



Comunicato Stampa

Salone del Mobile.Milano rilancia
sugli USA con un roadshow
coast-to-coast

18 marzo 2026



Salone del Mobile.Milano



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



COMUNICATO STAMPA

Da Los Angeles a New York passando per Chicago: il Salone del Mobile.Milano rilancia sugli USA con un roadshow coast-to-coast

Tre città, tre epicentri della progettazione nordamericana: il roadshow consolida il presidio su un mercato da 1,9 miliardi di euro di export e racconta un'edizione – 1.900 espositori, 169.000 mq sold out – che debutta con Salone Raritas e traccia la strada verso Salone Contract.

Il **Salone del Mobile.Milano** è tornato negli Stati Uniti con una nuova edizione del roadshow internazionale, tassello cruciale della **strategia di proiezione globale** della Manifestazione che, dal **21 al 26 aprile 2026**, porterà in scena a Fiera Milano, Rho, la sua **64ª edizione**. Il tour americano ha preso il via il **24 febbraio** da **Los Angeles**, è proseguito il **26 febbraio** a **Chicago** e si conclude a **New York**: tre città che rappresentano altrettanti **epicentri della progettazione, dell'architettura e dell'economia immobiliare nordamericana**, e che incarnano **la pluralità di un mercato**, quello statunitense, che si conferma tra i più rilevanti per l'industria italiana del legno-arredo.

Nel 2025, infatti, gli **Stati Uniti** confermano il loro **ruolo strategico** per la filiera legno-arredo italiana, posizionandosi nella **top ten per numero di visitatori professionali** al Salone del Mobile.Milano. Questo dato riflette un **legame profondo e strutturale con la community progettuale americana**, testimoniando **l'attrattività della Manifestazione** e la **capacità del sistema produttivo italiano** di dialogare con una **domanda evoluta, attenta a qualità, innovazione e sostenibilità**. Parallelamente, le esportazioni verso gli USA a gennaio-novembre 2025 si attestano a **1,9 miliardi di euro** (Dati Centro Studi FederlegnoArredo), confermando gli Stati Uniti come **secondo Paese per valore esportato dopo la Francia**.

Nel contesto internazionale attuale, caratterizzato da crescenti complessità geopolitiche e commerciali, con queste tre tappe, il **Salone del Mobile.Milano** ratifica il proprio ruolo di **piattaforma strategica a supporto del settore**. La Manifestazione **contribuisce a monitorare l'evoluzione dei mercati internazionali e ad accompagnare le imprese nel rafforzamento delle strategie di diversificazione dell'export**, favorendo l'**esplorazione di nuove geografie commerciali** anche attraverso la collaborazione **con il MAECI e l'Agenzia ICE**. Accanto al **consolidamento delle relazioni con il mercato statunitense**, il Salone promuove una **crescente attenzione verso mercati emergenti in Medio Oriente e Asia**, con l'obiettivo di ampliare le opportunità di crescita e ridurre la dipendenza da singoli mercati di riferimento.

La 64ª edizione del Salone del Mobile.Milano si presenta agli Stati Uniti con numeri che ne confermano la **leadership mondiale: oltre 1.900 espositori da 32 Paesi** (il **36,6% dall'estero**), **227 brand tra debutti e ritorni**, più di **169.000 mq di superficie espositiva netta interamente sold out**. Al centro dell'edizione, l'atteso ritorno delle Biennali, **EuroCucina con FTK – Technology For the Kitchen** (**106 brand da 17 Paesi**) e il **Salone Internazionale del Bagno** (**163 brand da 14 Paesi**), insieme a **SaloneSatellite** con **700 designer under 35** e **23 Scuole e Università internazionali**.

Ma l'edizione 2026 è anche quella che segna **un'evoluzione nei contenuti e nell'architettura della Manifestazione**. Debutta **Salone Raritas** (Padiglione 9), nuova piattaforma dedicata a design da collezione, edizioni limitate, antiquariato e alta manifattura, con la curatela di **Annalisa Rosso** e



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



l'exhibition design di **Formafantasma**: un ponte inedito tra **produzione speciale e mercato del progetto**. Tra i protagonisti figurano **Nilufar Gallery (Milano)**, **Side Gallery (Barcellona)**, **Hering Berlin**, **Mercado Moderno (Rio de Janeiro)**, **Brun Fine Art (Londra-Milano)** e **ParadisoTerrestre (Bologna)**, insieme a collaborazioni come **Herzog & de Meuron con Marta Sala Éditions e Salviati con Draga & Aurel**. Il progetto include inoltre la partecipazione di **Mouromtsev Design Editions con Job Smeets (Dubai)**, **Matera (Paesi Bassi)**, **Xavier Lust (Belgio)** e **Parasite 2.0 con Bianco67 (Carrara)**. Attraverso queste presenze, Salone Raritas mette in dialogo il mondo del collectible design con quello **dell'architettura, dell'hospitality e dei progetti contract contemporanei**, evidenziando il ruolo sempre **più rilevante di pezzi unici ed edizioni limitate nella definizione dell'identità degli spazi**. **Gli Stati Uniti rappresentano uno dei mercati più maturi per il collectible design**, dove gallerie, designer, sviluppatori immobiliari e istituzioni culturali contribuiscono a integrare pezzi unici ed edizioni limitate all'interno di progetti architettonici e spazi pubblici.

