



Salone del Mobile.Milano

A Matter of Salone

Cartella Stampa

64° Salone del Mobile.Milano
21-26 Aprile 2026

29 gennaio 2026



Salone del Mobile.Milano

Indice

1. Salone del Mobile.Milano 2026

2. Numeri

3. Salone Contract

4. Nasce Salone Raritas

5. Aurea, an architectural fiction

6. SaloneSatellite

7. A Matter of Salone

8. Partnership e collaborazioni

9. Biografie

Connessioni
globali, nuovi
territori
curatoriali e
un'inedita
apertura al
Contract



Salone del Mobile.Milano

Connessioni globali, nuovi territori curatoriali e un'inedita apertura al Contract: Salone del Mobile.Milano 2026 orienta le coordinate del futuro prossimo del progetto.

Oltre 1.900 espositori da 32 Paesi confermano il respiro internazionale del Salone, sempre più motore strategico del settore. La 64ª edizione evolve in chiave sempre più connessa e leggibile, consolidando il Salone come piattaforma di innovazione culturale, progettuale e curatoriale. Tra le novità: il debutto di Salone Raritas; l'installazione Aurea, an Architectural Fiction, che intreccia heritage e innovazione lungo il percorso A Luxury Way; una sinergia sempre più attiva tra espositori e città; e l'avvio del progetto Salone Contract, che prenderà forma nel 2026 con percorsi dedicati e un talk in fiera, in vista del debutto ufficiale nell'aprile 2027.

Conto alla rovescia per la 64ª edizione del **Salone del Mobile.Milano** (21-26 aprile, Fiera Milano, Rho): più di **1.900 espositori** (36,6% dall'estero), **227 brand** tra debutti e ritorni, oltre **169.000mq** di superficie espositiva netta completamente **sold out**. Al centro, l'atteso ritorno delle Biennali: **EuroCucina con FTK – Technology For the Kitchen**, con **106 brand** da **17 Paesi**, e il **Salone Internazionale del Bagno** che raccoglierà **163 brand** da **14 Paesi**. A completare il quadro, **SaloneSatellite con 700 designer under 35 e 23 Scuole e Università internazionali**. Numeri che confermano il **Salone** non solo come la più importante manifestazione fieristica internazionale dell'arredo e del design, ma come **infrastruttura culturale attiva** e in **evoluzione**: un **motore relazionale e strategico** che alimenta **connessioni globali**, diffonde **visioni condivise** e consolida **Milano** nel suo ruolo di **capitale del progetto contemporaneo**.

A fare da filo rosso all'edizione 2026, un'**architettura di contenuti e percorsi espositivi sempre più integrati**. Il Salone aprirà una **direttrice inedita**, che porterà, nel 2027, al debutto di **Salone Contract** – il cui **Masterplan** è affidato a **Rem Koolhaas e David Gianotten (OMA)** – per esplorare i **grandi temi di questo ecosistema in trasformazione** – dalla lettura dei contesti all'esperienza di visita, dalle forniture integrate fino al rafforzamento della dimensione di networking B2B. Debutterà, poi, **Salone Raritas. Curated icons, unique objects, and outsider pieces (padiglione 9)**: **25 espositori** daranno vita a una nuova piattaforma, un ponte tra **produzione speciale** e **mercato del progetto**, con la curatela di **Annalisa Rosso**, Editorial Director e Cultural Events Advisor del Salone del Mobile.Milano, e l'exhibition design firmato da **Formafantasma**. Nel percorso **A Luxury Way (padiglioni 13-15)** prenderà forma **Aurea, an Architectural Fiction**, installazione immersiva ideata da **Maison Numéro 20**: un hotel immaginario che trasforma l'interior design in racconto e scenografia, lavorando sulla **dimensione emotiva e sensoriale dell'abitare**. A tenere insieme e amplificare questa narrazione sarà la campagna di comunicazione **"A Matter of Salone"**, un progetto corale che rimette al centro la materia come origine e significato del progettare, traducendo in immagini il passaggio dal gesto alla forma e al senso, e una **rinnovata esperienza di visita**: un sistema di **wayfinding** più chiaro e intuitivo aiuterà a orientarsi meglio all'interno della fiera, valorizzando scoperte e incontri e rendendo leggibile la complessità dell'evento.

In questo quadro articolato, la **sostenibilità** emergerà come **focus** centrale, concreto e misurabile: è al Salone che si evidenzia il passaggio verso un **design sempre più circolare e sistemico**, dove materiali, processi e filiere diventano parte del progetto. Contemporaneamente, la Manifestazione **ha rinnovato la certificazione ISO 20121 per il triennio 2026-2028**, grazie a un rigoroso percorso fatto di misurazione, verifica e azioni di mitigazione degli impatti. Un approccio che consolida nel tempo **performance e credibilità insieme agli obiettivi ambientali e sociali**.

Commenta **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**: *“Nel pieno di una fase geopolitica ed economica segnata da profonde discontinuità e da nuove polarità, il Salone del Mobile.Milano riafferma il suo ruolo di piattaforma strategica globale e risponde con visione e continuità ai mercati, proponendosi come un punto fermo in un tempo instabile: un luogo dove l’industria si incontra, il pensiero si articola e il futuro si progetta. Il raggiungimento del sold-out della superficie espositiva e il significativo incremento della presenza estera sono il risultato concreto di una strategia integrata e lungimirante, costruita nel tempo. Una visione che ha in Milano il suo centro propulsore e che si sviluppa attraverso una rete di relazioni internazionali solida e in continua espansione. Dopo le tappe nel Regno Unito e in Germania, stiamo proseguendo il nostro roadshow internazionale con nuove missioni in Francia e Spagna. Ma guardiamo anche oltre. Agli Stati Uniti, un mercato fondamentale per tutto il comparto, dove a Miami abbiamo avviato una collaborazione con Art Basel, che consolideremo a marzo a Hong Kong, attraverso un progetto che coinvolgerà un numero ancora maggiore di aziende italiane: un’alleanza strategica tra due piattaforme leader della creatività e del progetto contemporaneo, capace di aprire una nuova frontiera di contaminazione culturale e commerciale tra design e arte. Altri orizzonti sono India, oggi uno dei mercati con il più straordinario potenziale di crescita, ma anche Marocco, Turchia, Portogallo. A Riyadh, abbiamo aperto un canale istituzionale inedito e l’evento pilota Red in Progress, che ha visto coinvolte 35 aziende italiane, ha segnato l’inizio di una partnership strategica con una regione chiave per l’evoluzione del Made in Italy dove il prossimo novembre organizzeremo un vero e proprio Salone del Mobile. In Giappone, abbiamo portato la Collezione Permanente del SaloneSatellite: una missione culturale che ha messo in dialogo i giovani designer italiani con il mercato nipponico, che resta tra i più sofisticati e ricettivi per il nostro sistema di valori. In questo scenario internazionale, il Salone evolve anche nei contenuti e nei formati. Con Salone Raritas esploriamo il valore dell’unicità, dell’iconico e dell’alto artigianato, mentre con il percorso verso il Salone Contract apriamo nuove direttrici progettuali dedicate a settori in espansione – hospitality, retail, marine, real estate – con l’obiettivo di accompagnare le aziende italiane non solo nella definizione di standard competitivi e sostenibili, ma affinché siano riconosciute e scelte come partner di riferimento per il setup di questi spazi a livello internazionale. Parliamo di filiere che si ibridano, che generano lavoro e attraggono investimenti, con un impatto concreto sulla manifattura e sui territori.”*

Conclude la **Presidente**: *“La forza del Salone è sempre stata quella di agire come sistema: non solo un evento, ma un’infrastruttura culturale ed economica in continua trasformazione. Un ecosistema – come ci conferma il lavoro con il Politecnico di Milano – capace di produrre valore diffuso, che si traduce in impatto economico, ma anche in pensiero critico, rigenerazione urbana, ospitalità e nuovi servizi. Milano è il nostro baricentro, ma oggi il Salone è anche una politica industriale che si fa visione e azione. La leva culturale è il nostro motore strategico: investiamo nel Programma Culturale, nei Talk, nelle installazioni, nei format espositivi, consapevoli che il design non è più solo prodotto, ma racconto, pensiero, sistema. E in questo sistema i giovani giocano un ruolo chiave. Con il SaloneSatellite rinnoviamo il nostro impegno verso i talenti under 35: sono loro il laboratorio più vivo del futuro, il nostro specchio critico, la nostra linfa. Nel 2025 li abbiamo portati in Giappone, nel 2027 li porteremo in altre capitali del design emergente. Perché il Salone è, soprattutto, una responsabilità collettiva verso il futuro.”*

Afferma **Claudio Feltrin, Presidente di FederlegnoArredo**: *“La filiera legno-arredo nel 2025 ha registrato un fatturato alla produzione di 52,2 miliardi di euro, in crescita del 1,3% sul 2024. Le esportazioni, pari al 37% del totale, sull’anno si stimano stabili (+0,4%), pur mostrando nei primi dieci mesi ‘25 segnali di debolezza in alcuni mercati strategici come Francia (-1,3%) e Stati Uniti (-2,5%). Di contro, qualche segnale di miglioramento e ripresa arriva dalla Germania (+1%). I dati elaborati dal Centro Studi FederlegnoArredo ([vedi nota economica dedicata](#)) fotografano un quadro in cui l’export mantiene un ruolo centrale per la filiera, ma che richiede alle imprese maggiore capacità di adattamento, presidio dei mercati e diversificazione, dato lo scenario internazionale caratterizzato da elevata volatilità. In questo contesto credo che le nostre imprese abbiano saputo dare il massimo,*

riuscendo a mantenere il presidio anche su quei mercati momentaneamente in difficoltà, senza mai abbandonarli e cogliendo immediatamente i segnali della ripartenza, come sta accadendo nel mercato tedesco e inglese. Oserei dire che siamo stati bravi nel diversificare, e che presidiare nei momenti più critici si è rivelato un atteggiamento premiante. Uno scenario in cui, a maggior ragione, il Salone del Mobile.Milano si conferma piattaforma strategica per il posizionamento internazionale della filiera legno-arredo, luogo privilegiato per incontrare buyer, operatori e progettisti da tutto il mondo, e per rafforzare la presenza delle imprese italiane sui mercati globali, offrendo loro un'opportunità concreta per consolidare il posizionamento, intercettare nuovi interlocutori e presentarsi ai mercati emergenti".

Le Manifestazioni Annuali

Come sempre, quattro saranno le Manifestazione annuali: **Salone Internazionale del Mobile, Salone Internazionale del Complemento d'Arredo, Workplace3.0, S.Project** per un totale di **915 brand (38,57% dall'estero)**, tra cui **139 per la prima volta o di ritorno alla Manifestazione**. L'intera Manifestazione sarà fruibile attraverso **nuovi percorsi tematici**, che permetteranno di cogliere i tratti distintivi di **un'offerta senza uguali**.

