



Fuorisalone 2019

Milano 8-14 aprile

Fuorisalone 2019

Milan April, 8th-14th

Format e piani di comunicazione di Fuorisalone.it
Communication formats for Fuorisalone.it

di Studiolabo
by Studiolabo

Indice

Index

- ▶ Il Fuorisalone e Milano
Fuorisalone and Milan
- ▶ Cos'è Fuorisalone.it?
What is Fuorisalone.it?
- ▶ Format di comunicazione acquistabili
Purchasable communication formats

Questa presentazione spiega il progetto Fuorisalone.it attraverso format modulari. I dati riportati dell'edizione 2018 sono parziali: possono però essere integrati su richiesta del cliente.

This presentation explains the Fuorisalone.it project through its modular formats. The data provided by the 2018 edition are partial: they can, however, be integrated upon customer request.

Il Fuorisalone e Milano

Fuorisalone and Milan

Ogni anno, ad aprile, un evento internazionale anima Milano: Fuorisalone e Salone del Mobile definiscono insieme la Milano Design Week, l'appuntamento per il design più importante al mondo.

Every year in April an international event enlivens Milan: Fuorisalone and Salone del Mobile together make up the Milano Design Week: the worldwide most important appointment for design.

Cos'è Fuorisalone?

What is Fuorisalone?

Per Fuorisalone intendiamo l'insieme degli eventi distribuiti in diverse zone di Milano che avvengono in corrispondenza del Salone Internazionale del Mobile, che è in scena nei padiglioni di Rho Fiera. Ogni anno, nel mese di aprile, Fuorisalone e Salone definiscono la **Milano Design Week**, l'appuntamento più importante al mondo per il design.

Il Fuorisalone non va inteso come un evento fieristico, non ha un'organizzazione centrale e non è gestito da alcun organo istituzionale: è nato spontaneamente nei primi anni '80 dalla volontà di aziende attive nel settore dell'arredamento e del design industriale. Attualmente vede un'espansione a molti settori affini, tra cui automotive, tecnologia, telecomunicazioni, arte, moda e food.

I diversi espositori oggi si possono organizzare autonomamente oppure fare riferimento a **Studiolabo** che fornisce assistenza dalla ricerca della location alla definizione di strategie fino a piani di comunicazione dedicati da scegliere su Fuorisalone.it

*Fuorisalone is the set of events distributed in different areas of Milan on the same days when the Salone Internazionale del Mobile takes place, which is staged in the stands of Rho Fiera. Every year, in April, Salone and Fuorisalone define the **Milano Design Week**, the most important event in the world for design.*

The Fuorisalone is not a Fair event, it doesn't have a central organisation and it's not managed by any Institution. It started spontaneously early in the 1980's thanks to the will of companies working in the furnishing and industrial design sectors. Currently, it is expanding into many related sectors including automotive, technology, telecommunications, art, fashion and food.

*Today, the various exhibitors can organise independently or refer to **Studiolabo**, which gives assistance: from the search for the location to the definition of strategies and to special communication plans that can be chosen on Fuorisalone.it*

Milano capitale del design

Milan design capital

Durante il Fuorisalone il design invade Milano. La città si fa palcoscenico di installazioni, party, eventi, tutti all'insegna del design, con più di mille eventi in 7 giorni, disseminati per tutta la città. Milano cambia vestito per una settimana. In questo panorama fatto di creatività a 360 gradi, il design s'intreccia con il tessuto urbano di Milano, creando un evento senza precedenti.

Il film documentario **#DesignCapital** racconta i sette giorni che, ogni anno, fanno di Milano la capitale del design. Rivivendo i giorni del Fuorisalone 2014 sullo sfondo degli allestimenti, delle persone, dei quartieri e delle feste che coinvolgono tutta la città, il film, produzione di Studiolabo, raccoglie le opinioni di importanti designer, da Ron Gilad a Marten Baas, oltre che di opinion maker di Wallpaper* e CoolHunting. Molteplici punti di vista sono legati tra loro da immagini che raccontano i prodotti più innovativi e i progetti più spettacolari e che, a poco a poco, costruiscono la storia di una "città infinita", in cui la dimensione urbana si fonde con la cultura del design.

Guarda il film su www.milanodesigncapital.com

During the Fuorisalone, design invades Milan. The city becomes stage of installations, parties, and events, all dedicated to design, with more than 1000 events taking place, in 7 days, all around the city. Milan changes its look for a week. With this background made of creativity all around, design is linked with the urban pattern of Milan, creating a unique and unseen event.

*The documentary film **#DesignCapital** tells the seven days that, every year, make Milan the capital of design. By re experiencing the Fuorisalone 2014 week – the settings, the people, the districts and the parties engaging the whole city – this film, produced by Studiolabo, collects the voices of different influential designers, such as Ron Gilad and Marten Baas, and opinion makers from Wallpaper* and CoolHunting. Multiple perspectives linked to one another by images of the most innovative objects and outstanding installations; these images slowly build up the tale of an "endless city", in which the urban dimension melts with the design culture.*

Watch the film on www.milanodesigncapital.com



Alcuni frame da “#DesignCapital: i sette giorni che fanno di Milano la capitale del design”.

Some scenes from “#DesignCapital: the seven days that make Milan the capital of design”.

Cosa ti serve per partecipare?

What do you need to participate?

Tre gli elementi principali per partecipare al Fuorisalone:

1. Avere un contenuto da presentare
2. Avere una location dove esporre
3. Comunicare al meglio l'evento

Come già anticipato, Fuorisalone non è una fiera e non ha un unico organizzatore. È un evento spontaneo organizzato autonomamente da singoli o da gruppi di aziende riunite in un progetto comune. È quindi consigliabile comunicare attraverso le guide e i canali ufficiali.

