

## **2024 da record: il Salone del Mobile.Milano chiude a +17,1%. Record anche per gli operatori: +26,8%.**

*361.417\* presenze, 54,3% dall'estero. Il Salone del Mobile.Milano si conferma punto di riferimento internazionale di un settore chiave per l'economia, l'innovazione sostenibile, il futuro dell'abitare. Ingredienti del successo, 1.950 espositori da 35 Paesi, un Programma Culturale di primo piano, una sfida chiamata "evoluzione". Del design, della community del progetto, dell'esperienza.*

Con un +17,1% rispetto al 2023, il Salone del Mobile.Milano 2024 ha registrato un'affluenza record: **361.417 presenze complessive (+100.000 rispetto al 2022). Ottimo risultato per le presenze degli operatori che registrano un +26,8%, con un 65,8% che arrivano dall'estero.** Dati che confermano, ancora una volta, il ruolo chiave della Manifestazione nell'internazionalizzazione delle imprese di settore, il valore delle reti di relazione ma anche la forza catalizzatrice di un evento che ha superato il perimetro della dimensione fieristica, sulla spinta di una seconda fase di re-design del layout e dei percorsi di visita, che ha interessato alcuni padiglioni della Manifestazione e, in particolare, le Biennali **EuroCucina / FTK, Technology For the Kitchen e Salone Internazionale del Bagno**, due settori fortemente impegnati nella sperimentazione di nuove estetiche e funzioni in progetti ad alto tasso tecnologico, sempre più orientati a un approccio sostenibile.

Nella top 15 delle geografie di mercato si registra il grande ritorno della Cina, seguita da Germania, Spagna, Brasile, Francia, Stati Uniti, Polonia, Russia, Svizzera, Turchia, India, Regno Unito, Corea del Sud, Giappone, Austria. Un atlante che ha aperto nuove opportunità di business grazie anche alle numerose delegazioni provenienti da Stati Uniti, India, Emirati Arabi Uniti, Regno Unito, Francia e Arabia Saudita.

Cresce, rispetto allo scorso anno, la presenza dei media: **5.552 i giornalisti e operatori della comunicazione accreditati per un totale di 6.778 ingressi (50.4% dall'estero)**, richiamati da un evento che ha saputo interpretare e raccontare al mondo le nuove frontiere del progetto.

Si consolida, nel weekend (giorni in cui la Manifestazione è aperta anche ai non addetti ai lavori), l'interesse del **pubblico di appassionati, 32.567 le presenze**, che conferma quanto un'offerta di altissimo livello, completata da un Programma Culturale di respiro internazionale, siano da un lato un attrattore forte per i professionisti di settore, dall'altro un'occasione irrinunciabile per la community degli appassionati di design in visita al Salone del Mobile per intercettare nuove proposte e stimoli di riflessione.

Sale anche il numero di studenti italiani e stranieri che si attesta a **13.556, di cui 8.368 italiani (+25,5%), per una media di crescita complessiva del 18,8%**: giovani che, proprio in occasione dei 25 anni del SaloneSatellite, inarrestabile "fabbrica" di nuovi

talenti, hanno accettato l'invito a scoprire le potenzialità di un settore che genera senso e bellezza, grazie a un mix di competenze multidisciplinari, in linea con il processo di transizione blu e verde che anticipa il futuro delle nuove generazioni.

Superano le aspettative, infine, i numeri della **community digital della piattaforma multicanale del Salone**: oltre 1 milione di interazioni (+50% vs 2023) con un **engagement rate del 60%**, e **90 milioni di impression (+15% vs 2023)**. Ottimi i risultati dell'app in termini di fruizione servizi, dal matchmaking che ha registrato una crescita di oltre il 39% e la navigazione della mappa interattiva, con oltre 450.000 ricerche.