Ritournerà il focus dedicato alla capacità tutta italiana di creare oggetti senza tempo con **A Luxury Way (Padiglioni 13-15)**, al cui centro aprirà le porte **Aurea, an Architectural Fiction**, installazione firmata dallo studio parigino **Maison Numéro 20** guidato dall'architetto d'interni **Oscar Lucien Ono: un hotel immaginario, che prenderà forma come una sequenza di spazi narrativi, sintesi di interior design e visione artistica**. Il visitatore sarà invitato ad attraversare universi in contrasto: dal rigoglioso giardino d'inverno alla sala da pranzo dal segno surreale, dalla misteriosa smoking lounge fino alla biblioteca del salotto con camino. Tutti gli spazi sfumeranno nel sogno: saranno ambienti intimi e al tempo stesso unici, dove l'interior design si fa linguaggio emotivo e teatrale. L'atmosfera fonderà suggestioni **art déco, riferimenti cinematografici, simbolismi orientali e accenti surrealisti** in un racconto immersivo dove la luce si farà materia – filtrata, riflessa, scolpita dall'architettura. Ogni dettaglio, dai materiali agli arredi, è **pensato in un'ottica di sostenibilità**, perché il lusso non sia ostentazione, ma visione consapevole dell'arte dell'abitare.

Con **700 progettisti da 43 Paesi e 23 Scuole e Università di design internazionali**, **SaloneSatellite** scommetterà ancora una volta sul talento under 35. Tema della 27ª edizione: **Maestria artigiana + Innovazione — Skilled Craftsmanship + Innovation**, un invito a riscoprire **l'artigianato come linguaggio del futuro**, ponte tra eredità manuale e visione tecnologica. Una chiamata collettiva a ripensare il "fare con le mani" come **atto progettuale, culturale e politico**, capace di dare forma alle urgenze di una nuova generazione globale di designer.

Per accompagnare e rendere più accessibile questa articolata offerta, la 64ª edizione introdurrà un nuovo sistema di **wayfinding** sviluppato da **Leftloft** e pensato per migliorare l'esperienza di visita attraverso **strumenti visivi più chiari, coerenti e intuitivi**. Il progetto prevede **tre interfacce grafiche ricorrenti** che, ispirandosi alla logica delle **reti metropolitane**, permetteranno di **ritrovare facilmente le informazioni, riducendo i tempi di lettura e la complessità percettiva**. Una gerarchia visiva semplificata distinguerà con chiarezza i **padiglioni fisici** dalle **manifestazioni** e dagli **eventi ospitati**, contribuendo a una **navigazione più fluida**. A supporto, una serie di elementi grafici ad alta leggibilità – come numeri ben visibili all'ingresso dei padiglioni e supporti lungo Corso Italia – **faciliteranno l'orientamento anche da lunga distanza**. Commenta **David Pasquali, Co-founder e Direttore Creativo Leftloft**: *"Lavorare a un progetto di segnaletica significa domare la complessità senza negarla, significa lavorare sulle parole e sulle gerarchie delle informazioni, prima ancora che sulla grafica, significa disegnare oggetti in cui forma e funzione e identità si fondono perfettamente e questa forse è la sfida più difficile e intrigante"*. Completerà il sistema una **mappa tascabile**, utile anche da chiusa, che consentirà una fruizione immediata dei contenuti. Un progetto che, mettendo al **centro** il

visitatore, tradurrà la **complessità dell'evento** in un **linguaggio accessibile** e **contemporaneo**, rafforzando l'identità del Salone come ecosistema evoluto e inclusivo.

Le Biennali. EuroCucina con FTK – *Technology For the Kitchen*

Dopo il successo nel 2024, è grande attesa per il ritorno di **EuroCucina con FTK – *Technology For the Kitchen*** con **106 espositori da 17 Paesi (38,60% dall'estero)**, di cui **35 brand per la prima volta o di ritorno**. La Biennale si annuncia come la **piattaforma internazionale di riferimento per il design delle cucine**, grazie a un **contenuto espositivo di qualità**, in grado di offrire una visione chiara dei **progressi del settore**, guidati da **tecnologia, sostenibilità e innovazione, sistemi intelligenti, integrazione dell'IA, design biofilico** e un maggiore controllo da parte degli utenti, che potranno creare atmosfere e ambienti su misura.

A guidare l'evoluzione della cucina, una **visione integrata e multisensoriale**: cucine open space che si fondono con il living, superfici interattive, piani a induzione invisibili, cappe integrate e colonne attrezzate che scompaiono con un gesto. I materiali si fanno tattili e green: legni certificati FSC, ceramiche antibatteriche, laminati rigenerati, vetri stratificati riciclati. Il colore torna protagonista, ma in chiave soft. Il minimalismo evolve: non più freddo e razionale, ma emotivo e naturale, vicino all'idea di benessere. I sistemi di domotica integrata permettono di controllare luci, temperatura, diffusione sonora e perfino scenari olfattivi, creando veri e propri microcosmi su misura. **La cucina impara dall'utente, si adatta, prevede, ascolta**. Ma non dimentica la sua anima: **l'UNESCO ha recentemente riconosciuto il cibo italiano come Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità**, sancendo il valore profondo della **cucina come luogo di memoria, creatività e convivialità**. Le aziende italiane rispondono a questo riconoscimento con ricerca e design consapevole: **cucine che raccontano identità, ma sanno parlare il linguaggio globale dell'innovazione**.

Parallelamente, anche il mondo dei **grandi elettrodomestici cambia pelle**. A **FTK – Technology For the Kitchen**, le aziende leader puntano su dispositivi sempre più silenziosi, integrabili e autonomi. I trend emergenti vedono frigoriferi in grado di riconoscere gli alimenti, suggerire ricette e organizzare la spesa in cloud; forni intelligenti che regolano la cottura in base alla tipologia di alimento e alle preferenze dell'utente; lavastoviglie che si auto-dosano, si puliscono da sole e comunicano quando intervenire. L'efficienza energetica, ormai standard obbligato, si combina a un'estetica sofisticata e personalizzabile. Gli elettrodomestici diventano parte dell'arredo e l'interazione vocale e le interfacce touchless completano un'esperienza d'uso che è sempre più fluida, elegante e su misura.

Le Biennali. Il Salone Internazionale del Bagno

Il **Salone Internazionale del Bagno** tornerà protagonista come la più **grande vetrina internazionale del settore**, tra design e tecnologia, con **163 espositori da 14 Paesi (28,22% dall'estero)**. A guidare l'evoluzione di questo spazio è una visione sempre più "spa domestica": ambienti fluidi, docce walk-in scenografiche, nicchie attrezzate, specchi contenitivi e luce stratificata che scolpisce l'atmosfera. Il minimalismo si scalda e diventa tattile: finiture opache, metalli spazzolati, cromie minerali e terrose, superfici continue in grandi lastre, ceramiche evolute e compositi che riducono giunti e manutenzione. La parola chiave è **benessere**, ma con un sottofondo **molto concreto: efficienza idrica, igiene, durabilità**. C'è poi un tema che sta riscrivendo le priorità progettuali: **la longevity**. Il bagno, più di ogni altro ambiente, deve reggere il tempo che passa e i gesti che cambiano, senza perdere estetica né comfort. Ecco perché crescono **soluzioni "facili" ma eleganti**: accessi a filo pavimento, superfici antiscivolo dall'aspetto materico, sedute integrate e appoggi discreti che sembrano dettagli di design, maniglie ergonomiche, altezze e ingombri ripensati per un uso meno faticoso. Anche l'illuminazione diventa funzionale, con luci diffuse anti-abbagliamento e punti mirati per sicurezza e precisione. In parallelo, **l'architettura degli arredi si fa modulare e riparabile**: componenti sostituibili, finiture resistenti, ricambi programmati, perché la sostenibilità passa anche dalla vita lunga del prodotto. Sul

fronte tech, **il bagno si connette senza fare rumore**: docce digitali con profili personalizzati, sanitari smart e bidet che alzano lo standard igienico, rubinetti con sensori e misurazione dei consumi, valvole intelligenti che prevengono perdite e danni. **L'orizzonte a medio-lungo termine è quello dei "servizi"**: manutenzione predittiva, assistenza da remoto, upgrade software, integrazione con domotica e IA per creare scenari su misura (luce, vapore, suono, microclima).

Salone Contract

Salone Contract nasce **come un progetto strategico di lungo periodo**: una nuova iniziativa di Salone del Mobile.Milano pensata per **leggere e interpretare la complessità del contract**, un mercato in **forte e rapida trasformazione** dove il valore si sposta dal singolo prodotto alla **capacità di integrare sistemi, competenze, dati e servizi**. Il **Masterplan** è affidato a **Rem Koolhaas e David Gianotten (OMA)**. Il Salone ha scelto OMA, studio internazionale di architettura e urbanism, perché OMA affianca alla pratica progettuale una **forte dimensione di ricerca**, con un approccio che attraversa scale e discipline. È proprio questo taglio, **insieme visionario e metodologico**, a guidare la costruzione di **Salone Contract**. Il 2026 rappresenta la fase chiave di avvicinamento alla Manifestazione 2027: ad aprile, le prime osservazioni di OMA sul Contract saranno presentate con una **Lectio** di **Rem Koolhaas** e una giornata di **Forum internazionale curate dal Salone in collaborazione con OMA**. Nei padiglioni, un **percorso tematico** tra gli espositori offrirà una **lettura trasversale dell'offerta contract** e delle sue **traiettorie evolutive**, mentre un programma strutturato di **incoming** coinvolgerà una **selezione di operatori internazionali e top player globali**. A partire da settembre 2026, il progetto proseguirà con un **road tour internazionale** nei mercati chiave, costruendo progressivamente **un'audience internazionale consapevole e profilata**. Nel 2027, Salone Contract si presenterà come **un'esposizione strutturata e non generalista**, con **aziende selezionate per qualità progettuale, capacità industriale e affidabilità operativa**, completata dalla prima edizione di **Salone Contract Forum**: tre giorni di contenuti e agenda B2B di incontri con operatori internazionali. Per la realizzazione dell'edizione 2027, è prevista anche la collaborazione di **Federico Pompignoli (PMP Architecture)** come **local partner, in dialogo con OMA**.

Salone Raritas. Curated icons, unique objects, and outsider pieces

Al Salone del Mobile.Milano 2026, debutterà **Salone Raritas (padiglione 9)**, atlante del collectible design che accosterà icone curate, pezzi unici e "outsider" tra edizioni limitate, antiquariato e alta manifattura creativa. In scena, **25 espositori**: una costellazione internazionale che si accende con nomi quali **Nilufar, COLLECTIONAL, Salvati x Draga & Aurel, Mouromtsev Design Editions, Mercado Moderno, Bianco67 e Brun Fine Art**, capitoli diversi di un unico racconto. La **curatela** di **Annalisa Rosso** e l'exhibition design di **Formafantasma** trasformano lo spazio in una lanterna **architettonica, sobria e calibrata, pensata per far parlare gli oggetti e rendere leggibile il loro valore per architetti, interior e hospitality**. L'obiettivo di Salone Raritas è creare un **punto di riferimento autorevole per il mercato professionale del progetto**: connettere gallerie e designer con decision maker internazionali, offrendo una piattaforma chiara, selettiva e di alta qualità in cui scoprire e acquisire opere e arredi da collezione. Qui la rarità diventa metodo: un ponte diretto tra produzione creativa speciale e domanda evoluta. A completare il percorso, **Sabine Marcelis** firmerà uno **special project** che condensa luce, materia e percezione in un gesto preciso, da vedere e ricordare. Salone Raritas non sarà una categoria di lusso: sarà **un progetto culturale che metterà a fuoco identità, provenienze e visioni**, e farà dell'oggetto un atto di linguaggio nel presente.