Three main elements to be part of Fuorisalone:

- 1. To have a content to present*
- 2. To have a location where to exhibit*
- 3. To communicate the event in the best way*

As anticipated, Fuorisalone isn't a Fair, and does not have a unique organization office. It's a spontaneous event, autonomously organized by individuals or groups of companies, reunited under a common project. It's therefore recommended to communicate through official guides and channels.

1. Avere un contenuto da presentare

Chiedi una consulenza a Studiolabo: realtà milanese che opera nel campo della comunicazione aziendale, fornendo servizi di consulenza, progettazione ed esecuzione grafica su diversi media di promozione e produzione di eventi artistici, culturali e privati. Altri punti di forza sono la progettazione e la produzione di progetti digital, web e mobile.

► www.studiolabo.it

2. Avere una location dove esporre

Milano Location e Brera Location nascono dall'esperienza maturata con Fuorisalone.it e Brera Design District con l'intento di offrire un servizio di consulenza e di ricerca location per eventi su tutta Milano. Scegli quale piattaforma fa per te in base alla zona dove esporrai!

► www.milanolocation.it

► www.breralocation.com

3. Comunicare al meglio l'evento

Fuorisalone.it è sempre stato il portale di riferimento della Design Week grazie a tutte le aziende, designer ed artisti che lo hanno selezionato come canale di comunicazione ufficiale: racconta gli eventi sullo sfondo di una città che per una settimana si anima di design e creatività.

► www.fuorisalone.it

► www.fuorisalonemagazine.it

1. To have a content to present

Ask Studiolabo a consultancy. It is a Milanese studio that works in the field of brand communication, providing consulting services, graphic designs on different supports and digital media, production of artistic, cultural and private events. Another skill is linked to the design and the production of digital, web and mobile projects.

► www.studiolabo.it

2. To have a location where to exhibit

Milano Location and Brera Location were created from the long experience matured with Fuorisalone.it and Brera Design District with the intent to offer a consultancy and location research service for events organized all around Milan. Choose which platform best suits you, depending on where you are going to exhibit!

► www.milanolocation.it

► www.breralocation.com

3. To communicate the event in the best way

Fuorisalone.it has always been the reference website for Milano Design Week, thanks to all the companies, designers and artists that have selected it as their official communication channel: it tells all the events which enliven the city with design and creativity for a week.

► www.fuorisalone.it

► www.fuorisalonemagazine.it

Quali sono i servizi utili per la realizzazione dell'evento?

Which are other useful services for the realization of the event?

Una parte importante per la realizzazione dell'evento è data dalla **logistica**. Fuorisalone.it suggerisce di affidarsi ad **Expotrans**, il suo partner ufficiale, con trent'anni di esperienza nel settore delle spedizioni internazionali e logistica per eventi.

Questi i principali servizi offerti:

- Imballaggio
- Ritiro da vostro magazzino
- Assicurazione All Risks
- Emissione documenti di trasporto
- Consegna e movimentazione on-site (anche in zone ztl)
- Magazzinaggio merce prima, durante e dopo l'evento
- Ritiro dal luogo di esposizione e riconsegna a magazzino
- Spedizione internazionale e consegna

Scopri il servizio di Expotrans

*An important part for the realization of the event is given by the **logistics**. Fuorisalone.it suggests relying on **Expotrans**, its official partner, with thirty years of experience in the field of international shipping and logistics for events.*

These are the main services offered:

- *All risk insurance*
- *Issuing of transport documents*
- *Pick up from port/airport Terminal*
- *Delivery and on-site handling (also in restricted city areas)*
- *Warehousing before, during and after the event*
- *Packaging solutions*
- *Pick up from show site and delivery back port/airport Terminal*
- *Italian Customs assistance in case you sell your goods*
- *International network of Freight Forwarder*

Discover Expotrans service

Cos'è Fuorisalone.it?

What is Fuorisalone.it?

Fuorisalone.it è una piattaforma online per la comunicazione degli eventi che prendono luogo nella città di Milano durante la Design Week di aprile. Negli anni - oltre 15 - è stata riconosciuta dalle istituzioni come guida ufficiale dell'evento.

Fuorisalone.it is an online platform, for the communication of all events that take place in Milan in April during the Design Week. During the past years - more than 15 - it's been recognised by the institutions as the Official Guide of the whole event.

Fuorisalone.it: la guida ufficiale

Fuorisalone.it: the official guide

Fuorisalone.it è una piattaforma di comunicazione e un sistema di supporto ad aziende, enti, privati o associazioni per l'ideazione, realizzazione, promozione e comunicazione di eventi della Design Week.

Dal 2003 Fuorisalone.it è la guida ufficiale all'evento.

Riconosciuta e supportata dalle istituzioni, è il punto di riferimento per il Progetto Interzone, supportato dal Comune di Milano all'interno del programma 'Milano Creativa'.

È uno strumento per parlare degli eventi del Fuorisalone, vivendoli in prima persona e portando i protagonisti della settimana del design a Milano in primo piano, sullo sfondo di una città che vive una settimana di totale cambiamento attorno ai temi del design e della creatività.

L'intento di Fuorisalone.it è la promozione del design come evento e performance inseriti nel tessuto urbano. Un design che, uscendo dai suoi spazi ufficiali, diventa accessibile a tutti, attraverso l'utilizzo di strumenti e servizi adeguati.

Fuorisalone.it is a communication platform, which offers a support system to companies, agencies, private people or associations for the conception, creation and promotion of events during the Design Week.

Since 2003 Fuorisalone.it is the official guide to the event.

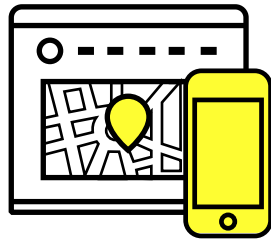
Institutionally recognised and supported, it has also been the reference point for the Interareas project, supported by Milan City Council within the 'Milano Creativa' programme.

