinque professionisti a godersi un buon caffè: Fabio Fantolino, Francesco Franchi, Nicola Ricciardi, Luisa Bertoldo e Andrea Vigna. Maggiori info sull'evento

Box NL DaybyDay

Un caffè alla Milano Design Week

Fabio Fantolino, Francesco Franchi, Nicola Ricciardi, Luisa Bertoldo e Andrea Vigna sono ospiti dello spazio Faema. Tra una degustazione di caffè e la visita dello spazio raccontano il loro lavoro e le loro passioni, il risultato è una chiacchierata intima tra amici, una pausa di riflessione condivisa.

[Guarda i video](#)

ARCHITETTURA

Stefano Mancuso progetta l'ufficio del futuro insieme a Kengo Kuma

Il botanico di fama internazionale contribuirà allo sviluppo del progetto Welcome, feeling at work, che sorgerà a Milano nell'ex area Rizzoli.

[Leggi l'intervista](#)

Box ADV NL L'indispensabile

FAEMA

FUORISALONE.IT

Gruppo Cimbali entra nel segmento home con Faemina

L'esclusiva macchina per il caffè espresso firmata ItalDesign accompagna il rituale del caffè nella vita quotidiana di cinque professionisti che raccontano la passione per il loro lavoro

In occasione della Milan Design Week 2021, Gruppo Cimbali presenta **Faemina**, una nuova macchina per il caffè espresso dal design unico ed esclusivo disegnata per l'ambiente domestico e gli small business come gli spazi di co-working, boutique, concept store, bistrot.

Attraverso alcune videointerviste realizzate a cinque professionisti del mondo del design, dell'arte, della grafica, della cucina e della comunicazione che raccontano come è nata la passione per il proprio lavoro, Gruppo Cimbali ci guida alla scoperta di alcune professioni la cui quotidianità è spesso, se non sempre, accompagnata dall'intramontabile rito del caffè, preparato questa volta con Faemina.

Cinque professionisti che amano godersi un buon caffè. A casa propria.

Fabio Fantolino (designer e architetto), **Francesco Franchi** (Art director), **Nicola Ricciardi** (Direttore Mart), **Luisa Bertoldo** (P.R.) e **Andrea Vigna** (Chef) sono ospiti dello spazio Faema.

Tra una degustazione di caffè e la visita dello spazio raccontano il loro lavoro e le loro passioni, il risultato è una chiacchierata intima tra amici, una pausa di riflessione condivisa nella quale il rito del caffè è goduto in maniera straordinaria grazie a Faemina. La nuova macchina a brand Faema si fa così interprete dell'ormai costante trend in crescita dell'home bar portando così a casa il rito e il piacere del caffè di qualità.

Faemina è una macchina in cui l'estetica non è fine a sé stessa: combina sapientemente **Innovazione e design** per offrire una performance eccellente in termini di qualità sia agli esperti del caffè ma anche a coloro che aspirano ad una emotional coffee experience completa e di alto livello.

[Guarda la serie](#)

FUORISALONE.IT

Se vuoi consultare questo materiale devi indicarci la tua email e la tua password e il tuo numero di telefono. [click qui](#)

Fuorisalone.it è un progetto di Studioblab

Studioblab s.r.l. | Via Faemina, 1 - 20121 Milano
www.studioblab.it | info@studioblab.it
+39 02 9609130

Ritorna questa email perché è nel momento per nostro sito e hai dato il consenso a ricevere comunicazioni email per parte nostra.