Il Programma Culturale

Nel 2026, il public programme **"Drafting Futures. Conversations about Next Perspectives"** giungerà alla sua quarta edizione. Dopo aver accolto alcune tra le personalità più autorevoli del pensiero progettuale contemporaneo, il ciclo di incontri sull'arena progettata da Formafantasma proseguirà il suo percorso come piattaforma di confronto sui temi più urgenti legati a **innovazione, sostenibilità e**

nuove prospettive di mercato. In continuità con il rinnovato impulso all'internazionalizzazione avviato con **"Red in progress. Salone del Mobile.Milano meets Riyadh"** – il progetto che nel novembre 2025 ha portato il dibattito di **Drafting Futures** nella capitale dell'Arabia Saudita – e con i talk di Shanghai in collaborazione con la West Bund Art & Design Fair, quelli in programma a Hong Kong nel contesto di Art Basel, e a New Delhi all'interno dell'India Art Fair, l'edizione 2026 si rafforzerà come **spazio generativo di connessioni virtuose.**

Il Salone in città

Anche quest'anno, **Salone abbraccia Milano** nel contesto della **Milano Design Week**, rinnovando, per il sesto anno consecutivo, il legame con **Fondazione Teatro alla Scala**. La serata di apertura ufficiale del Salone si svolgerà al Teatro alla Scala, con un concerto della Filarmonica della Scala diretta da **Michele Mariotti** e con **Giuseppe Albanese** al pianoforte. Viene riproposto, per il terzo anno consecutivo, il **Design Kiosk**, landmark del Salone, sempre in Piazza della Scala, che verrà affiancato anche dalla **scritta tridimensionale "Salone del Mobile.Milano"**. Ad aggiungersi sarà un **progetto speciale** realizzato in **partnership con K-Way: un'edicola in Piazza del Duomo curata da Salone**, che, oltre alla consueta attività di distribuzione di riviste, sarà l'ideale punto di partenza per scoprire un **itinerario urbano immaginato da Bianca Felicori, fondatrice di Forgotten Architecture**, per Salone. Cinque tappe, selezionate per proporre una **rilettura di edifici significativi di Milano attraverso installazioni tessili leggere** e per attivare un dialogo **tra architettura, design e mobilità urbana**. L'edicola accoglierà anche una capsule collection in edizione limitata – sviluppata con K-Way e legata alla campagna 2026 del Salone del Mobile – insieme a un booklet che documenta il progetto, entrambi disponibili anche nei flagship store milanesi del brand. Infine, Salone, anche quest'anno, più dello scorso anno, sarà anche **Salone in città**: saranno oltre **200 gli showroom dei brand espositori delle Manifestazioni Annuali, EuroCucina e del Salone Internazionale del Bagno** che si uniranno alla grande festa del design, aprendo le porte ai **design lover**.

Giuseppe Sala, Sindaco di Milano, afferma: *"Il concerto della Filarmonica della Scala che darà il benvenuto al Salone del Mobile e la presenza della Manifestazione in città, con installazioni e iniziative durante i giorni della Milano Design Week, testimoniano in modo evidente e concreto il legame profondo che unisce la Manifestazione e Milano: un dialogo e una collaborazione costanti e vivaci che non temono il passare del tempo. Sono felice di sapere che la 64ª edizione del Salone condivida visioni e obiettivi della città, a cominciare dalla volontà di innovare, sperimentare e investire su giovani e sostenibilità ambientale, economica e sociale della filiera. Creativi, architetti e tutti coloro che operano nel campo del design, o ne sono appassionati, attendono con curiosità che il Salone 2026 apra i battenti, per scoprire come il settore del design internazionale ha interpretato tali sfide e come ha tradotto in prodotti, complementi di arredo, mobili e progetti creativi le possibili soluzioni. Siamo certi che Milano, reduce dall'appuntamento con Olimpiadi e Paralimpiadi invernali, saprà accogliere con rinnovato entusiasmo progettisti, operatori, aziende, buyer e visitatori provenienti da tutto il mondo per prendere parte al Salone del Mobile.Milano. L'appuntamento, fuori e dentro gli spazi della fiera, è senza dubbio imperdibile".*

Commenta **Attilio Fontana, Presidente di Regione Lombardia**: *"Il Salone del Mobile di Milano rappresenta un modello virtuoso di sviluppo sostenibile, capace di coniugare innovazione, responsabilità ambientale e crescita occupazionale. È qui che il design diventa leva concreta per la transizione ecologica delle filiere produttive e per la valorizzazione del lavoro, delle competenze e dei talenti che rendono la Lombardia uno dei territori più dinamici d'Europa. Regione Lombardia sostiene con convinzione una Manifestazione che genera occupazione qualificata, rafforza la competitività delle imprese e promuove una cultura del progetto attenta alle persone, ai territori e alle generazioni future."*

Mobilità e accoglienza

A supporto della mobilità sostenibile, dal 21 al 26 aprile 2026, Salone in collaborazione con **BusForFun** promuoverà nuovamente il servizio gratuito di navette da/verso Milano Malpensa. Sul fronte dell'ospitalità, Salone del Mobile.Milano ha rinnovato la collaborazione con **MiCodmc**, offrendo un servizio esclusivo per individuare gli hotel dove alloggiare durante la Manifestazione (le prenotazioni saranno disponibili sul sito del Salone). Per il secondo anno, Salone supporterà, in collaborazione con **fuorisalone.it**, la piattaforma **Mito Design Connection** (mitodesignconnections.it), promossa da **Unione Industriali Torino** e **Camera di Commercio di Torino** per promuovere le relazioni tra imprese di Torino e Milano e fornire supporto logistico e di ospitalità per espositori e visitatori. La piattaforma offre prenotazioni alberghiere e supporto nell'organizzazione degli spostamenti tra Torino Porta Susa e Rho Fiera.

Partner

Anche quest'anno, **Agenzia ICE** ha messo a disposizione un supporto importante per accompagnare Salone del Mobile.Milano nelle missioni internazionali. Ad aprile, l'impegno di ICE si rinnoverà con l'obiettivo di portare a Milano il maggior numero di **operatori esteri qualificati da tutto il mondo** che verranno accolti nella IBL – International Business Lounge.

Matteo Zoppas, Presidente ICE in occasione della Conferenza Stampa del Salone del Mobile.Milano: *"Il Salone del Mobile.Milano rappresenta una leva strategica per la promozione internazionale del Made in Italy e per il rafforzamento della competitività delle imprese della filiera legno-arredo sui mercati esteri. In linea con la strategia di potenziamento dell'export promossa dal ministero degli Esteri e con l'obiettivo dei 700 miliardi di euro di esportazioni, l'impegno di ICE - che collabora con la manifestazione da oltre dieci edizioni - si è progressivamente rafforzato accompagnando l'evoluzione del Salone come piattaforma globale di riferimento per il design. Per l'edizione 2026, ICE conferma un supporto strutturato attraverso un articolato programma di incoming di 370 operatori (250 buyer e 120 giornalisti) provenienti da circa 50 Paesi, la realizzazione di lounge di accoglienza e installazioni di design di alto profilo all'interno della manifestazione. In questi ultimi anni abbiamo lavorato per una diversificazione dei mercati seguendo tre direttrici principali: il rafforzamento dei mercati chiave, in particolare Stati Uniti e Cina; l'esplorazione di nuove geografie e target, con un tour mondiale che negli ultimi tre anni ha toccato 19 città tra Nord America, Europa e Asia - da Shanghai a New Delhi, dal Sudafrica a Seoul, da Toronto alle capitali europee come Parigi, Madrid, Londra, Berlino e Copenhagen - e che nel 2026 si estenderà a Mumbai e Città del Messico; la particolare attenzione riservata all'Arabia Saudita con un evento teaser a Riyadh che ha visto la partecipazione di 30 aziende italiane rappresentative del design Made in Italy, che culminerà nel novembre 2026 con l'organizzazione del primo Salone post-covid all'estero nella capitale saudita. I dati confermano la stabilità delle esportazioni della filiera del LegnoArredo che si attestano nel 2025 a 19,3 miliardi di euro (+0,4% rispetto al 2024). I segnali di debolezza che mostrano alcuni mercati strategici come Francia e Stati Uniti sono compensati dalla ripresa che arriva dalla Germania".*

Per l'edizione 2026 sono a fianco di Salone: **Intesa Sanpaolo**, partner istituzionale dal 2017, che supporta il settore dell'arredo e del design italiano, promuovendo la crescita sostenibile delle imprese della filiera; **Panerai**, Official Time Keeper, **K-WAY**, **Ca' del Bosco**, **S.Bernardo**, **illycaffè** e **Radio DeeJay**, **Radio Capital** e **m2o**.

Conclude **Maria Porro**: *"Ora che il Salone di aprile è disegnato, non posso che ringraziare chi ci ha accompagnato in questi mesi lungo questo percorso. Agenzia ICE, che ci affianca nelle attività di promozione all'estero, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, che ci supporta da sempre. Il Governo e il Ministero delle Imprese e del Made in Italy accanto al Salone anche in Arabia Saudita in occasione di "Red in progress. Salone del Mobile.Milano meets Riyadh". Ringrazio Comune*



di Milano, con l'Assessorato allo Sviluppo Economico e Politiche del Lavoro e l'Assessorato alla Cultura e Regione Lombardia, con l'Assessorato Turismo, Marketing territoriale e Moda, che sono stati al nostro fianco anche nelle attività di ricerca confluite nel secondo Annual Report dell'Osservatorio del Salone. Una magia resa possibile grazie all'eccellenza di una manifattura industriale che sa fare squadra, innovare, costruire mondi, disseminando energia vitale in tutta la città, trasformandola in Capitale internazionale del progetto. Grazie, dunque, a Fondazione alla Scala, e a tutte le altre istituzioni e organizzazioni, pubbliche e private, che contribuiranno ancora una volta al successo di questo ecosistema, unico al mondo".