**Commenta Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano:** *“Il 62° Salone del Mobile.Milano ha superato ogni previsione: è stata un’edizione da record. Abbiamo registrato risultati eccezionali, grazie alla fiducia di un ecosistema che, ancora una volta, ha riconosciuto alla Manifestazione la sua leadership internazionale. Forte di 361.417 presenze, il Salone si riconferma un evento unico al mondo, un ponte di dialogo imprescindibile con le nuove geografie dei mercati: una città intercontinentale aperta all’innovazione, dove la competizione accelera la competitività di un settore chiave per l’economia del Paese e non solo. Una grande “fabbrica” di senso e valore durevole, prodotto e occupazione, cultura materiale e immateriale”. Aggiunge, inoltre: “Nel percorso di re-design del format e delle esperienze, abbiamo sempre mantenuto al centro sia la manifattura industriale sia i visitatori, cercando di stimolare gli uni e gli altri con un Programma Culturale di primissimo piano, in grado di creare nuove connessioni tra le radici forti della cultura del progetto e la definizione di nuove visioni di futuro. La festa per il nostro SaloneSatellite, che da 25 anni intercetta e valorizza i giovani talenti, lo conferma. Il successo di quest’edizione è anche il successo delle Biennali dedicate a Cucina e Bagno, dove ricerca e sviluppo sono la sintesi di percorsi di innovazione ma anche l’espressione della capacità dei due settori di intercettare abitudini e desideri dell’abitare quotidiano. Abbiamo già iniziato a progettare il 2025, con la consapevolezza che il Salone del Mobile è un’opportunità per tutti, per la filiera del legno-arredo, per Milano e per il sistema Made in Italy nel suo complesso. L’importante è che si continui a lavorare insieme, grandi e piccoli, aziende e istituzioni, ricordandoci la formidabile intuizione che ci guida da 62 edizioni: fare ed essere comunità. Il mio grazie va a tutti coloro che hanno reso questa sfida non solo possibile ma concreta, inclusiva, scintillante. Come il velluto blu delle Thinking Room di David Lynch, omaggio al pensiero generativo che muove il mondo”.*

**Claudio Feltrin, Presidente di FederlegnoArredo** afferma: *“È stata un’edizione davvero eccezionale che premia lo straordinario lavoro portato avanti dagli espositori in un anno. Ancora una volta gli imprenditori hanno accettato la sfida e dopo ben 62 anni, possiamo dire con certezza di essere i leader indiscussi, capaci di attrarre nei padiglioni di Fiera Milano, Rho il design di tutto il mondo, confermando il Salone di Milano come la fiera di settore più importante a livello internazionale. Il segreto? Genio, visione, determinazione e quell’irripetibile “artigianalità industriale” che solo i nostri prodotti sanno esprimere. Sono le aziende e la filiera del legno-arredo il motore economico di questo ennesimo successo di cui andiamo orgogliosi e che è il nostro dovere continuare a valorizzare, quale espressione del grande sistema che è il design italiano. Lo abbiamo fatto e continueremo a farlo consapevoli che il Salone*

*del Mobile.Milano è prima di tutto una fiera di business che consente, anche ai più piccoli, di mostrarsi a un pubblico così vasto e specializzato, che difficilmente sarebbero in grado di raggiungere singolarmente”.*

Un significativo riconoscimento alla leadership internazionale del Salone e dell'intero settore è arrivato anche dalla presenza di **alte autorità governative e istituzionali**, tra queste il **Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso**, che ha scelto Milano e il Salone del Mobile per celebrare la **Prima Giornata Nazionale del Made in Italy**. Decisivo il supporto di **Agenzia ICE**, concretizzato con l'invito di **oltre 220 buyer e 240 giornalisti** provenienti da **64 Paesi** che hanno avuto l'opportunità di incontrare le aziende espositrici. Importante anche la stretta collaborazione con **Fiera Milano** che ha contribuito alla realizzazione dell'evento.