Fuorisalone.it is a tool that talks about the events of the Fuorisalone, experiencing them at first hand, bringing the key players of the Design Week to the foreground, with a background of a city that lives total changing situations revolving around design and creativity for a week.

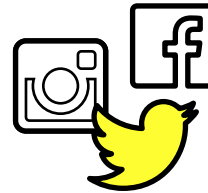
The aim of Fuorisalone.it is the promotion of design as an event, performance and installation in the urban pattern. A design that, by moving out of its official spaces, becomes accessible to all through the use of appropriate tools and services.

Strumenti di comunicazione

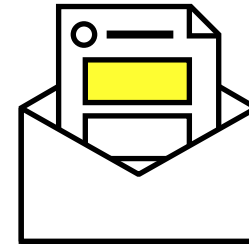
Communication tools



Web Portal



Social Media



Newsletter

Fuorisalone.it



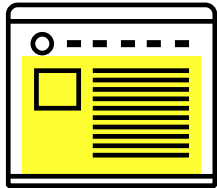
Magazine

Lo schema rappresenta gli strumenti di comunicazione di Fuorisalone.it, tutti a disposizione del cliente, il quale può scegliere pacchetti diversificati a seconda delle esigenze.

The scheme represents the communication tools of Fuorisalone. it all available for the client, who can choose different packages based on its needs.

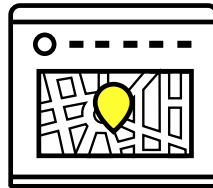
I numeri di Fuorisalone.it 2018

Fuorisalone.it numbers 2018



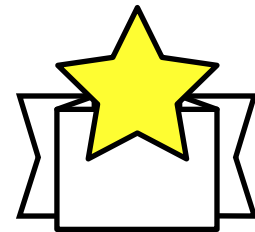
2 mln

page views in 5 giorni
page views in 5 days



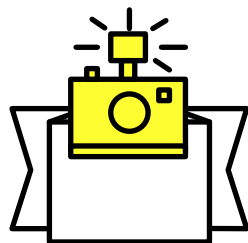
277.000

utenti unici in 5 giorni
unique users in 5 days



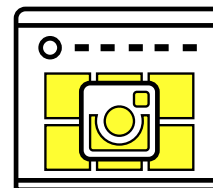
1.371

eventi caricati sul sito
eventi caricati sul sito



6.700

foto degli e.Reporter
e.Reporters' photos



84.400

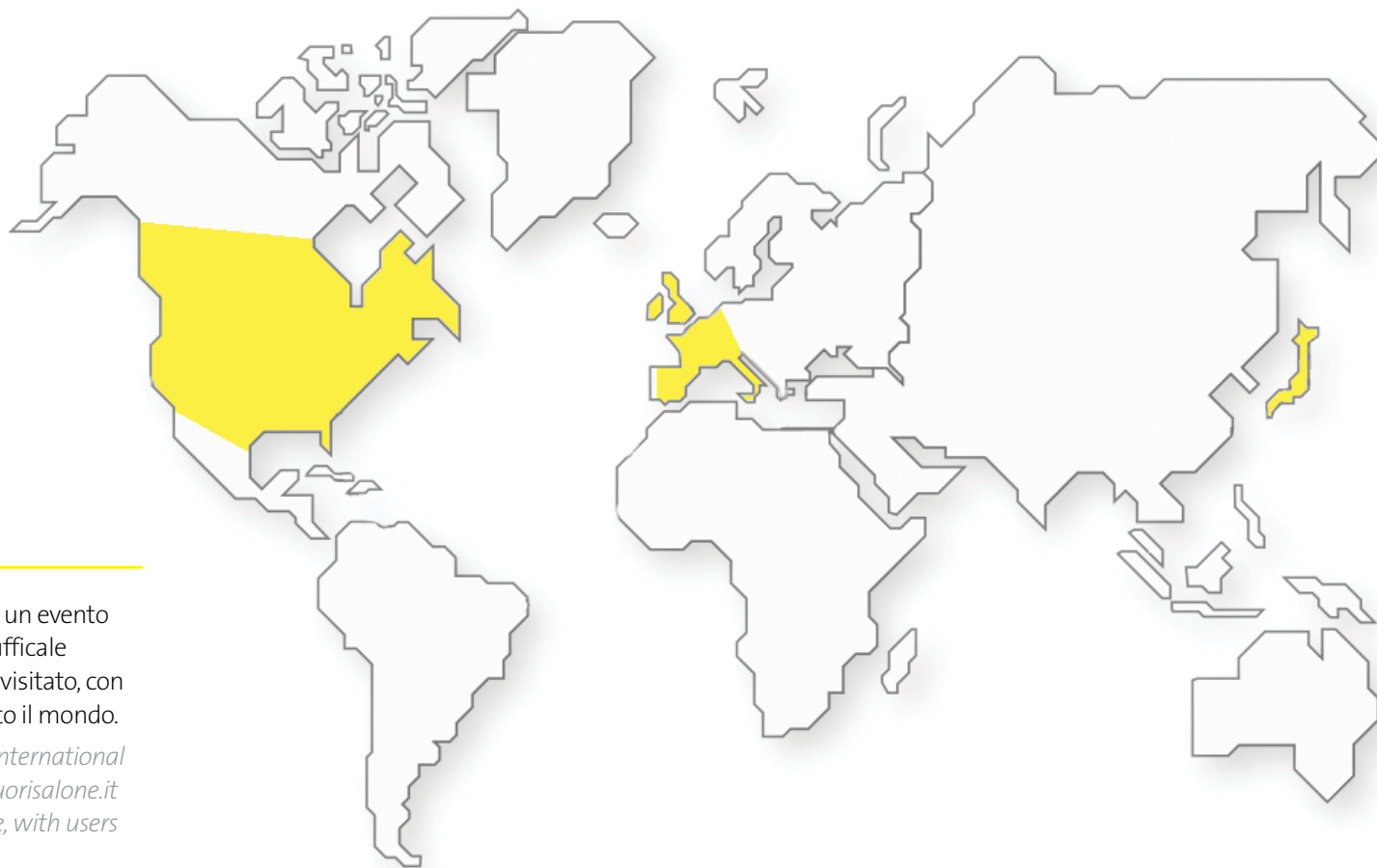
Instagram con #Fuorisalone2018
Instagram pics with #fuorisalone2018

