

In primo piano

“supersalone”: una scommessa vinta grazie a coraggio, visione e coesione

Oltre 60mila le presenze all’evento speciale del Salone del Mobile.Milano che – sostenuto anche dalle parole del presidente Mattarella che ha sottolineato il coraggio e la qualità con cui si è dato vita alla manifestazione – supera ogni aspettativa in termini di affluenza e sancisce il rilancio della città, di un intero sistema e del Paese. Ma si fa anche volano per la sessantesima edizione della rassegna che andrà in scena dal 5 al 10 aprile 2022.

“supersalone”, l’evento speciale 2021 del Salone del Mobile.Milano, inaugurato da un intervento “fuori programma” del presidente della Repubblica Sergio Mattarella, si è concluso con un risultato molto positivo grazie alla forza attrattiva e alla grande capacità di coinvolgimento di un format inedito e trasversale in cui le

aziende hanno fortemente creduto. Il tutto con la garanzia della massima sicurezza per operatori e visitatori che, grazie al sistema di controlli Green Pass e agli hub per i tamponi agli ingressi, hanno potuto lavorare e visitare la manifestazione senza rischi.

425 sono stati i brand espositori, di cui il 16% esteri a cui si sommano 170 giovani studenti provenienti da 22 Paesi e 39 designer indipendenti. In termini di affluenza di visitatori, le presenze registrate sono state oltre 60mila, in sei giorni da 113 Paesi. Più della metà sono stati operatori di settore e buyer (il 47% provenienti dall'estero). Quasi 1.800 i giornalisti accreditati da tutto il mondo.

Decisivo anche il ruolo della nuova piattaforma digitale del Salone del Mobile.Milano che, nei giorni del “supersalone”, ha amplificato l’evento, attivando un nuovo approccio e un’inedita fruizione sia per i visitatori presenti in fiera sia per gli utenti in remoto. Sono state raccontate aziende e prodotti, si è data la parola ai tanti personaggi presenti, si sono assicurate informazioni e moltiplicati i contatti diretti. I dati raccolti fino alla giornata di giovedì 9 settembre fotografano una community dinamica e in crescita, ripartita al 50% tra accessi italiani e internazionali, che ha risposto a tutte le iniziative proposte.

Oltre 22mila scannerizzazioni di QR code tramite la nuova app. Il Web ha contato su 1,5 milioni di visualizzazioni di pagina con una media di 90mila utenze giornaliere. Il nuovo account

TikTok del Salone del Mobile.Milano, con 19 video caricati nei primi 5 giorni di “supersalone”, ha avuto più di 630mila view totali, mentre sono 2mila gli streaming per i primi tre episodi del podcast Super! entrati subito nella Top 100 Italia di Apple Podcast. I canali social (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter) hanno registrato 15 milioni di impression, 25mila interazioni e 50mila visualizzazioni dei video.

Numeri che rafforzano la volontà di utilizzare ogni canale digitale per continuare a diffondere la voce attiva del Salone del Mobile.Milano per 365 giorni all’anno.

“Chiudiamo questa edizione del Salone del Mobile.Milano con grande soddisfazione e tanta emozione. Era importante fare un primo ma decisivo passo, esserci e dare un segnale all’intero Paese. Ci siamo riusciti. Grazie al lavoro di tutte le aziende che si sono messe in gioco, il curatore Stefano Boeri e tutto il team di co-curatori, ma anche gli organizzatori, gli allestitori i designer e gli operatori della cultura e della comunicazione che, insieme, hanno creduto in questa manifestazione. Un ringraziamento particolare al Presidente della Repubblica Sergio Mattarella che ci ha fatto sentire la vicinanza delle istituzioni. Scegliere di dare vita a questo “supersalone” ha implicato una buona dose di coraggio e un’importante assunzione di responsabilità nei confronti di tutto il sistema e dell’intera filiera che avevano bisogno di un’occasione fisica e concreta, non solo simbolica e

digitale, per spingere sull'acceleratore di una ripartenza che – lo abbiamo constatato questa settimana – è già realtà. Ma anche verso tutti i visitatori, ai quali dovevamo garantire le migliori condizioni in termini di sicurezza”, commenta Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano.

“Abbiamo investito e ragionato mettendo al centro la qualità, la sostenibilità e la dimensione digitale e il risultato è che tutti hanno percepito il nostro entusiasmo, la nostra capacità di fare sistema e di andare oltre il business per offrire, ancora una volta, seppure in forma diversa, un'esperienza globale, in cui quello che conta sono stati innovazione, impegno e coesione. Siamo stati una miccia che ha innescato una reazione a catena che ha coinvolto l'intera design community internazionale, la città di Milano e tutto il settore. Ora guardiamo al futuro, con rinnovata consapevolezza del valore e della storia di questo patrimonio collettivo e con la voglia di accogliere le nuove sfide lavorando da subito alla sessantesima edizione del Salone del Mobile che si terrà dal 5 al 10 aprile 2022”, conclude Porro.