### **Parola Chiave: Evoluzione**

I numeri da record registrati nel 2024 sono il traguardo di un anno di lavoro che ha visto il Salone nuovamente impegnato nel re-design del layout espositivo e dei percorsi di visita, progettati, dopo il successo di EuroLuce 2023, con l'introduzione di nuove aree di lavoro e di sosta, anche con il supporto delle neuroscienze in collaborazione con Lombardini22. La parola chiave è stata **Evoluzione**, body copy dell'innovativa campagna di comunicazione, che ha fatto seguito al **Road Show internazionale del Salone: 16 capitali, dall'Estremo Oriente all'India al Sudafrica, passando da Europa e Nord America**. Un tour che ha creato nuove reti di relazioni, amplificate dalla piattaforma digital del Salone, che ha trasferito a una community allargata contenuti e visioni, grazie a molteplici approfondimenti dedicati al Tour e agli special guest che hanno accompagnato il Salone in giro per il mondo per riflettere insieme sul potere trasformativo delle pratiche di progetto: tra loro, **Patrick Jouin, Konstantin Grcic, Luca Nichetto e Patricia Arvid, Barber Osgerby, Adam D. Tihany, Stephen Burks, Michele De Lucchi, Lombardini22, Skidmore, Owings & Merrill LLP (SOM)**.

In coerenza con il processo evolutivo, la dimensione fisica e digitale della strategia di promozione della Manifestazione ha coinvolto a 360 gradi **tutti gli asset di comunicazione** a partire dalla piattaforma multicanale del Salone del Mobile.Milano, punto costante di connessione con la **community internazionale del design**, grazie a una narrazione continua, che in vista e durante la Manifestazione ha lavorato sulla combinazione di coinvolgimento, informazione e servizi per un'**ottimizzazione dell'esperienza di visita**, valorizzando espositori, proposte, installazioni ed eventi. Il racconto nel corso delle giornate è stato arricchito dalle collaborazioni con **creator italiani e internazionali**, tra cui **Francesca Crescentini, Michael Gardenia, Nicola Lamberti e la spagnola Marta Sierra**, punto di riferimento di lifestyle nel mondo social, con oltre 1.5 milioni di follower.

Sempre in linea con un percorso di sperimentazione, il Salone ha attivato **nuovi landmark di comunicazione, diretta e indiretta**, come il **Design Kiosk**, l'edicola co-ideata in collaborazione con Interbrand, curata da **Corraini** e allestita su progetto di DWA design studio, che ha anticipato e accompagnato il Salone in Piazza della Scala, con una proposta editoriale e un'agenda di incontri di primo piano, che ha visto tra i protagonisti **Stefano Boeri, Presidente di Triennale Milano, Cino Zucchi, Luca**

**Nichetto e il collettivo Parasite 2.0.** Il 2024 ha messo in campo anche un grande progetto di ricerca affidato al fotografo e regista **Gianluca Vassallo, Comunità Continua**, un'indagine fotografica dedicata alla grande community del design che affolla Milano durante la Settimana del Salone. Un atlante di volti che documenta il legame forte tra la Manifestazione e il territorio, di cui il Salone è il motore forte per l'attrattività internazionale ma anche espressione di sintesi di quella **Milano – Sistema Design**, che ha creato le radici storiche di un evento unico al mondo, soggetto chiave del progetto affidato al **Politecnico di Milano** per un'analisi econometrica dell'impatto dell'evento sulla città.

Tra le novità, la **Biblioteca del Salone**, registro di oltre **150 titoli** segnalati dai talker dell'edizione 2024 della Manifestazione, e non solo, per condividere riflessioni multidisciplinari sul futuro, presentata nello spazio dell'Arena disegnato da **Formafantasma**. Un'iniziativa che proseguirà nel tempo per costruire una grande library condivisa del pensiero contemporaneo. La stessa filosofia sottesa al **Bookshop Corraini Mobile**, che ha portato al Salone una selezione di oltre **100 editori internazionali**.