Numeri



Salone del Mobile.Milano



Numeri

Salone del Mobile.Milano 2026

Superficie netta occupata

Oltre 169.000mq

Espositori

Oltre 1.900 (36,6 % dall'estero*)

* Nella percentuale sono esclusi gli espositori del SaloneSatellite

Paesi

32

Nuovi ingressi e ritorni

227 espositori per la prima volta o di ritorno al Salone del Mobile.Milano

di cui

161 espositori per la prima volta al Salone del Mobile.Milano (60,9% dall'estero)

66 espositori di ritorno al Salone del Mobile.Milano (37,9% dall'estero)

Fatturato Espositori Italia

49.508.882.092,00 euro fatturato complessivo

Fatturato Espositori Estero

20.340.190.172,00 euro fatturato complessivo

Quote Export Espositori Italia ed Estero

68,9% quota esportazioni aziende italiane su fatturato complessivo

31,14% quota esportazioni aziende estere su fatturato complessivo

Salone Internazionale del Mobile

Salone Internazionale del Complemento d'Arredo

Workplace3.0, S.Project

Superficie netta occupata

Oltre 125.000 mq

Espositori

915 espositori (38,57% dall'estero)

Paesi

32

Nuovi Ingressi e Ritorni

139 espositori per la prima volta o di ritorno alle Manifestazioni Annuali

di cui

93 espositori per la prima volta alle Manifestazioni Annuali (72,04% dall'estero)

46 espositori di ritorno alle Manifestazioni Annuali (45,65% dall'estero)

Presenze espositori

4,75% espositori italiani ed esteri presenti da più di 50 anni alle edizioni delle Manifestazioni Annuali

43,55% espositori italiani ed esteri presenti nelle ultime 10 edizioni delle Manifestazioni Annuali



EuroCucina / FTK, *Technology For The Kitchen*

Superficie netta occupata

23.000 mq

Espositori

106 espositori da 17 Paesi (38,60 % dall'estero)

Nuovi Ingressi e Ritorni

35 espositori per la prima volta o di ritorno a EuroCucina/FTK, *Technology For The Kitchen*
di cui

29 espositori per la prima volta a EuroCucina/ FTK, *Technology For The Kitchen* (5,17 % dall'estero)

6 espositori di ritorno a EuroCucina/ FTK, *Technology For The Kitchen* (33,33 % dall'estero)

Presenze espositori

17,14% espositori italiani ed esteri presenti da più di 20 anni alle edizioni di EuroCucina/FTK, *Technology For The Kitchen*

53,33 % espositori italiani ed esteri presenti nelle ultime 5 edizioni di EuroCucina/FTK, *Technology For The Kitchen*

Salone Internazionale del Bagno

Superficie netta occupata

Oltre 16.000 mq

Espositori

163 espositori da 14 Paesi (28,22% dall'estero)

Nuovi Ingressi e Ritorni

53 espositori per la prima volta o di ritorno al Salone Internazionale del Bagno
di cui

39 espositori per la prima volta al Salone Internazionale del Bagno (38,46 % dall'estero)

14 espositori di ritorno al Salone Internazionale del Bagno (14,29% dall'estero)

Presenze espositori

13,5 % espositori italiani ed esteri presenti da più di 20 anni alle edizioni del Salone Internazionale del Bagno

42,95 % espositori italiani ed esteri presenti nelle ultime 5 edizioni della Biennale Salone Internazionale del Bagno

SaloneSatellite

Superficie netta occupata

Oltre 5.000 mq

Designer

700 creativi under 35 da 43 Paesi

Scuole e Università di design

23 Scuole e Università

Fonti dati: Salone del Mobile.Milano; brand espositori (formulari domanda di partecipazione Salone del Mobile.Milano 2025); Centro Studi FederlegnoArredo.

Salone Contract



Salone del Mobile.Milano

Salone del Mobile.Milano presenta Salone Contract, un'iniziativa dedicata al segmento più strategico per lo sviluppo della filiera. A firmare il Masterplan del progetto, sviluppato per l'edizione 2027, Rem Koolhaas e David Gianotten (OMA).

Il percorso di avvicinamento a Salone Contract 2027 è già avviato. Ad aprile, Rem Koolhaas inviterà il pubblico a riflettere sui temi portanti del progetto con una lectio dedicata. Completano l'agenda 2026: una giornata di forum internazionale a cura di Salone del Mobile.Milano, in collaborazione con OMA, un percorso contract tra gli espositori della 64ª edizione e la partecipazione, su invito, di top player globali.

Non un tradizionale set-up degli spazi espositivi, ma un Masterplan che attraversa l'intero campo della progettazione, dalla lettura dei contesti all'esperienza di visita, fino al rafforzamento della dimensione di networking B2B. È da questa visione che nasce **Salone Contract, nuova iniziativa di Salone del Mobile.Milano**, pensata per **intercettare trasformazioni di mercato ad alto potenziale** e tradurle in **opportunità concrete** per la manifattura di settore. Una scelta che segna **un'ulteriore evoluzione di paradigma per il Salone**: da fiera di prodotto a **infrastruttura di orientamento del mercato**, in un contesto in cui la complessità è diventata la principale variabile competitiva.

Il progetto, affidato a Rem Koolhaas e David Gianotten di OMA, si configura come un investimento strategico di lungo periodo, strutturato nel tempo, necessario per leggere e comprendere la complessità del contract. **Un mercato stimato intorno ai 68 miliardi di euro a livello globale, destinato a superare i 110 miliardi di euro nel prossimo decennio** (fonte: Global Market Insight Inc). Una crescita che non è solo quantitativa, ma strutturale, caratterizzata da una crescente integrazione tra prodotto, tecnologia e modelli operativi, con effetti diretti sull'organizzazione industriale e sui modelli di business della filiera.

Dichiara **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**: *"Il contract, oggi, è uno dei segmenti in cui si concentrano le trasformazioni più rilevanti, dal punto di vista industriale, operativo e di mercato. Salone ha scelto di affrontare questa sfida con un progetto di visione, ma al tempo stesso fortemente strutturato, capace di offrire strumenti di analisi e orientamento in uno scenario economico di profonda complessità. La collaborazione con Rem Koolhaas e David Gianotten di OMA, tra i più influenti sensori del presente, rappresenta la possibilità di confrontarci con una visione forte, unita a una solida capacità metodologica. Abbiamo scelto OMA non per applicare un modello espositivo, ma per leggere i fenomeni in atto, intercettarne i segnali emergenti e mettere in relazione ambiti che raramente dialogano tra loro, in un contesto, quello del contract, in cui il valore dipende sempre più dalla capacità di integrare sistemi, dati e competenze. L'obiettivo è porre le domande giuste, nel momento in cui contano, e accompagnare la filiera verso un posizionamento internazionale solido e credibile. Oggi, nel contract, non vince chi mostra di più, ma chi comprende prima una domanda sempre più sofisticata e integrata ai servizi".*

Rem Koolhaas, fondatore di OMA: *"Fin dal XIX secolo, le Esposizioni Universali hanno funzionato come veri e propri laboratori sperimentali, luoghi in cui le industrie proiettano le proprie ambizioni, i dialoghi culturali si rinnovano e le opportunità di collaborazione prendono forma. Oggi, Salone Contract rappresenta una declinazione contemporanea di questa tipologia: uno spazio in cui interrogarne la rilevanza e osservare come essa si adatti a un panorama geopolitico sempre più instabile."*

David Gianotten, Managing Partner e architetto di OMA: *"Il Contract è un segmento che si fonda meno sul singolo prodotto e più su un ecosistema strutturato, capace di allineare progettazione,*

produzione e realizzazione, sia nell'arredo sia nell'architettura, per dare forma ad ambienti costruiti di qualità e destinati a durare nel tempo. La crescente rilevanza globale del settore Contract offre agli operatori della filiera l'opportunità di reinventarsi, spostando lo sguardo dagli oggetti isolati ai sistemi integrati. OMA è lieta di collaborare con Salone del Mobile.Milano allo sviluppo di un'infrastruttura in grado di sostenere questa trasformazione".

Salone Contract 2026: lo spin-off che anticipa la Manifestazione 2027

Aprile 2026 rappresenta per Salone Contract una fase chiave di costruzione critica del progetto: un anno di **contenuti, forum e relazioni internazionali**. Durante la 64ª edizione di Salone del Mobile.Milano, **Rem Koolhaas** inviterà a una riflessione pubblica sui temi che inquadrano il progetto, attraverso **una lectio dedicata**, mentre un **forum internazionale a cura di Salone del Mobile.Milano in collaborazione con OMA** indagherà, con approccio interdisciplinare, opportunità e rischi che oggi ridefiniscono il contract: progetto, industria, domanda e trasformazioni dei mercati.

Nei padiglioni di Fiera Milano Rho, **un percorso tematico tra gli espositori** offrirà **una lettura trasversale dell'offerta esistente e delle sue traiettorie evolutive**, mettendo in relazione modelli produttivi, competenze progettuali e approcci operativi già attivi nel settore. In parallelo, **Salone attiverà un programma strutturato di incoming rivolto a una selezione di operatori internazionali**, per intercettare domanda qualificata e testare nuovi modelli di interazione tra offerta, domanda e mercato.

Infine, **a partire da settembre 2026, Salone Contract** sarà protagonista di un **road tour internazionale** nelle geografie chiave dei mega-progetti, con momenti di approfondimento su **scenari globali, dinamiche emergenti, investimenti** in corso e a venire, con l'obiettivo di **costruire progressivamente un'audience internazionale consapevole** e profilata in vista della prima edizione della manifestazione nel 2027.

Salone Contract 2027: il punto di convergenza

Nella roadmap sviluppata con OMA, **Salone Contract 2027** esplorerà **le opportunità emergenti del settore**. Il risultato sarà **un'esposizione strutturata**, con **aziende selezionate a rappresentare l'eccellenza dell'offerta contract** in termini di **qualità progettuale, capacità industriale e affidabilità operativa**. Non sarà solo una vetrina generalista e trasversale, ma mirerà anche a restituire **una visione coerente e credibile del contract contemporaneo**. Per le **aziende**, Salone Contract 2027 rappresenterà un'opportunità di **posizionamento qualificato**, fondata sulla **rilevanza delle relazioni** e sulla **qualità della domanda internazionale**. Per gli **operatori**, la manifestazione si configura come uno **strumento di selezione, confronto e orientamento**, utile a ridurre tempi e rischi decisionali in un mercato caratterizzato da elevata complessità.

Nel contesto di Salone Contract 2027, è prevista anche la prima edizione di **Salone Contract Forum**, a cura di **Salone del Mobile.Milano e OMA**, **tre giorni di presentazioni** che vedranno coinvolti i più influenti **top player di settore e un'agenda b2b di incontri con operatori internazionali**. Per la realizzazione di Salone Contract 2027, Salone del Mobile.Milano si avvarrà della collaborazione di **Federico Pompignoli - PMP Architecture, come local partner**.

Contract: figures & facts

Dimensione e geografie di un mercato in evoluzione

Il contract furniture in Europa rappresenta un mercato da oltre **13,5 miliardi di euro di produzione**, con consumi pari a circa **11 miliardi di euro**. Negli ultimi due anni il segmento ha mostrato **una performance migliore rispetto all'intero settore dell'arredo**, confermando una stabilità strutturale anche in uno scenario macroeconomico complesso.

La **produzione contract** resta in larga parte concentrata in Europa, mentre meno del **20% dell'output è destinato a progetti extra-europei**, principalmente in **Nord America, Medio Oriente e Asia-Pacifico. Regno Unito, Italia, Germania, Polonia e Svezia**, che insieme rappresentano oltre il **60%** della produzione europea totale, confermano il ruolo del **continente** come **hub produttivo e progettuale** con proiezione globale. (Fonte: The Contract Furniture and Furnishings Market in Europe Report, CSIL).