Il riconoscimento all'importanza del Salone del Mobile.Milano quale motore economico del Paese è arrivato anche dalla presenza di molte autorità governative e istituzionali. Il supporto concreto al “supersalone” da parte del ministero degli Affari Esteri attraverso Simest e Agenzia ICE conferma il valore internazionale della

manifestazione, e il sostegno di Regione Lombardia avvalora la centralità di questo territorio per la nostra filiera. Importante anche la stretta collaborazione con Fiera Milano che ha contribuito alla realizzazione di questo evento.

“Neanche quattro mesi fa la conferma della 59a edizione, poi il conferimento dell’incarico all’architetto Stefano Boeri e oggi i numeri finali oltre le aspettative che decretano il successo del supersalone. Tre step che riassumono la cronistoria di un evento che ha per noi il sapore della sfida vinta, frutto del coraggio e della voglia di mettersi in gioco dei nostri imprenditori, desiderosi di mostrare al mondo intero le creazioni degli ultimi 18 mesi, cogliendo la grande opportunità di misurarsi con una sperimentazione preziosa. Un supersalone di nome e di fatto che ha saputo coniugare in una formula innovativa calata nell’eccezionalità del momento, design, sostenibilità, qualità, ricerca, innovazione, cultura e food. In una parola i fiori all’occhiello del tessuto imprenditoriale del nostro Paese che, grazie al supersalone, hanno ‘suonato’ all’unisono dimostrando la capacità di fare sistema da parte di tutti i soggetti pubblici e privati coinvolti.

Dai padiglioni di Rho Fiera la nostra filiera ha saputo confermare la propria leadership di settore attirando buyer nazionali e stranieri, addetti ai lavori e non, guadagnandosi importanti spazi sia sulla stampa nazionale sia internazionale. Ma, soprattutto, credo vada

riconosciuto agli imprenditori del legno-arredo, presenti con 425 brand, di aver fatto molto di più, assumendosi la responsabilità di dare alla ripartenza dell'intero Paese una bandiera, un contenitore, vorrei dire una casa. E chi, meglio della comunità del design, avrebbe potuto immaginarla, ripensando gli spazi in una formula diversa, inventandosi in pochi mesi un format di successo?

Le nostre aziende non hanno mai perso la voglia di innovare e aver organizzato con successo il supersalone è stato un modo tangibile di dire al mondo che l'Italia è davvero tornata a correre. A tutti voglio dire grazie per averci creduto lavorando anche ad agosto e per aver messo al servizio di un fine più alto le proprie competenze e il proprio tempo: ho sempre pensato che fare il supersalone fosse la scelta giusta, averne la conferma oggi, dopo sei giorni intensi, è la soddisfazione migliore che ci ripaga di ogni sforzo e che ci proietta con energia ed entusiasmo verso l'edizione di aprile 2022", sottolinea Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo.

Successo di pubblico per The Lost Graduation Show, che ha riscosso il plauso di critica anche dai tanti designer e architetti che l'hanno visitata, e per il ricchissimo public program con più di 40 voci illustri (tra architetti, innovatori, visionari, imprenditori, artisti e politici) che ha visto il tutto esaurito a molti talk, segno che il desiderio di re-incontrarsi e confrontarsi sui temi fondamentali del progetto e del suo valore sociale

e ambientale è più vivo che mai. Lunghe file anche presso le quattro Food Court di Identità Golose, aree dedicate alla pausa gourmet firmata dai grandi nomi della cucina italiana.

“Lo scorso giugno avevamo promesso un “supersalone”, cioè un evento imperdibile e speciale, capace di trainare per una settimana l’intero mondo del design e degli arredi. Oggi, possiamo dire che ci siamo riusciti, grazie alla fiducia dataci dal Salone del Mobile.Milano, alla disponibilità delle aziende e al lavoro straordinario di un team di curatori – Andrea Caputo, Maria Cristina Didero, Giorgio Donà, Anniina Koivu, Studio Folder (Marco Ferrari e Elisa Pasqual), Lukas Wegwerth – che ha mostrato al mondo quale può essere il futuro delle grandi esposizioni. Aperto al pubblico, all’interazione digitale e all’acquisto, con un formato espositivo limpido e capace di valorizzare i prodotti, completamente riciclabile nei materiali e smontabile negli allestimenti, il “supersalone” è stata la dimostrazione che, nei momenti di difficoltà, l’intreccio tra coraggio, passione e chiarezza negli obiettivi è una leva che può cambiare il mondo”, afferma l’architetto Stefano Boeri, curatore di “supersalone”.

Anche dalla città arrivano echi di consenso. In questi giorni sono stati 35.000 i visitatori di Triennale Milano, che ha presentato la mostra il Salone / la Città, evento espositivo ideato dal Museo del Design Italiano di Triennale Milano per il Salone del Mobile.Milano. Proprio questo successo ha

spinto a prolungare la mostra di
un'altra settimana fino al 19
settembre.

Appuntamento alla prossima
edizione dal 5 al 10 aprile 2022.