### **Programma Culturale**

Grande successo di pubblico per il nuovo Programma Culturale diffuso, coordinato da **Annalisa Rosso, Editorial Director & Cultural Events Advisor**. Tre le grandi installazioni protagoniste dell'edizione 2024. La prima, **Interiors by David Lynch. A Thinking Room**, progettata da **David Lynch**, il celebre regista dell'inconscio, si è imposta come un'oasi di rigenerazione, categoricamente blu: *“Un posto dove far accadere il pensiero”*, secondo **Antonio Monda**, curatore del progetto, che ha preso forma all'interno di un prezioso “contenitore”, progettato da **Lombardini22**, grazie ai Laboratori del Piccolo Teatro di Milano. La seconda, **Under the Surface** – firmata da **Accurat, Design Group Italia ed Emiliano Ponzi** – ha sottolineato, con un'isola sommersa nel cuore del Salone Internazionale del Bagno, l'impegno del settore nella ricerca di nuove soluzioni volte al risparmio della risorsa più preziosa del Pianeta, l'acqua. La terza, sotto il titolo **All You Have Ever Wanted to Know About Food Design in Six Performances**, ha condiviso in chiave esperienziale molteplici riflessioni sul cibo come materia di progetto, attraverso 6 giorni di performance e presentazioni a cura di 6 magazine internazionali indipendenti.

Stimolanti e prospettiche, le conversazioni di **Drafting Futures. Conversations about Next Perspectives**, che hanno visto alternarsi, nell'Arena rigenerata da **Formafantasma**, il premio **Pritzker Francis Kéré, John Pawson, Deyan Sudjic, Jeanne Gang, Johanna Agerman Ross e Hans Ulrich Obrist**, che ha chiuso il programma dialogando con **Maria Porro**, Presidente del Salone.

Grande interesse, anche per il ciclo di **Tavole Rotonde** che hanno animato l'Arena con un confronto aperto tra voci autorevoli su tematiche chiave per il settore, e non solo, come il rapporto tra **nautica e progetto** – in collaborazione con **Salone Nautico Internazionale di Genova** –, le potenzialità e rischi dell'**intelligenza artificiale**, le novità del settore **hospitality**, i macro-trend di settore con **Intesa Sanpaolo** e un viaggio sensoriale in compagnia di **Aesop**.

**I 25 anni di SaloneSatellite**

Anche quest'anno, il **SaloneSatellite** ha portato alla luce la creatività di oltre **600 giovani progettisti**, festeggiando un anniversario speciale con talk, tavole rotonde, partite live di ping pong (d'autore) e una grande mostra allestita in Triennale Milano, aperta al pubblico fino al 28 aprile: **Universo Satellite. 25 anni di SaloneSatellite**, a cura di **Beppe Finessi** e allestita da **Ricardo Bello Dias**. Una Wunderkammer, in cui una selezione di progetti presentati nelle passate edizioni della vetrina under 35 del Salone sono accompagnati da un diario in continuum che documenta, anno dopo anno, l'evolversi della magnifica "invenzione" di **Marva Griffin**. Una palestra di pensiero, relazioni, progetti che ha permesso a oltre **14.000** giovani talenti di esporre accanto ai brand che hanno scritto la storia del design, confermando ancora una volta il valore della parola chiave della 62<sup>a</sup> edizione del Salone. Evoluzione.

Appuntamento al 63° Salone del Mobile.Milano dall'8 al 13 aprile 2025.

*\* Tutti i dati presenti nel Comunicato Stampa sono stati rilevati alle ore 11.30 del 21.04.2024.*



## 62ª edizione Salone del Mobile.Milano



### SUPERFICI ED ESPOSITORI

<b>174.457</b> mq Superficie monoplanare	<b>1.950</b> Espositori	<b>33%</b> Esteri
<b>129.209</b> mq Salone Internazionale del Mobile	<b>1.060</b> Espositori	<b>31%</b> Esteri
<b>23.807</b> mq EuroCucina / FTK, <i>Technology For the Kitchen</i>	<b>105</b> Espositori	<b>30%</b> Esteri
<b>17.941,5</b> mq Salone Internazionale del Bagno	<b>185</b> Espositori	<b>27%</b> Esteri