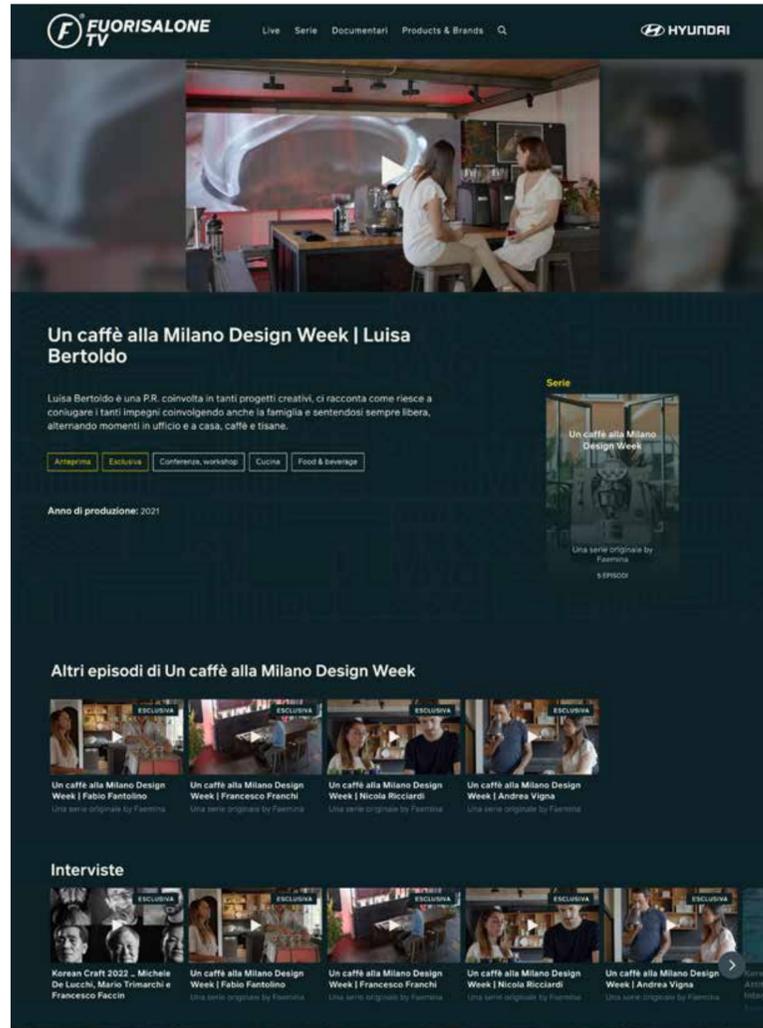
Destinazione profilo

NL dedicata

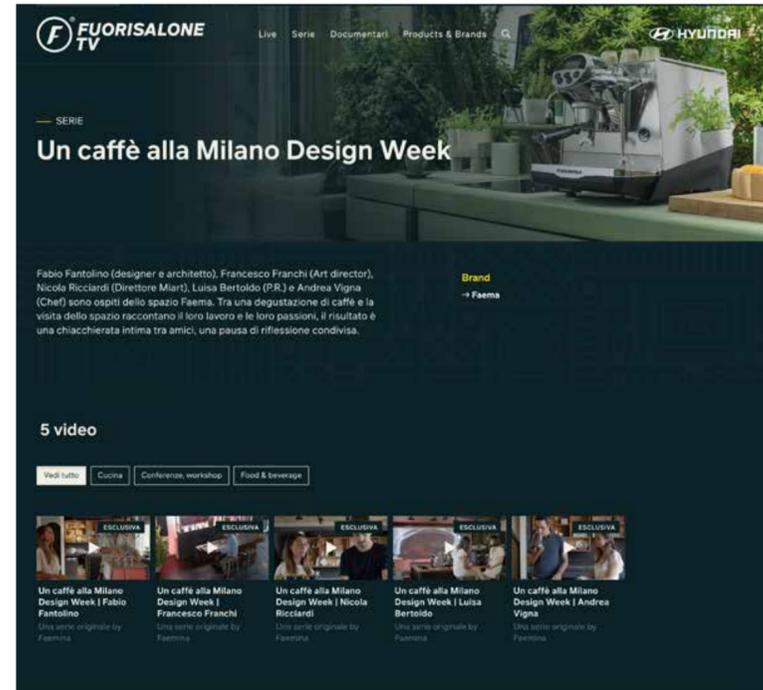
Case history

Faema 5/5

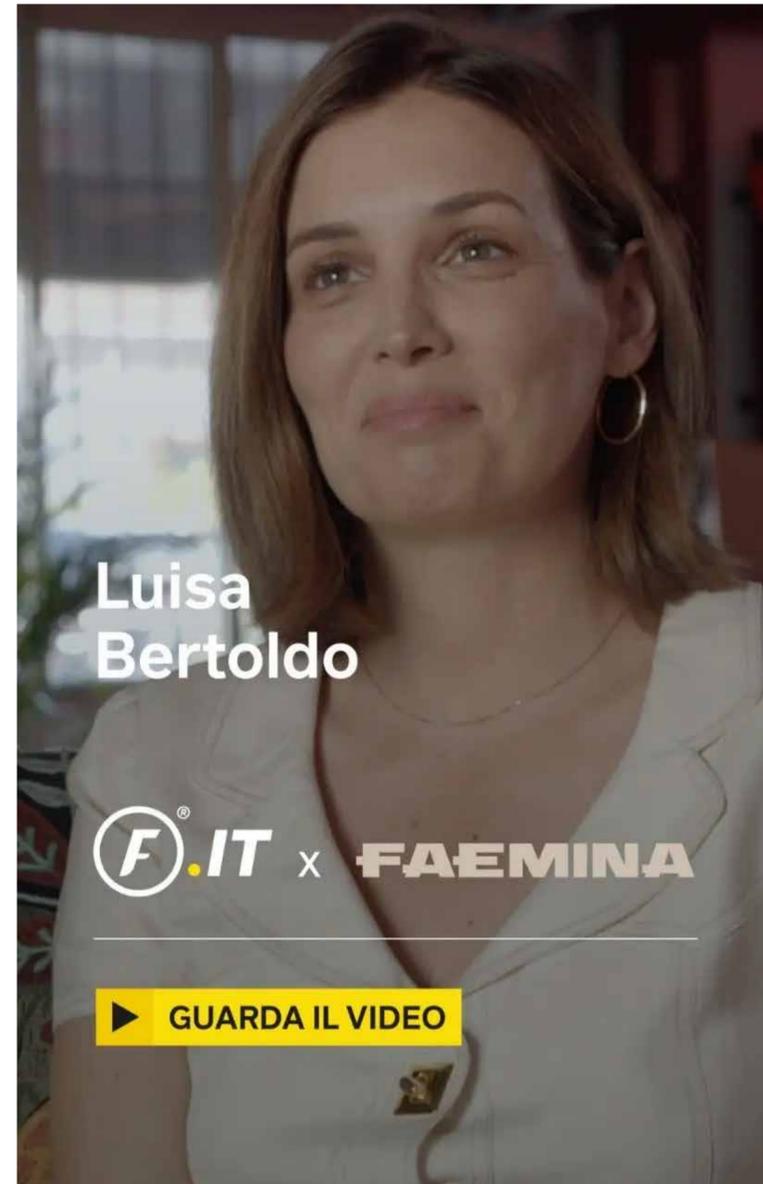
FAEMA



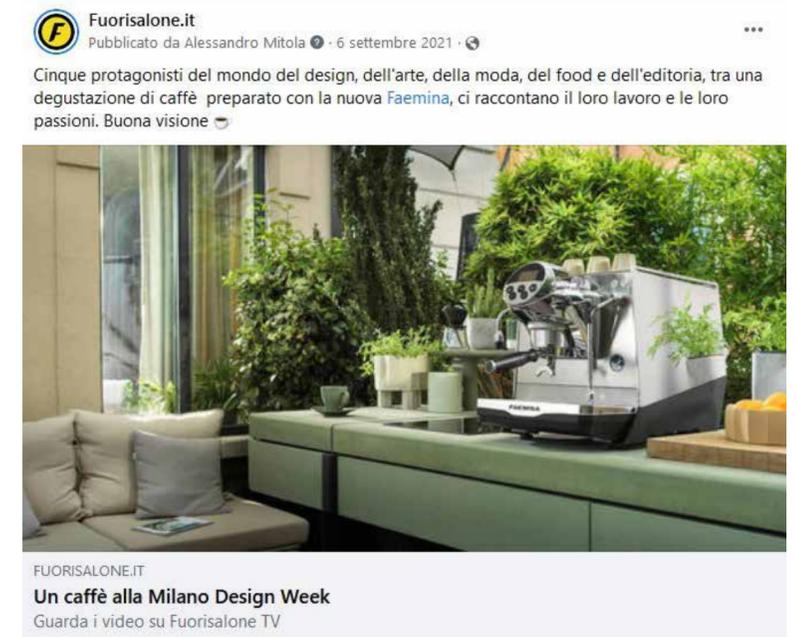
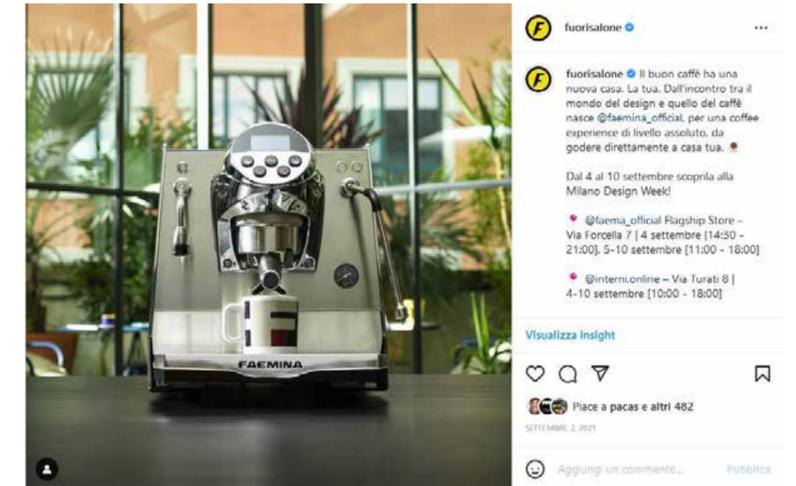
Scheda Fuorisalone TV - Video Serie



Fuorisalone TV Scheda video



Instagram story



Post Instagram e Facebook

Fuorisalone.it®
è un progetto di Studiolo S.r.l.

© 2003-2023 FUORISALONE.IT®
Marchio Registrato da Studiolo S.r.l.
è severamente vietata ogni riproduzione
non autorizzata del marchio e dei
contenuti di questo sito.

Contacts

Via Palermo, 1
20121 - Milano

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