148

Paesi del mondo hanno visitato il sito Fuorisalone.it durante la Design Week 2016. Ai primi dieci posti troviamo Italia, Svizzera, Germania, UK, Francia, Spagna, USA, Paesi Bassi, Giappone e Austria

148

Countries of the world have visited the website Fuorisalone.it during last Design Week, including, in the first 10 positions, Italy, Switzerland, Germany, UK, France, Spain, USA, The Netherlands, Japan and Austria.



La Milano Design Week è un evento internazionale: la guida ufficiale Fuorisalone.it è il sito più visitato, con utenti provenienti da tutto il mondo.

Milano Design Week is an international event: the official guide Fuorisalone.it is the most visited website, with users from all over the world.

Fuorisalone Magazine *Fuorisalone Magazine*

Fuorisalone Magazine è un canale di comunicazione online di storie, approfondimenti e anteprime sulla Design Week milanese, ma anche un punto di riferimento per contenuti e news legati al mondo del design attivo tutto l'anno.

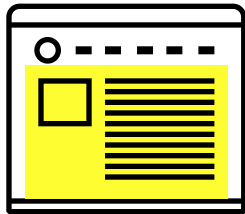
Racconta il Design a 360° e 365 giorni l'anno.

Fuorisalone Magazine is an online communication channel of stories, insights and previews on the Milan Design Week, but also a reference point for contents and news related to the world of design active throughout the year.

Talks about Design, at 360 degrees and 365 days a year.

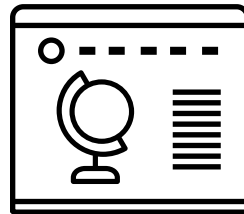
Fuorisalone Magazine: progetto

Fuorisalone Magazine: project



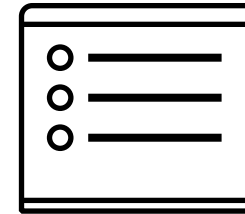
Sezione articoli
“Focus, Discover, People, Stories”
▶ Legati all’edizione

Section of articles
“Focus, Discover, People, Stories”
▶ *Edition related*



Sezione
“Design Week dal mondo”
▶ Attiva tutto l’anno

Section
“World Design Weeks”
▶ *Active all year around*



Sezione FAQ
“Informazioni sul Fuorisalone”
▶ Attiva tutto l’anno

FAQ section
“Infos about Fuorisalone”
▶ *Active all year around*

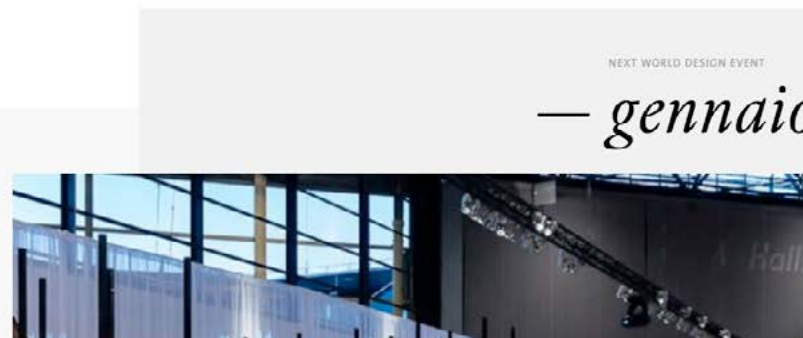
Fuorisalone Magazine: numeri 2018

Fuorisalone Magazine: 2018 numbers

132 articoli pubblicati online
online articles

35,7K utenti unici
unique users

128K pagine viste sul sito
page views on website



Format di comunicazione acquistabili ***Purchasable communication formats***

Comunicare per tempo e nelle corrette modalità la propria presenza al Fuorisalone è fondamentale per la riuscita dell'evento. Per questo offriamo un piano di comunicazione dedicato ai clienti che vogliono visibilità.

To communicate on time and in the right ways that you'll be attending Fuorisalone is essential to the success of the event. For this reason, we offer a communication plan dedicated to clients that require visibility.

Hai un evento/brand da promuovere?
Vuoi una maggior visibilità tra la
moltitudine di eventi del Fuorisalone?

Do you have an event/brand to promote?
Do you want more visibility in the crowd
during Fuorisalone?

Scopri quali sono le proposte nate da oltre 15 anni di esperienza e scegli la modalità di comunicazione adatta al tuo brand o progetto.

Discover which are the proposals, developed from an over 15-years-long experience, and choose the communication method most suitable to your brand or project.

Noi ti proponiamo: *We offer you:*

1 Main Sponsor

1 Main Sponsor

2 Eventi e articoli

2 Events and articles

2.1 Content main partner

2.1 Content main partner

2.2 Content basic partner

2.2 Content basic partner

3 Percorsi

3 Itineraries

3.1 Events Guide partner

3.1 Events Guide partner

3.2 Design Guides sponsor

3.2 Design Guides sponsor

3.3 Design Zones sponsor

3.3 Design Zones sponsor

4 Progetto e.Reporter

4 e.Reporters Project

4.1 Live report sponsor

4.1 Live report sponsor

4.2 Live report partner

4.2 Live report partner

4.3 Live report ADV

4.3 Live report ADV

5 Progetti Social

5 Social Projects

Questi elementi possono essere acquistati singolarmente o a pacchetto e personalizzati dall'azienda attraverso la visibilità del proprio brand e/o contenuti.