Segmenti chiave

Tra i principali motori del contract post-pandemia si distinguono diversi ambiti, in particolare quelli ad **alto contenuto progettuale e di personalizzazione**. Tra i principali motori del contract post-pandemia si distinguono diversi ambiti, in particolare quelli a elevato **contenuto progettuale e ad alto grado di personalizzazione**. Accanto al settore **ufficio**, che resta il primo per dimensioni, si registrano performance solide nelle **strutture ricettive di fascia alta e nei comparti education, healthcare e marine**. Questi ultimi tre segmenti hanno mostrato una crescita costante nel periodo 2018-2024, trainata da una domanda in continuo aumento di **soluzioni su misura**. Il settore **marine**, in particolare, ha dimostrato una notevole resilienza già nel 2020, sostenuto dalla ripresa del traffico crocieristico e dall'intensa attività dei cantieri navali. A questo si aggiunge il contributo rilevante del segmento yacht e superyacht, sempre più orientato verso **arredi e cucine di alta gamma realizzati ad hoc**. (Fonte source Emerging Trends in Real Estate® 2026, PwC and the Urban Land Institute (ULI)).

Nuovi fattori di competitività e selettività del mercato

Nel complesso, il **panorama competitivo** del **contract** risulta in **costante e rapida evoluzione**, sebbene caratterizzato da **barriere all'ingresso elevate e strutturali**. Standard normativi e antincendio differenziati per mercato, requisiti tecnici stringenti e la necessità di essere inclusi nelle master specifications delle community di architetti e progettisti rendono l'accesso progressivo e di lungo periodo. A questo si aggiungono **barriere finanziarie** legate a garanzie, tempi di pagamento e capacità di sostenere cicli di progetto complessi. Nel contesto attuale, la competitività nel contract dipende sempre più da **tre fattori chiave: prontezza digitale** (file BIM, dati LCA/EPD), **agilità produttiva** nella **gestione** della **mass customisation** e **sostenibilità** dimostrabile lungo il ciclo di vita. Per gli osservatori di settore, questi elementi non rappresentano più un **vantaggio competitivo**, ma una **condizione di accesso** ai **mercati** più **maturi** e a quelli in più **rapida crescita**. La **sostenibilità** non è più valutata come elemento reputazionale, ma come **fattore di efficienza operativa, riduzione del rischio e accesso al capitale**.

Salone
Raritas.
Curated
Icons, Unique
Objects and
Outsider
Pieces



Salone del Mobile.Milano

Salone Raritas. Curated Icons, Unique Objects and Outsider Pieces. Un nuovo ecosistema espositivo debutta al Salone del Mobile 2026

Alla 64ª edizione della Manifestazione debutterà Salone Raritas con una speciale selezione di 25 espositori, la curatela di Annalisa Rosso e l'exhibition design di Formafantasma. Obiettivo: costruire un contesto adeguato e una rete di relazioni e opportunità commerciali per pezzi unici o rari, colmando la distanza fra una produzione creativa speciale e il mercato B2B del design.

Il conto alla rovescia è finito: Salone Raritas è pronto a debuttare, dal **21 al 26 aprile** nel **padiglione 9** di Fiera Milano Rho, come una delle **novità più attese della 64ª edizione del Salone del Mobile.Milano**. Per la prima volta, **pezzi unici, edizioni limitate e creazioni outsider** escono dai circuiti tradizionali del collezionismo per entrare nel **cuore pulsante del mercato B2B**, in un **confronto diretto con la filiera internazionale del progetto** – architetti, interior designer, developer, operatori dell'hospitality e del contract. Un progetto curatoriale che porta alla luce un territorio fino a oggi inesplorato in ambito fieristico professionale, trasformandolo in uno **spazio vivo di incontro, relazione e visione**. Qui, il **valore culturale degli oggetti** dialogherà con la **scala dei grandi incarichi contemporanei**, aprendo nuove prospettive al design da collezione e alla sua capacità di **generare identità nei contesti più ambiziosi**.

Salone Raritas non sarà una semplice sezione del Salone, ma un **atlante curatoriale**, che riunirà circa **25 espositori** visionari provenienti da tutte le geografie. Tra questi: la galleria italiana **Nilufar**, pioniera nel dialogo tra design contemporaneo e pezzi dei grandi maestri del passato; **COLLECTIONAL**, piattaforma emiratina che affiancherà a pezzi in edizione limitata un progetto speciale firmato da Sabine Marcelis; Salviati, la storica fornace di Murano che ha affidato a **Draga & Aurel il compito di reinterpretare** il vetro in chiave attuale; **Mouromtsev Design Editions**, realtà UAE esordiente che presenterà **SOFT PARADE**, una nuova collezione di Job Smeets curata da Maria Cristina Didero, **Mercado Moderno**, punto di riferimento per il modernismo tropicale e il collectible design sudamericano; **Bianco67**, nuova generazione di alto artigianato italiano che combina marmi e nuovi tecnologie con una collezione disegnata da Parasite 2.0; **Brun Fine Art**, galleria con sedi a Londra, Milano e Firenze attiva nel panorama dell'antiquariato europeo di alta gamma. Voci, visioni e identità differenti che per la prima volta si ritroveranno all'interno di una **piattaforma fieristica** pensata per **dialogare direttamente con la filiera internazionale del progetto**. Un racconto condiviso, dove **qualità, unicità e valore culturale** – oggi **asset imprescindibili** – si intrecceranno con le **esigenze del mondo del progetto contemporaneo**, generando nuove connessioni, scambi e prospettive.

Curato da **Annalisa Rosso, Editorial Director e Cultural Events Advisor del Salone del Mobile**, a firmare l'architettura espositiva e la mise en scène sarà **Formafantasma**, che ha concepito l'area di Salone Raritas come una **grande lanterna architettonica**: un paesaggio poroso e dichiarato nella sua materialità, pensato per **esaltare i racconti** custoditi al suo interno, senza sovrastarli. Lo spazio è disegnato per **garantire riconoscibilità e ritmo**, mentre una **palette cromatica e materica** predefinita consente personalizzazioni calibrate.

"Salone Raritas nasce da un'intuizione che è anche una responsabilità: leggere l'evoluzione del mercato internazionale e offrire una risposta coerente con l'identità del Salone del Mobile.Milano. Il nostro ruolo, da sempre, è anticipare i tempi: oggi lo facciamo aprendo un nuovo capitolo dedicato al design autoriale, di ricerca e all'antiquariato – un territorio straordinariamente fertile – che entra in relazione diretta con il sistema professionale del progetto. Salone Raritas sarà una piattaforma curatoriale con una forte consapevolezza di mercato, in grado di intercettare la crescente domanda di pezzi rari e iconici da parte di architetti, sviluppatori, brand e investitori, che oggi riconoscono in questo tipo di design un asset

strategico per affermare identità e visione. In un momento in cui il mondo professionale punta su unicità, contenuto e qualità, Salone Raritas interpreta appieno il ruolo della Manifestazione come attivatore di connessioni, visioni e linguaggi internazionali” afferma **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano** e conclude: *“Questo progetto si inserisce in continuità con la nostra storia, ma costituisce un’apertura sostanziale verso nuovi scenari: per la prima volta, pezzi unici e di ricerca, edizioni limitate, alta manifattura creativa entrano pienamente nel cuore del Salone. Accogliere e valorizzare questi pezzi significa riconoscere il valore di quel design concepito per durare nel tempo, che il Salone ha sempre promosso e sostenuto come espressione autentica di cultura progettuale. Contestualmente, apriamo un nuovo canale di dialogo diretto con il mondo del B2B e del contract, dando forma a una piattaforma pensata per rispondere alle esigenze di un pubblico professionale, attento alla qualità, all’identità e al valore culturale dei progetti”*.

“Nel panorama dei grandi progetti contemporanei, Salone Raritas intercetta un cambio di passo: l’ospitalità internazionale, lo sviluppo immobiliare residenziale e ricettivo e il retail esperienziale integrano sempre più opere e arredi in edizione limitata come leve di identità e posizionamento. Portare il design da collezione al Salone significa essere i primi a presidiare un ambito in evoluzione, mettendolo in connessione per la prima volta con investitori, developer e committenze che cercano qualità, rarità e un racconto coerente come nuovi indici di valore per hotel, residenze e spazi pubblici.” spiega **Annalisa Rosso, Editorial Director e Cultural Events Advisor per il Salone del Mobile e curatrice di Salone Raritas**.

Per **Formafantasma, Andrea Trimarchi e Simone Farresin**, l’allestimento è un **dispositivo critico** oltre che **funzionale**: *“Salone Raritas, per noi, è un invito a rallentare e a guardare davvero: non un set museale, ma un luogo vivo, dove le gallerie possano respirare senza perdersi nel rumore della fiera. Abbiamo immaginato un perimetro-lanterna, un segno luminoso che serva a orientarsi, e una struttura modulare pensata per il riuso e la creazione di uno spazio intimo e visivamente coerente”*.

Salone Raritas offrirà **esperienza immersiva e distintiva**, nella quale opere uniche e serie limitate si **misurano con interlocutori** che spesso **non si incrociano in altri circuiti** e consolida la vocazione del Salone del Mobile.Milano a essere non solo piattaforma commerciale, ma infrastruttura culturale: un luogo in cui la **rarità** smette di essere eccezione per diventare **linguaggio progettuale condiviso**.

Aurea, an Architectural Fiction



Salone del Mobile.Milano

Maison Numéro 20 presenta Aurea, an Architectural Fiction

Un'installazione immersiva e narrativa nel cuore del Salone. Un hotel immaginario che reinventa i codici del lusso e dell'ospitalità come esperienza teatrale e sensoriale. Ideato da Maison Numéro 20, studio parigino fondato da Oscar Lucien Ono, maestro della decorazione haute couture.

Aurea, an Architectural Fiction, cuore del percorso “A Luxury Way” nei padiglioni 13-15 del Salone del Mobile.Milano, non è un albergo in senso stretto, ma **un’esperienza spaziale totale e una riflessione sul design come forma narrativa**: una mise-en-scène dell’immaginario, una coreografia di camere e corridoi dove **il lusso non è ostentazione**, ma **evocazione** e **l’interior si fa racconto e scenografia**. Il progetto è ideato da **Maison Numéro 20**, studio di interior decoration e art direction fondato a Parigi da **Oscar Lucien Ono**. Qui, **Art Déco, surrealismo, mitologia, cinema d'autore e orientalismo** si intrecciano in un linguaggio che combina **eccesso e sottrazione, materia e visione**: le espressioni contemporanee aprono un dialogo libero e aperto con i riferimenti classici, dando vita a un linguaggio senza tempo capace di **unire patrimonio, innovazione ed emozione**.

Architetture e interni dell’altrove

Aurea è l’interpretazione immaginifica di un hotel: un racconto spaziale in cui ogni ambiente si offre come la proiezione di un sogno, una scena sospesa nel tempo e nello spazio. **L’intero progetto** è permeato da una **ricerca di equilibrio** e di **bellezza misurata**. Il nome Aurea richiama il termine latino **aureus** – “dorato”, “brillante”, “prezioso” – e, allo stesso tempo, è un rimando alla linea aurea, il concetto matematico da sempre considerato simbolo di armonia e completezza visiva.

Commenta **Oscar Lucien Ono**: “Questa collaborazione con il Salone del Mobile mi offre l’opportunità di esprimere una visione personale dell’ospitalità, in cui architettura e design danno forma a scenari intimi attraverso una composizione narrativa e un dialogo sensibile tra luce e materia”.