Il 2026 segna anche l'avvio del percorso verso il **Salone Contract** – il cui Masterplan è affidato a **Rem Koolhaas e David Gianotten (OMA)** – che nel 2027 aprirà ufficialmente con un nuovo sguardo sulle **direttrici dedicate a hospitality, retail, marine e real estate**: settori in forte espansione a livello globale e di particolare interesse per il mercato nordamericano. Il progetto nasce **per dialogare con il mercato globale dei grandi progetti integrati**, un settore che oggi supera i **1.000 miliardi di dollari di valore a livello internazionale**. In questo scenario, gli **Stati Uniti rappresentano uno dei laboratori più avanzati di questo modello**, dove architettura, sviluppo immobiliare e industria del design operano in modo profondamente interconnesso.

Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano, dichiara: *"In una fase di incertezza globale, il Salone del Mobile.Milano consolida il proprio ruolo di piattaforma strategica per le imprese e per il mercato, garantendo continuità, affidabilità e una visione di lungo periodo per l'intero sistema del design. Gli Stati Uniti sono un interlocutore fondamentale: da sempre presente nella Top Ten per numero di visitatori professionali al Salone, conferma la solidità del legame con la community progettuale americana. Il roadshow a Los Angeles, Chicago e New York rafforza relazioni consolidate e accompagna il racconto di un'edizione che evolve nei contenuti e nei formati, in un confronto aperto con un mercato chiave che, nei primi undici mesi del 2025, si conferma secondo Paese di destinazione della filiera italiana del legno-arredo, con 1,9 miliardi di euro di export. Con Salone Raritas e il percorso verso Salone Contract ampliamo il perimetro del progetto Salone, aprendo nuove traiettorie e rafforzando il ruolo del Made in Italy come partner affidabile a livello internazionale".*

Commenta **Marco Verna, Direttore di ICE Miami**: *"La sinergia tra ICE e il Salone del Mobile rappresenta molto più di una semplice collaborazione promozionale: è uno strumento strategico di diplomazia economica. In un contesto internazionale segnato da nuove tensioni commerciali, ridefinizione delle catene del valore e crescente competizione globale, il mercato americano resta un terreno fondamentale per l'affermazione del design italiano. Iniziative come questi roadshow consentono di rafforzare la presenza del Made in Italy negli Stati Uniti, valorizzando identità, qualità e capacità innovativa, e la collaborazione tra ICE e Salone del Mobile diventa un modello di promozione integrata, capace di sostenere la competitività delle imprese italiane e di consolidare il ruolo del design come ambasciatore del Made in Italy nel mondo".*



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Il roadshow negli Stati Uniti si inserisce nella più ampia strategia di internazionalizzazione del Salone del Mobile.Milano, che nel corso del 2025 e del 2026 ha già toccato **Regno Unito, Germania, Francia e Spagna**, e che guarda con crescente attenzione a mercati emergenti come **India e Arabia Saudita** oltre al **consolidamento della partnership con Art Basel, avviata a Miami e che proseguirà a Hong Kong**, che rappresenta **un'alleanza inedita tra due piattaforme leader della creatività contemporanea**.

In ciascuna delle tre tappe americane, il Salone del Mobile.Milano, in collaborazione con ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e con le principali associazioni americane di architetti, designer e costruttori, darà vita a momenti di incontro dedicati al racconto delle novità, dei contenuti e della visione strategica della 64^a edizione: un'occasione per condividere il valore di una Manifestazione che non è soltanto il più importante appuntamento fieristico internazionale dell'arredo e del design, ma **una piattaforma che produce valore, impatto sulla manifattura, rigenerazione per l'intero ecosistema del progetto contemporaneo**.

Contatti



Salone del Mobile.Milano

Salone del Mobile.Milano Ufficio Stampa Italia

Per ulteriori informazioni o richieste di interviste, vi invitiamo a contattare l'Ufficio Stampa.
Immagini, anteprime immagini con didascalie e crediti sono a disposizione nell'[Area Press e Media](#).

Marilena Sobacchi

Head of Global Press Office

marilena.sobacchi@salonemilano.it

tel. 02/72594319

Andrea Brega

Head of Press Office Coordination

andrea.brega@salonemilano.it

tel. 02/72594629

Paola Cavaggioni

Direttore Marketing e Comunicazione

Susanna Legrenzi

Press & Communication Strategy Advisor

Vlatka Selakovic Zanoletti

International Press & Cultural Events Senior Support

Patrizia Malfatti

Press Office Senior Expert

Patrizia Ventura

International Press Incoming e Media Buying Manager

Massimo Poggipollini

Segreteria operativa