These elements can be purchased individually or as a package and customized by the company through the visibility of its brand and/or contents.

1 — **Main Sponsor**

Main Sponsor

La posizione Main Sponsor garantisce al cliente la maggior presenza di immagine e comunicazione sugli strumenti di Fuorisalone.it.

Con questa posizione l'azienda e il brand entrano a far parte di un circuito di connessioni legate al mondo del design, non solo on line, affiancando il proprio nome ad un progetto importante riconosciuto.

Il pacchetto Main Sponsor, oltre ad avere un'alta visibilità in tutte le pagine del sito, soprattutto la homepage, prevede anche una serie di uscite social, un articolo sul Magazine e la presenza in newsletter. Questo pacchetto è comunque flessibile, modificabile ed eventualmente integrabile in base alle necessità e al progetto del cliente.

The Main Sponsor position guarantees the customer the greatest presence of image and communication on the Fuorisalone.it tools.

With this position, the company and the brand become part of a network of connections linked to the world of design, not just online, associating its name to an important project recognized.

The Main Sponsor package, in addition to having high visibility on all pages of the site, especially the homepage, also includes a series of social releases, an article on the Magazine and the presence in the newsletter. This package is however flexible, modifiable and possibly integrated according to the client's needs and project.

1.1 — Main sponsor

I format proposti dal pacchetto sono flessibili e l'offerta è **completamente personalizzabile**.

The formats offered by the package are flexible and the offer is completely customizable.

Nel dettaglio:

Details:

- Presenza del logo come Main Sponsor in header e footer di ogni pagina
Presence of the logo as Main Sponsor in header and footer of each page
- Presenza di un'immagine rappresentativa del brand nello slideshow della homepage di Fuorisalone.it
Presence of a representative image of the brand in the Fuorisalone.it homepage slideshow
- Scheda evento in posizione preferenziale (vedi "Content main partner")
Event page in preferential position (see "Content main partner")
- Mini-guida eventi firmata dal brand (vedi "Events Guide partner")
Events mini-guide signed by the brand (see "Events Guide partner")
- Copertura social (vedi "Social partner")
Posts on social media (see "Social partner")
- Pubblicazione su Fuorisalone Magazine (vedi "Content main partner")
Publication on Fuorisalone Magazine (see "Content main partner")
- Copertura Newsletter
Newsletter coverage

Homepage slideshow

Top article

Mini-guide

The screenshot shows the Fuorisalone.it website homepage. At the top, there are logos for Fuorisalone.it (Milano Design Week 17-23 Aprile 2018), Comune di Milano, EDISON, and KONA BY HYUNDAI. A navigation bar includes links for PERCORSI, EVENTI, MAPPA, LIVE, MAGAZINE, APP, INFORMAZIONI, IL GIOCO, and CONTATTI. The main header displays '6 GIORNI / 1372 EVENTI / 17 PERCORSI' and a date range '75 . 20 . 51 . 12'. A search bar is present with the text 'Cerca eventi, brand, designer...'. Below the header is a calendar for the week of April 17th to 22nd. The main content area features a 'Top article' section with two featured articles: 'Edison, protagonista alla Design Week 2018 di Milano' and 'Milano Design Award premia le migliori installazioni del 2018'. Below this is a 'Mini-guide' section titled 'I luoghi del Fuorisalone' and 'Percorsi tematici', listing various zones and event counts. At the bottom, there are four small promotional images for 'ENERGY ZONE BY HYUNDAI', 'Design is automatic. #ThinkYourTime', a glass chandelier, and a wooden chair.



2 — Eventi e articoli *Events and articles*

Le “materie prime” di comunicazione principali sulla piattaforma Fuorisalone.it sono le schede evento e gli articoli di approfondimento del Magazine.

Per ogni edizione su Fuorisalone.it vengono pubblicati più di mille eventi. Sono categorizzati per tematica e tipologia, georeferenziati, riportano il programma completo della Design Week e tutte le informazioni di dettaglio. Alcuni di essi (“Focus”) sono messi in evidenza rispetto agli altri.

Il Magazine online vive tutto l’anno, ma durante la Design Week approfondisce temi, progetti, personalità e aziende chiave del Fuorisalone attraverso un centinaio di articoli editoriali.

Le aziende hanno la possibilità di acquistare dei pacchetti che **comprendono la pubblicazione sia delle informazioni sull’evento, sia di un articolo di approfondimento:**

2.1 — Content main partner

2.2 — Content basic partner

The main communication “raw materials” on the Fuorisalone.it platform are the events and the in-depth articles of the Magazine.

For each edition on Fuorisalone.it more than a thousand events are published. They are categorized by theme and type, georeferenced, report the complete program of the Design Week and all the detailed information. Some of them (“Focus”) are highlighted compared to others.

The online magazine lives all year round, but during the Design Week it deepens the main themes, projects, personalities and key companies of the Fuorisalone through a hundred editorial articles.

*Companies have the opportunity to purchase packages that **include the publication of information about the event, and a detailed article:***

2.1 — Content main partner

2.2 — Content basic partner

2.1 — Content main partner

Questo pacchetto è composto da 2 format (a+b) collegati, più la diffusione sui canali Social.

This package includes 2 linked formats (a+b), plus the diffusion on the Social channels.

a) Articolo Focus nel Magazine *Focus article in the Magazine*

Il Focus è un articolo esteso dedicato al singolo brand o progetto proposto ed è uno dei contenuti più visibili e importanti all'interno del sito. L'articolo comprende le informazioni e programma dell'evento organizzato dall'azienda.