Il progetto supera, così, la funzione tradizionale e propone **un’idea universale di spazio**, invitando il visitatore a trasformarsi in viaggiatore. Il percorso si articola in una **sequenza di ambienti scenografici**, che evocano lo spirito del Salone come luogo di scoperta e meraviglia. Di stanza in stanza, l’esperienza diventa un viaggio attraverso atmosfere ogni volta diverse e coinvolgenti. I visitatori si muovono all’interno di un’ospitalità sospesa, dove ogni spazio è intimo e frutto dell’immaginazione. L’esplorazione si apre con la **Hall of Dreams**, un ingresso teatrale che accoglie il visitatore tra archi e luci soffuse, introducendo a un universo onirico. Vengono poi condotti nel **Velvet Salon**, una biblioteca avvolgente con caminetto stilizzato, spazio di meditazione e sospensione del tempo. Il **Forbidden Oasis** evoca un salotto Art Deco velato e sensuale, tra palme laccate e atmosfera segreta. La suite **Thousand Nights** si trasforma in un palazzo privato da fiaba orientale, con mosaici madreperlati e drappi setosi. Il **Midnight Bar**, infine, è un luogo clandestino dove il fascino notturno e la luce dorata si fondono in un’esperienza tra eleganza spettrale e piacere estetico.

Il lusso come gesto responsabile

Aurea si presenta anche come un **manifesto di sostenibilità**, dove ogni elemento – dai materiali ai tessuti, dalle luci alle installazioni – è scelto **secondo criteri di circolarità e rispetto ambientale**. In collaborazione con partner come **Nagami Design**, che trasforma la plastica recuperata dagli oceani in arredi di nuova generazione, il **concetto di lusso** si riscrive: non **più consumo**, ma **gesto consapevole e responsabile**.

SaloneSatellite



Salone del Mobile.Milano

SaloneSatellite.

Maestria artigiana + Innovazione. Skilled Craftsmanship + Innovation

Alla sua 27ª edizione, il SaloneSatellite sceglie di riaccendere i riflettori sull'artigianato come motore del design: dal gesto all'innovazione, tra sperimentazione, nuove tecniche e responsabilità progettuale.

Il **SaloneSatellite** si riconferma nel 2026 come luogo pulsante di visione e anticipazione, fucina di idee e snodo strategico per comprendere dove sta andando il design globale. All'interno della piattaforma del Salone del Mobile.Milano, **nei padiglioni 5 e 7 di Fiera Milano Rho**, torna l'appuntamento più atteso per scoprire il talento under 35: **la 27ª edizione del SaloneSatellite**, curata da **Marva Griffin Wilshire**, fondatrice della Manifestazione nel 1998, e madrina e mentore di generazioni di giovani progettisti.

Nuovi artigianati per nuovi mondi: la tematica 2026

Maestria artigiana + Innovazione — Skilled Craftsmanship + Innovation è il tema che plasma l'edizione 2026 del SaloneSatellite. Ma non si tratta solo di un titolo, bensì di una **posizione culturale e progettuale ben precisa**: quella che riconosce nell'artigianato non un nostalgico rifugio nel passato, ma un **dispositivo creativo capace di ridefinire il futuro**. L'artigianato oggi torna **protagonista**, in una fase storica in cui le nuove generazioni di progettisti – cresciute tra codici digitali e intelligenze artificiali – riscoprono il **potere tattile, umano e poetico** del “fare con le mani”. Il SaloneSatellite intercetta questo sentire profondo, questa **esigenza di radicamento**, e la trasforma in **piattaforma di sperimentazione concreta**. Qui, il “saper fare” artigiano non è più solo tecnica, ma **linguaggio, visione, valore culturale**, diventando **alleato dell'innovazione** e dando forma alle urgenze, alle speranze e ai bisogni emergenti di una nuova generazione globale di designer.

Nelle proposte di oltre **700 giovani designer under 35 da 43 Paesi**, affiancati da **23 Scuole e Università di Design internazionali**, si manifesta un artigianato **rinnovato, ibrido, capace di dialogare** con la **tecnologia** e di inserirsi in **contesti produttivi di alta gamma**, senza perdere la sua forza espressiva. Un artigianato che non teme l'industria, ma la affianca come **alleato, apportando unicità e autenticità a processi standardizzati**, dando vita a oggetti che portano con sé la **memoria della mano** e il **respiro del futuro**.

I **progetti selezionati** delineano una **nuova geografia di valori**, che unisce **economia circolare, autonomia creativa, identità culturale e affettività degli oggetti**. Il “fatto a mano” diventa una pratica consapevole che reintroduce **materiali naturali, tecniche locali, scarti rigenerati, produzioni lente, ossia cura, dedizione, emozione** qualità immateriali, oggi, sempre più necessarie per ritessere i legami tra oggetto e persona.

La **27ª edizione del SaloneSatellite** ci invita, dunque, a ripensare il **ruolo dell'artigiano: non più antagonista dell'innovazione, ma suo catalizzatore**. In un mondo che accelera, la lentezza del gesto artigiano diventa **gesto radicale, atto politico, segno di resistenza e rinascita**.

Il SaloneSatellite Award: radar d'eccellenza e rivelatore di futuro

Giunto alla sua **15ª edizione**, il **SaloneSatellite Award** continua a distinguersi come una delle piattaforme più lungimiranti nel panorama del design internazionale. A sancire la sua autorevolezza, negli anni si sono avvicendati **oltre 130 giurati, tra curatori, direttori museali, designer, giornalisti e imprenditori di spicco**. Voci diverse, sensibilità culturali eterogenee, ma tutte accomunate da

un'elevata competenza critica e dalla capacità di riconoscere il potenziale là dove ancora si cela in forma embrionale.

Come ricorda **Paola Antonelli, curatrice del MoMA e presidente della Giuria del SaloneSatellite Award sin dalla prima edizione**, il premio non celebra semplicemente l'oggetto ben progettato, **ma intercetta un modo di pensare, un'intuizione prima del mercato, una ricerca prima della scala industriale**. È una forma di "immaginazione collettiva" che rivela ciò che sarà **strutturale, non effimero**. I giovani designer non offrono soluzioni semplici, ma **visioni radicali e concrete**, che affrontano temi come l'ambiente, l'equità, le nuove economie e le relazioni tra persone, industria e pianeta.

Dal 2010, il SaloneSatellite Award ha premiato **45 vincitori principali, provenienti da 24 Paesi distribuiti tra Europa, Asia, Africa, Nord e Sud America**, a testimonianza di un design giovane che è davvero **globale**. Tra loro, nomi che, oggi, popolano riviste, musei, fiere e showroom. Nomi che creano brand, collaborano con le aziende, sperimentano nuovi linguaggi. Designer che sono passati proprio da qui, quando erano ancora sguardi curiosi e che, da premi speciali hanno dato vita a storie, business, prodotti di successo. Non solo successi individuali: ogni percorso nato dal SaloneSatellite racconta il potenziale di un **ecosistema che non si limita a offrire visibilità, ma che attiva reti, dialoghi, opportunità produttive e culturali su scala globale**.

Con ogni edizione, l'Award rinnova la sua vocazione: non celebrare soltanto l'oggetto finito, ma riconoscere il pensiero che lo genera, e accompagnarne l'evoluzione. Perché il design del futuro comincia sempre da uno sguardo nuovo. L'edizione 2026 vedrà la Giuria riunita per selezionare i **tre progetti vincitori – mercoledì 22 aprile 2026, alle ore 15.00, presso l'Arena del SaloneSatellite** – tra le proposte degli espositori under 35, valutando **innovazione, sostenibilità, fattibilità produttiva e valore narrativo del progetto**. Un'occasione per tracciare, come ogni anno, una possibile traiettoria del design che verrà.

A Matter of Salone



Salone del Mobile.Milano

Dal gesto alla forma: “A Matter of Salone” è la nuova narrazione del Salone del Mobile.Milano

Dalla riflessione sull'umano alla materia come significato: la nuova campagna di comunicazione del Salone esplora l'origine fisica e simbolica del progettare, un racconto visivo composto da prospettive differenti, unite da un'idea comune di trasformazione e genesi.

Dopo aver messo al centro l'essere umano con la campagna “**Thought for Human.**” del 2025, firmata dallo sguardo sensibile e documentaristico del fotografo americano **Bill Durgin**, il **Salone del Mobile.Milano** prosegue nel suo percorso di riflessione sul **senso** del **progetto** con “**A Matter of Salone**”, la campagna di comunicazione che accompagnerà l'edizione 2026. Se l'anno scorso il design veniva esplorato come linguaggio al servizio dell'uomo, oggi il punto di partenza si fa ancora più originario: la **materia**. Materia da toccare, da leggere, da interpretare. Materia che **custodisce memoria** e al tempo stesso **nasconde un potenziale ancora da rivelare**.

La campagna prende forma a partire da una domanda essenziale: **quale significato può assumere oggi il design?** La risposta, tanto visiva quanto concettuale, affonda le radici nella materia, intesa non solo come sostanza fisica, ma come **origine, memoria, possibilità da attivare**. Non è più soltanto una questione di forma o funzione: è un processo in cui ciò che è tangibile si trasforma in valore. *Matter*, infatti, è materia, ma anche ciò che conta, ciò che genera senso.

È da questa ambivalenza che nasce “**A Matter of Salone**”, un progetto collettivo **firmato da Motel409** e realizzato con sei voci della creatività contemporanea: i fotografi **Charles Negre, Eduard Sánchez Ribot e Alecio Ferrari**, e i set designer **Studio Végété, Laura Doardo e Stilema Studio**. Il loro lavoro ha dato vita a un **sistema di immagini stratificato**, costruito a più mani, dove ogni intervento amplifica la visione comune. L'approccio è stato volutamente multidisciplinare, per restituire la complessità dell'idea iniziale attraverso un **linguaggio fatto di materia, luce, gesto e trasformazione**. Il risultato è un immaginario che tiene insieme concretezza e astrazione, **una composizione visiva capace di evocare tanto quanto di spiegare**, profondamente connessa alla cultura del progetto.

Commenta **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**: “*Con A Matter of Salone abbiamo voluto rimettere al centro la materia come origine del pensiero progettuale. Una materia viva, che si lascia interrogare, trasformare, attraversare. Questa campagna è un invito a guardare il design non solo come risultato, ma come processo collettivo, che prende forma nel dialogo tra mani, saperi e visioni. È così che il Salone continua a raccontare il suo tempo: partendo da ciò che conta davvero.*”

La campagna si sviluppa intorno a **sei soggetti materici**, ciascuno dei quali rappresenta un principio progettuale fondamentale. La **pietra** è l'**origine**, simbolo della semplicità senza fronzoli; scavata, decostruita, rivestita, diventa terreno di sfida per nuove percezioni di solidità. Il **petalo** incarna la **sensualità della materia**, esaltata da tecniche come il laser cutting e l'ink dye, che mettono in evidenza le possibilità più avanzate **dell'innovazione materica**. Il **legno**, materia viva, racconta la **funzione**: è segno di continuità tra uomo, natura e costruzione, e rivela potenzialità espressive attraverso forature, incastri e sculture. La **spugna**, con la sua volumetria mutevole, parla di **reinvenzione**: materia che cambia, che si lascia piegare, comprimere, tagliare, uscire dall'ombra per

diventare icona visiva. **L'uovo**, universalmente riconosciuto come emblema di **nascita** e **rinnovamento**, è il soggetto rappresentativo dello spin-off "Reimagining Matters" dedicato a SaloneSatellite, lo spazio dedicato ai giovani talenti del design che spingono i confini del conosciuto con idee fresche e pensiero sperimentale. Un **magnete di terre rare** rappresenta il nuovo spazio espositivo Salone Raritas. **Unicità** e **specialità** sono valori al centro di questo progetto, perfettamente incarnati dal magnete realizzato con elementi chimici delle terre rare, un simbolo di rarità e scarsità della materia e un materiale oggi indispensabile per molte tecnologie moderne. Ciò che è raro diventa essenziale all'interno di una società dipendente dalla tecnologia.