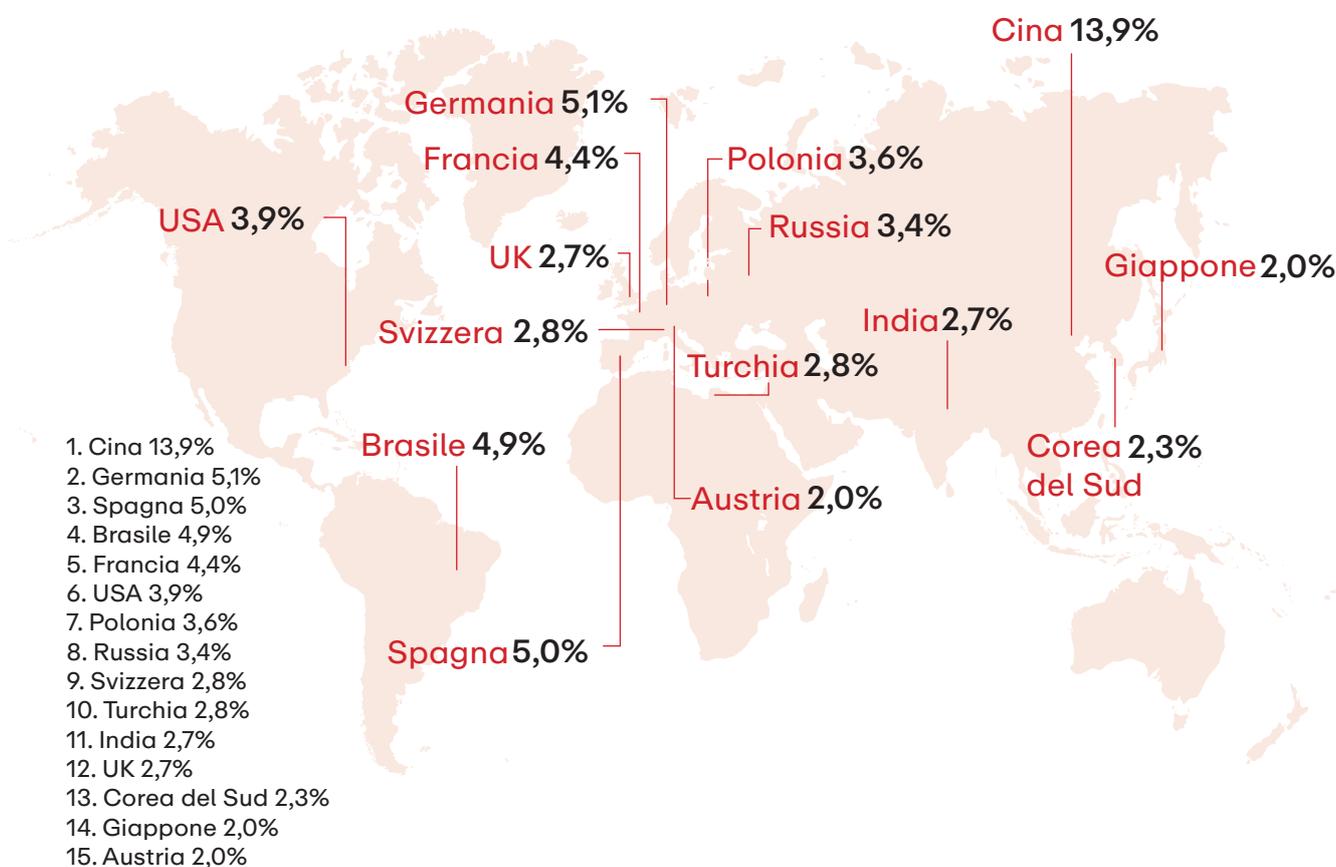


PRESENZE

361.417 Presenze

+17,1% vs 2023  
+26,8% Operatori

Top 15 Paesi per operatori



	Presenze	vs 2023
Pubblico	32.567	+2,1%
Studenti	13.556	+18,8%
Giornalisti	6.778	+22,9%