Focus is an extended article dedicated to a single brand or proposed project that results to be one of the most visible and important contents within the website. The article will also include information and schedule about the event promoted by the company.

b) Scheda evento in posizione preferenziale (“Focus”) *Event page in preferential position (“Focus”)*

Questi eventi nelle liste vengono mostrati in cima al migliaio degli altri eventi, hanno un aspetto grafico in evidenza, e la loro scheda è organizzata graficamente in maniera più complessa degli eventi base. L'evento comprende un collegamento con l'articolo Focus dell'azienda.

These events in the lists are shown on top of the thousands of other events, they have a graphic appearance in evidence, and their page is graphically organized in a more complex way than the basic events. The event includes a link with the company's Focus article.

cover

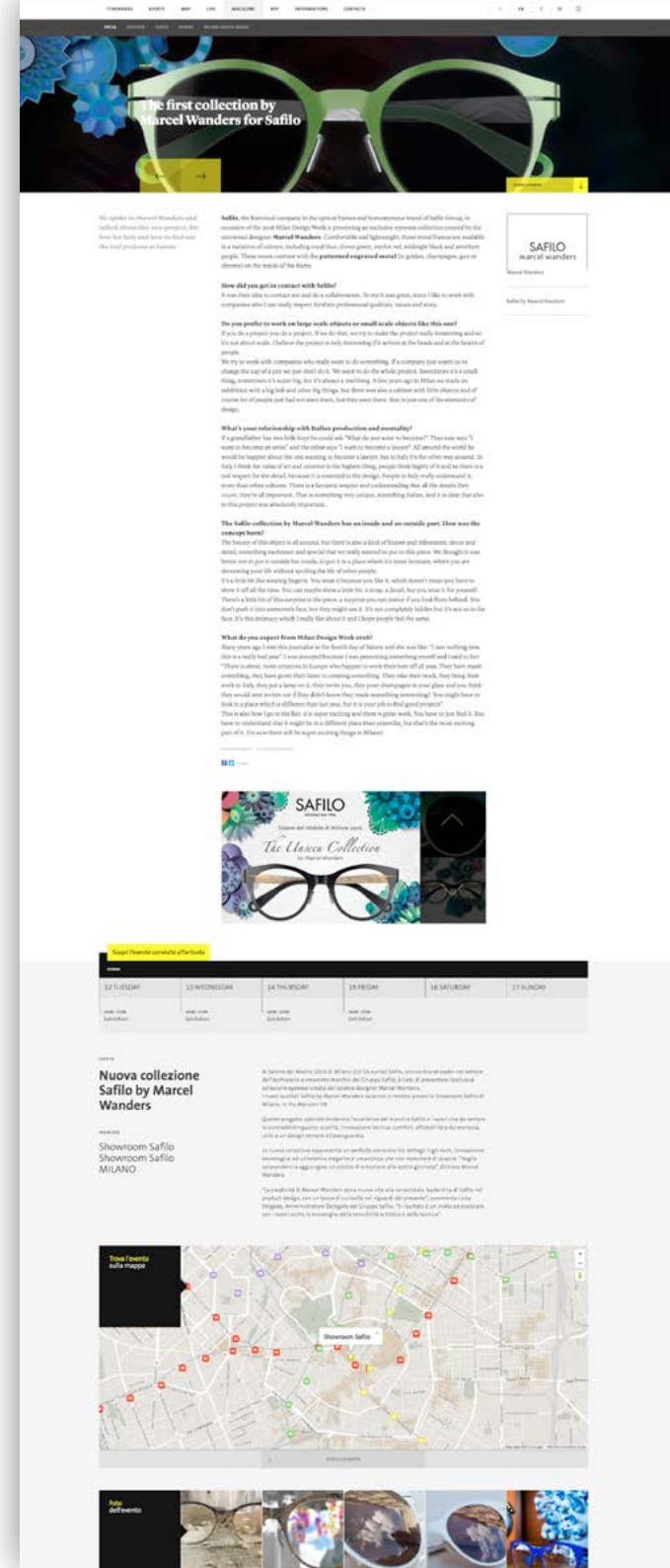
article

gallery

event schedule

map

photos



Nel dettaglio: Details:

— Pagina-articolo Focus dedicato nella sezione Magazine di Fuorisalone.it e su Fuorisalonemagazine.it
Focus page-article dedicated in the Magazine section of Fuorisalone.it and on Fuorisalonemagazine.it

— Presenza estratto dell'articolo in modalità random in homepage di Fuorisalone.it
Presence of the article in random mode on the Fuorisalone.it homepage

— Presenza estratto dell'articolo in modalità cronologica (fino a pubblicazioni di altri Focus) in homepage di Fuorisalonemagazine.it
Presence of the article in chronological mode (up to publications of other Focus) on the Fuorisalonemagazine.it homepage

— Scheda evento tipologia "Focus"
"Focus" type event page

— Presenza tra le primissime posizioni nella lista eventi
Presence among the very first positions in the events list

— Formato "Focus" dell'evento nella lista eventi
"Focus" format of the event in the events list

— Copertura Social (1Fb + 1lg oppure 1lg + 1Stories di 3 foto)
Social coverage (1Fb + 1lg or 1lg + 1Stories with 3 photos)

gallery

video embed

schedule

map

e.Reporters photos

Focus event page

The screenshot shows a detailed event page for 'ENERGY ZONE by Hyundai' in collaboration with IED. The page features a main header with the event title and location (Opificio 31, Via Tortona, 31, MILANO). Below this, there is a video embed showing a car with glowing energy lines. The page also includes a gallery of images, a schedule for the event (April 17-22), a map of the location, and a grid of e-reporter photos. The page is designed with a clean, modern layout, using a dark color palette with blue and white accents.