Racconta **Federico Grassi, Direttore Creativo di Motel409**: *"Ci siamo chiesti cosa accade alla materia quando la si guarda con gli occhi del progetto. Da questa domanda è nato A Matter of Salone: un lavoro a più mani, dove l'energia dei materiali si fonde con la visione, il gesto, l'immagine. Non volevamo illustrare il design, ma evocarlo. Farne esperienza visiva e sensoriale, lasciando che fosse la materia stessa a raccontare. E il Salone è stato, come sempre, lo spazio dove questa trasformazione ha potuto accadere".*

La struttura narrativa della campagna è pensata come un **percorso in tre atti**. Si comincia con **l'esplorazione ravvicinata della materia**, in scatti che ne svelano la pelle, la trama, l'essenza. Si passa poi alla **presentazione degli oggetti** nella loro **forma archetipica**, essenziale. Infine, la materia si lascia attraversare dal **gesto umano**: viene toccata, scolpita, modificata, in una sequenza visiva che culmina con mani, strumenti e materiali che si incontrano e dialogano. **Il risultato è un crescendo visivo e simbolico**, che termina con la rivelazione **dell'artefatto finito**: oggetti che portano con sé non solo funzione e forma, ma **memoria, tensione, visione**.

Durante il processo creativo, il fotografo **Charles Negre** ha sintetizzato il cuore della campagna con un'espressione che ne incarna profondamente lo spirito: *"Ogni materia ha la sua energia, e tutto ciò che noi dobbiamo fare è saper canalizzare quest'energia, attraverso l'immagine, fino a raggiungere il pubblico. Non bisogna mai dimenticarsi dell'emozione, altrimenti perdiamo lo scopo del tutto".* Un'emozione che si percepisce in ogni frame della campagna, pensata non solo per essere vista, ma per essere sentita.

Il fotografo **Alecio Ferrari** racchiude così le sensazioni del suo percorso creativo nella realizzazione della campagna: *"La bellezza di lavorare con materie prime risiede nell'imprevedibilità. Quando lavori con qualcosa di non raffinato, ti apri alla sorpresa e non sai mai davvero quale sarà il risultato finale".*

"A Matter of Salone" è molto più di un progetto visivo. È un atto di ascolto e di traduzione. Un invito a guardare il design non solo come disciplina, ma come pensiero incarnato, capace di attraversare materiali e significati, di **restituire profondità all'atto di progettare**. Qui la materia non è più solo risorsa o superficie: **è voce, storia, orizzonte da immaginare insieme**.

Partnership e collaborazioni



Salone del Mobile.Milano

Partnership e collaborazioni

Aggiungendo nuove partnership e consolidando quelle già avviate, il Salone del Mobile.Milano 2026 promuove e sostiene idee e progetti di condiviso valore, capaci di intrecciare creatività e responsabilità.

La 64ª edizione del Salone del Mobile.Milano vede al centro della sua narrazione la campagna di comunicazione “A Matter of Salone”, che invita a considerare il design non solo come forma ma come responsabilità. Un invito a guardare oltre la superficie, fino all'origine dei materiali, e a porci delle domande sul loro impatto e sul significato del nostro operato. La scelta degli sponsor e delle partnership per il 2026 condivide questa prospettiva di ricerca, creatività e responsabilità, trasformando il progetto in un gesto di consapevolezza condivisa.

Avviata nel 2017, la partnership istituzionale tra **Intesa Sanpaolo** e il Salone si conferma a sostegno del sistema dell'arredo e del design, rafforzando l'impegno del Gruppo a fianco delle imprese della filiera per promuoverne crescita sostenibile, innovazione, digitalizzazione ed economia circolare, nonché lo sviluppo sui mercati internazionali. Un'azione che si inserisce nel più ampio Programma Sviluppo Filiera della Banca che coinvolge oltre 200 filiere del Made in Italy, più di 25.000 addetti e 6.000 fornitori, per un giro d'affari superiore a 22 miliardi di euro, con l'obiettivo di rafforzare un patrimonio industriale di eccellenza facilitando l'accesso al credito, sostenendo i percorsi di transizione digitale e green, ricerca innovativa e sviluppo internazionale.

Panerai, storico marchio di orologi di lusso che coniuga design italiano e tecnologia svizzera, conferma per il quarto anno consecutivo il ruolo di **Official Time Keeper** del Salone del Mobile.Milano. Dal 21 al 26 aprile 2026, Panerai riaprirà le porte del suo pop up store nel cuore di Fiera Milano Rho, lungo il centralissimo Corso Italia, offrendo la possibilità a tutti i visitatori di vivere una nuova esperienza immersiva nell'universo della Maison. In uno spazio temporaneo di circa 100 m², Panerai presenterà un'accurata selezione di orologi delle sue collezioni più iconiche - Luminor, Submersible e Radiomir, oltre a un nuovo segnatempo che, svelato la settimana precedente in occasione di Watches & Wonders 2026, sarà disponibile in anteprima assoluta sul mercato italiano per la settimana del Salone del Mobile.

Per la prima volta al fianco di Salone del Mobile.Milano ci sarà **K-Way**, l'iconico brand parigino creato nel 1965. Salone del Mobile e K-Way condividono una profonda connessione fatta di valori legati al meaningful design e all'urban mobility. La partnership prevede il coinvolgimento di Bianca Felicori, ricercatrice, autrice e fondatrice di Forgotten Architecture, un progetto che seleziona gli edifici più iconici e significativi di Milano e costruisce un itinerario alla riscoperta della visione dei grandi maestri. Per Salone del Mobile, Felicori ha selezionato cinque architetture che dialogheranno con strutture leggere in nylon create da K-Way: simili ad aquiloni, queste installazioni evocheranno concetti di movimento e protezione, celebrando il legame profondo tra il brand, l'ambiente urbano e lo spirito di esplorazione. L'itinerario sarà raccolto in un booklet omaggio, disponibile presso i due flagship store K-Way di Milano e in uno spazio esclusivo: un'edicola in Piazza del Duomo curata dal Salone in collaborazione con il brand.

Tredicesimo anno per la collaborazione con **Ca' del Bosco**, eccellenza vinicola italiana in ambito internazionale, che quest'anno si presenta, sempre nel centrale asse di Corso Italia, con uno stand istituzionale realizzato su 190 m². Uno spazio che richiama lo stile inconfondibile di Ca' del Bosco e che prende ispirazione – nei materiali, nei colori e nella modernità dello stile – da alcuni dei nuovi spazi della cantina, recentemente inaugurati. Una conferma della stima reciproca e dei valori che legano Ca' del Bosco al Salone: passione, stile, inventiva, genialità, innovazione che si accompagnano all'artigianalità e alla tradizione. Per gli appassionati l'esperienza si completa con la possibilità di degustare i vini di Ca' del Bosco in abbinamento a proposte gastronomiche di altrettanta qualità.

Continua dal 2019 la partnership di **S.Bernardo** e Salone del Mobile.Milano. S.Bernardo si considera custode dell'acqua che porta sulle tavole. Opera costantemente a tutela dell'ambiente che circonda le fonti, proteggendole dall'intervento antropico. Preleva esclusivamente la quantità di acqua necessaria, che viene poi reintrodotta in natura, limitando al massimo gli sprechi. Il risultato del percorso intrapreso da oltre dieci anni, basato su un rispetto concreto e reale dell'ambiente, è il raggiungimento della riduzione e compensazione del 100% delle emissioni dirette. Un traguardo ormai imminente, frutto di una strategia strutturata e di lungo periodo. La visione comune è quella di mettere in atto scelte ponderate, capaci di generare benefici ambientali duraturi nel tempo.

Tra le partnership consolidate spicca quella con **illycaffè**, azienda globale di caffè conosciuta per la sua qualità sostenibile, che conferma il ruolo di Official Coffee Partner della Manifestazione. Il brand sarà presente in diversi spazi, dal Caffè della Stampa alla Red e International Business Lounge, offrendo a designer, buyer e giornalisti l'occasione di degustare l'esclusivo blend illy 100% Arabica durante i momenti di pausa.

Rinnovata per il quinto anno consecutivo, invece, la collaborazione **con Radio DeeJay, Radio Capital e m2o**: musica, intrattenimento e informazione si alterneranno alle tante voci di espositori, designer, architetti e visitatori coinvolti quotidianamente dagli speaker delle radio del Gruppo GEDI.

Infine, il Salone del Mobile.Milano supporta la piattaforma **www.mitodesignconnections.it** promossa da **Unione Industriali Torino e Camera di commercio di Torino**, che mira a promuovere le relazioni tra imprese di Torino e Milano e a fornire supporto logistico e di ospitalità per espositori e visitatori del Salone del Mobile e del Fuorisalone. La piattaforma offre prenotazioni alberghiere, informazioni su location per eventi, organizzazione degli spostamenti tra Torino Porta Susa e Rho Fiera (circa 40 minuti).

Biografie



Salone del Mobile.Milano

Biografie

Salone del Mobile.Milano

Maria Porro

Presidente del Salone del Mobile.Milano

Nata a Como nel 1983, a settembre 2020 è stata eletta all'unanimità dall'Assemblea Generale Presidente di Assarredo. Già nel 2017 entra nel Consiglio Direttivo di Assarredo e dal 2019 è parte del Consiglio Generale di FederlegnoArredo. È direttrice marketing e comunicazione della Porro S.p.A., marchio storico del design italiano fondato dal bisnonno Giulio nel 1925; nel 2014 entra stabilmente in Porro occupandosi di rafforzare la rete commerciale internazionale e di rinnovare le strategie di comunicazione, fino ad assumere l'incarico attuale, con un'attenzione prioritaria verso lo sviluppo sostenibile. Laureata cum laude in Scenografia all'Accademia delle Belle Arti di Brera, ha lavorato nel mondo del teatro, dell'arte e dei grandi eventi come progettista, coordinatrice e curatrice. Ha sempre mantenuto uno stretto legame con l'impresa di famiglia e con il mondo del design, collaborando in particolar modo con il padre Lorenzo Porro e con lo studio Lissoni Associati nelle ricerche stilistiche e nello sviluppo di nuovi prodotti, seguendo in prima persona la partecipazione dell'azienda al Salone del Mobile. È Presidente del Salone del Mobile.Milano dal luglio 2021.

Claudio Feltrin

Presidente FederlegnoArredo

Claudio Feltrin è, da ottobre 2020, il Presidente di FederlegnoArredo e Vicepresidente di Federlegno Arredo Eventi SpA da marzo 2021. Nel 2014 entra nel Consiglio direttivo di Assarredo e nel 2017 ne diventa Presidente, incarico che ha lasciato con l'elezione alla guida della Federazione per il quadriennio 2020-2024. A marzo 2023, la carica viene riconfermata fino al 2026. Claudio Feltrin è inoltre Presidente di Arper Spa, azienda di design italiana che crea sedute, tavoli e complementi d'arredo per la collettività, il lavoro e la casa, fondata nel 1989 insieme al padre Luigi e il fratello Mauro.

Marco Sabetta

Direttore Generale del Salone del Mobile.Milano

Nasce a Milano nel 1958. Si laurea in Economia e Commercio presso l'Università Bocconi di Milano, con specializzazione in economia industriale/marketing. Inizia la sua carriera professionale nel 1984 presso il Gruppo Fininvest, dove nel giro di pochi anni assume cariche di rilievo all'interno di Publitalia fino a quella di Direttore Centrale della Direzione Commerciale Lombardia. Nel 2000 diventa Direttore vendite del Gruppo E.BISCOM e l'anno successivo Direttore vendite stampa e Direttore della divisione internet di Publikompass, concessionaria del Gruppo Fiat, dove assume successivamente la carica di Direttore eventi, iniziative speciali e progetti multimediali. È poi, nel 2004, Consulente di marketing e vendite per l'apertura della sede italiana di VRWAY COMMUNICATIONS, società svizzera di comunicazione e servizi su internet. Tra il 2004 e 2007 è Direttore Commerciale F.C. Internazionale di Milano. Dal marzo 2008 è Direttore Generale del Salone del Mobile di Milano, che comprende le seguenti manifestazioni rappresentative del sistema casa-arredo: Salone Internazionale del Mobile, EuroCucina, Salone Internazionale del Bagno, Euroluce, Workplace3.0, S.Project, Salone Internazionale del Complemento d'Arredo e SaloneSatellite.

Marva Griffin Wilshire

Fondatrice e curatrice del SaloneSatellite

Ambassador Relazioni Internazionali del Salone del Mobile.Milano

Marva Griffin Wilshire nasce in Venezuela e Milano diventa la sua città di adozione quando inizia a lavorare nel settore del design e dell'arredo. Attualmente è Ambassador Relazioni Internazionali del Salone del Mobile.Milano e Visiting Professor presso Tongji University, College of Design and

Innovation (D&I), Shanghai, Cina. Nel 1998 fonda il SaloneSatellite, che nel maggio 2014 ha ricevuto il Premio Compasso d'Oro XXIII alla Carriera. Nel 2017 riceve l'Ambrogino d'Oro, nel 2021 dal Politecnico di Milano la Laurea Magistrale ad Honorem in Design e, nel 2024, l'Honorary Doctorate in Fine Arts conferito da Rhode Island School of Design, Providence, USA. Dal 2001, è membro del Philip Johnson Architecture & Design Committee del Museum of Modern Art (MoMA) di New York. Dal 2016, è Italian Design Ambassador nel mondo.

Salone Raritas

Annalisa Rosso

Editorial Director and Cultural Events Advisor del Salone del Mobile.Milano

Annalisa Rosso è Editorial Director and Cultural Events Advisor del Salone del Mobile.Milano, e Direttore di Euroluce International Lighting Forum. Tra i progetti concepiti e sviluppati per il Salone, la mostra Interiors by David Lynch. A Thinking Room a Milano e l'installazione performativa The Orbit's Orbit di Matilde Cassani a Shanghai. Rosso ha anche curato talk con speaker del calibro di Shigeru Ban, Francis Kéré, Hans Ulrich Obrist e John Pawson. Ha co-fondato Mr.Lawrence, una società di consulenza strategica per il design che ha l'obiettivo di incoraggiare la formazione di relazioni significative e definire nuove prospettive di mercato. Tra le collaborazioni chiave, B&B Italia, Nemo Group, EMU, Ambientec, ETEL, Four Seasons Milano, DesignSingapore Council, Craft ACT Australia, e IRTHI UAE. Speaker TEDx e Design Ambassador per gli Italian Design Day di Praga, Hong Kong e Copenaghen, Rosso ha fatto parte di numerosi comitati e giurie, tra cui quelli dedicati a The Design Prize a Milano, Design Parade a Hyères, Designblok a Praga, Collectible a Bruxelles, Madrid Design Festival, e The Advisory Hive di Società delle Api.

Formafantasma

Design Studio

Formafantasma (Andrea Trimarchi, Simone Farresin) è uno studio di design e ricerca che si occupa delle forze sociali, politiche, storiche ed ecologiche che hanno plasmato l'attuale disciplina del design. Sia che si tratti di lavorare per un cliente o di sviluppare progetti autonomi, lo studio applica la stessa rigorosa attenzione a contesto, processi e dettagli. La natura analitica di Formafantasma si traduce in risultati visivi, prodotti e strategie particolarmente accurati.

Aurea, an Architectural Fiction

Maison Numéro 20

Studio di architettura d'interni e design

Maison Numéro 20 è un pluripremiato studio di architettura d'interni e design di Parigi, noto per la forte esperienza nel settore dell'ospitalità. Grazie a un team di oltre venti professionisti, ha progettato più di trenta hotel in Francia e all'estero. Il suo approccio al lusso unisce originalità, profondità narrativa e artigianato di livello eccezionale, per creare mondi contraddistinti dall'incontro tra tradizione e creatività contemporanea.

Oscar Lucien Ono

Interior designer e fondatore di Maison Numéro 20

Oscar Lucien Ono, architetto d'interni e arredatore, ha fondato Maison Numéro 20 nel 2014. Dalla sede dello studio, nel cuore del quartiere Saint-Germain-des-Prés, realizza progetti prestigiosi – residenze private e hotel di lusso in Francia e all'estero – dove l'audacia del contemporaneo entra in comunicazione con l'eredità storica delle arti decorative. Ogni sua creazione valorizza i materiali più nobili, l'eccellenza artigiana e l'armonia tra diverse texture, dando forma a spazi eleganti, vivaci e profondamente unici.

Salone Contract

OMA

Studio di architettura e pianificazione urbana

OMA è uno studio internazionale che opera entro i confini tradizionali dell'architettura e della pianificazione urbana. La sua controparte AMO, studio di ricerca e design, applica le logiche dell'architettura a domini diversi. OMA è diretto da sette soci – Rem Koolhaas, Reinier de Graaf, Shohei Shigematsu, Iyad Alsaka, Chris van Duijn, Jason Long, e il managing partner David Gianotten – e ha sedi a Rotterdam, New York, Hong Kong e in Australia. Tra gli edifici progettati da OMA attualmente in costruzione, l'espansione del New Museum di New York, 730 Stanyan a San Francisco, The Perigon a Miami, il Museo Egizio di Torino, la Dhaka Tower in Bangladesh, il Palais de Justice a Lille, Harajuku Quest a Tokyo, Hangzhou Prism, il CMG Times Center a Shenzhen, e il Bajes Kwartier di Amsterdam. Il portfolio dei progetti completati include il Simone Veil Bridge di Bordeaux (2024), la Galleria dei Re del Museo Egizio (2024), Aviva Studios – Factory International di Manchester (2023), Apollolaan 171 ad Amsterdam (2023), il Buffalo AKG Art Museum di Buffalo (2023), la Toranomon Hills Station Tower di Tokyo (2023), il Taipei Performing Arts Center di Taipei (2022), l'Eagle + West a Brooklyn (2022), il Tenjin Business Center a Fukuoka (2021), Axel Springer Campus a Berlino (2020) e i Potato Head Studios di Bali (2020). Meno recenti ma degni di nota, gli edifici per la Fondazione Prada a Milano (2018), il Pierre Lassonde Pavilion di Quebec City (2016), il Faena Forum a Miami (2016), De Rotterdam (2013), la CCTV Headquarters di Pechino (2012), il Milstein Hall della Cornell University (2011), Casa da Música a Porto (2005), la Seattle Central Library (2004) e l'Ambasciata dei Paesi Bassi a Berlino (2003).

Rem Koolhaas

Fondatore di OMA

Rem Koolhaas (Rotterdam, 1944) ha fondato OMA nel 1975 insieme a Elia and Zoe Zenghelis e Madelon Vriesendorp. Laureatosi all'Architectural Association di Londra, nel 1978 ha pubblicato *Delirious New York: A Retroactive Manifesto for Manhattan*. Nel 1995, il suo libro *S,M,L,XL* ha riassunto il lavoro di OMA in un "romanzo sull'architettura". È co-direttore sia di OMA sia del suo ramo dedicato alla ricerca, AMO, attivo negli ambiti che esulano dell'architettura. Tra le opere che ha realizzato figurano l'Austrian House (2023), il Taipei Performing Arts Center (2022), l'Axel Springer Campus di Berlino (2020), la Qatar National Library e la Qatar Foundation Headquarters (2018), la Fondation Galeries Lafayette a Parigi (2018), la Fondazione Prada a Milano (2015/2018), il Garage Museum of Contemporary Art di Mosca (2015), la sede della China Central Television (CCTV) a Pechino (2012), la Casa da Musica a Porto (2005), la Seattle Central Library (2004) e l'Ambasciata dei Paesi Bassi a Berlino (2003). Koolhaas ha diretto la Biennale di Architettura di Venezia del 2014, è professore all'Università di Harvard e ha curato *Countryside: The Future* (2020), una mostra sulle aree non urbane di tutto il mondo, inaugurata nel febbraio 2020 al Guggenheim Museum di New York.

David Gianotten

Partner e architetto di OMA

David Gianotten è managing partner e architetto presso OMA, dove supervisiona la gestione organizzativa e finanziaria, la strategia aziendale e la crescita globale dello studio, oltre a gestire un suo portfolio di progetti di architettura. Oggi Gianotten è a capo di progetti in tutto il mondo, tra cui il Museo Egizio 2024 a Torino; lo Stadio Selman Stermasi a Tirana, in Albania; il Bajes Kwartier di Amsterdam, che ha trasformato un complesso carcerario degli anni Sessanta in un vivace quartiere di 1.350 appartamenti; il nuovo quartiere Koepel a Breda, che ha convertito un Panopticon e un complesso giudiziario in un'area a uso misto; le Innovation Partnership Schools ad Amsterdam; e il Metropolitan Village, un grattacielo residenziale a Taipei. Tra i progetti realizzati figurano la Galleria dei Re al Museo Egizio (2024), Apollolaan 171, un lussuoso edificio per uffici ad Amsterdam (2023), il Taipei Performing Arts Center (2022), i Potato Head Studios di Bali (2020), il WA Museum Boola Bardip a Perth (2020) e



il White Cube LIRCAEI a Lusanga (2018). Gianotten si occupa anche di progetti curatoriali, come la progettazione della mostra inaugurale per Powerhouse Parramatta in Australia e la co-curatela di N*thing is Possible al Singapore Design Centre (2022). È entrato a far parte di OMA nel 2008, ne ha inaugurato la sede di Hong Kong nel 2009 ed è diventato socio dello studio nel 2010, prendendo in carico il portfolio della regione Asia-Pacifico per sette anni. Dal 2015 risiede nei Paesi Bassi, dove gestisce OMA a livello globale.

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