2.2 — Content basic partner

Questo pacchetto è composto da 2 format (a+b) collegati, più la diffusione sui canali Social.

This package includes 2 linked formats (a+b), plus the diffusion on the Social channels.

a) Articolo Discover o People nel Magazine *Discover or People article in the Magazine*

Discover: un modo semplice per promuovere contenuti redazionali, composto da un testo breve, un'immagine e un link di approfondimento.

People: il punto vista dei designer o delle figure di rilievo legate alla settimana del design milanese. L'articolo è composto da una parte introduttiva, descrizione del profilo e intervista.

Discover: an easy way to promote editorial content, consisting of a short text, an image and an external link.

People: the point of view of designers or important personalities linked to the Milan design week. The article consists of an introductory part, profile description and interview.

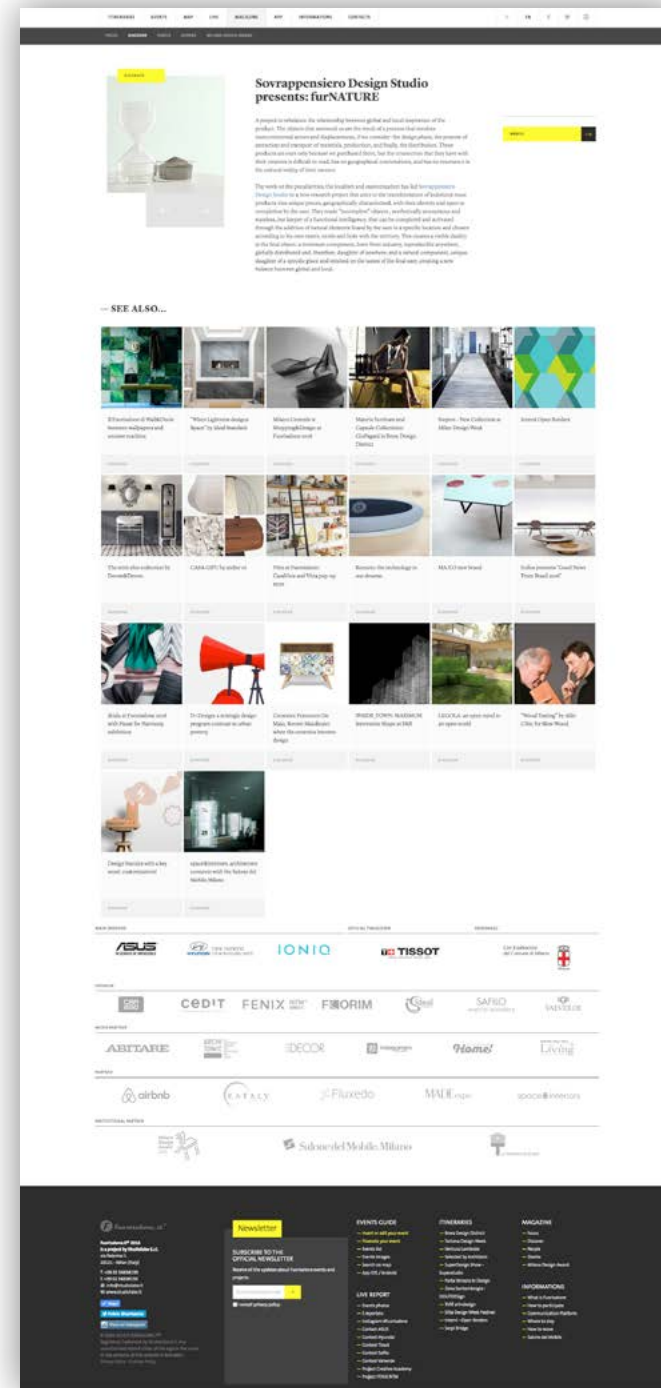
b) Scheda evento *Event page*

È previsto l'inserimento della scheda dell'evento promosso dall'azienda all'interno della guida eventi di Fuorisalone.it.

The page of the event promoted by the company will be published in the Fuorisalone.it events guide.

article

Other Discover articles previews



**Nel dettaglio:
Details:**

— Pagina-articolo Discover o People dedicato nella sezione Magazine di Fuorisalone.it e su Fuorisalonemagazine.it

Discover or People page-article dedicated in the Magazine section of Fuorisalone.it and on Fuorisalonemagazine.it

— Presenza estratto dell'articolo in modalità random in homepage di Fuorisalone.it

Presence of the article in random mode on the Fuorisalone.it homepage

— Presenza estratto dell'articolo Discover in modalità cronologica (fino a pubblicazioni di altri Discover) sulla homepage di Fuorisalonemagazine.it o presenza estratto dell'articolo People in modalità random sulla homepage di Fuorisalonemagazine.it

Presence of the Discover article in chronological mode (up to publications of other Discover) on the Fuorisalonemagazine.it homepage or presence of the People article in random mode on the Fuorisalonemagazine.it homepage

— Scheda evento tipologia base

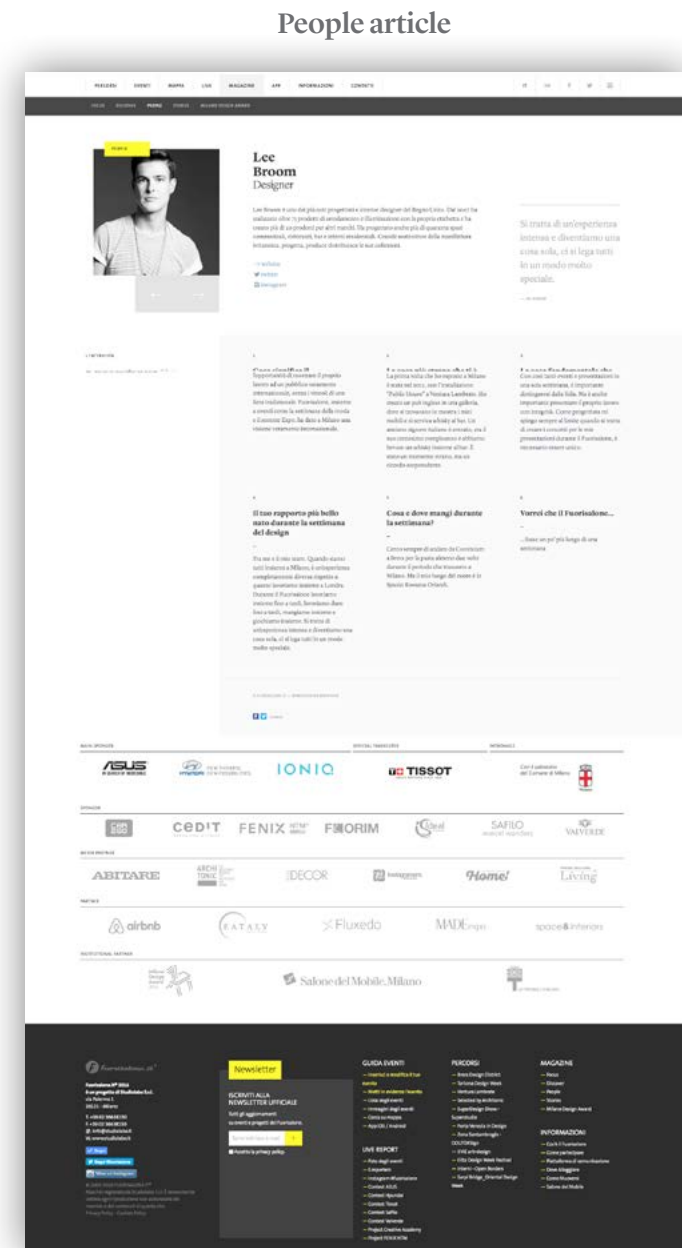
Basic type event page

— Copertura Social (1Fb + 1lg oppure 1lg + 1Stories di 3 foto)

Social coverage (1Fb + 1lg or 1lg + 1Stories with 3 photos)

profile

interview



3 — Percorsi Itineraries

I percorsi sono liste di eventi del Fuorisalone selezionati e raggruppati secondo diversi obiettivi, che **rispondono alla domanda degli utenti di essere orientati** nella moltitudine di eventi:

a) “**Zone del design**”: per area geografica o perché relativi ad uno stesso progetto di comunicazione (es. Brera Design District, Tortona Design Week, 5vie, etc).

b) “**Mini-guide**”: per tematica o per specifico target o momento della giornata o della settimana.

È possibile per i clienti sponsorizzare una di queste sezioni del sito o promuovere singole Mini-guide.

Pacchetti acquistabili:

- 3.1 — Events Guide partner
- 3.2 — Design Guides sponsor
- 3.3 — Design Zones sponsor

*The Itineraries are lists of events of the Fuorisalone selected and grouped according to different objectives, which **respond to the users' request to be oriented** in the multitude of events:*

*a) “**Design Zones**”: by geographic area or because related to the same communication project (eg Brera Design District, Tortona Design Week, 5vie, etc).*

*b) “**Mini-guides**”: by theme or specific target or time of day or of the week.*

It is possible for customers to sponsor one of these sections of the website or to promote an individual Mini-guide.

Purchasable packages:

- 3.1 — Events Guide partner*
- 3.2 — Design Guides sponsor*
- 3.3 — Design Zones sponsor*

3.1 — Events Guide partner

Una “Mini-guida” eventi di Fuorisalone.it

L’azienda può personalizzare un contenuto molto richiesto dagli utenti e di grande successo anche sui canali Social.

Consiste in una selezione di eventi Fuorisalone in base ad una tematica o per specifico target o momento della giornata o della settimana, oppure ancora per specifico punto di vista sul Fuorisalone.

L’azienda può **proporre** il proprio tema, oppure **“firmare”** una delle guide previste, previa approvazione di Fuorisalone.it.

A “Mini-guide” events of Fuorisalone.it

The company can customize content that is highly requested by users and is also very successful on Social channels.

It consists of a selection of Fuorisalone events based on a theme or specific target or time of day or week, or even for a specific point of view on Fuorisalone.

*The company can **propose** its own theme, or **“sign”** one of the provided guides, with the approval of Fuorisalone.it.*

Alcuni esempi:

Some examples:

- Archistar & Designerstar (sponsored by editorial brand?)
- 10 Top Night Parties (sponsored by beverage brand?)
- Instagram hot spots (sponsored by technology brand?)
- Eventi all’aperto (sponsored by sportswear brand?)
- Fantastic locations
- Top Bathrooms & Kitchens
- Design for kids
- Interior design trends
- ...



Nel dettaglio:

Details:

- Pagina web dedicata alla Mini-guida con mappa interattiva e lista degli eventi selezionati, galleria di immagini, descrizione del concept, logo e contatti dell'azienda

Web page dedicated to the Mini-guide with interactive map and list of selected events, images gallery, description of the concept, logo and company contacts

- Presenza nella prima parte della homepage contestualmente alla ricerca eventi (selezione random)

Presence in the first part of the homepage contextually to the event search (random selection)

- Presenza nella sezione percorsi

Presence in the itineraries section

- Presenza nella sezione eventi (selezione random)

Presence in the events section (random selection)

- “Firma” con il nome dell’azienda nel titolo della Mini-Guida

“Signature” with the company name in the Mini-Guide title

- Articolo Focus nel Magazine

Focus article in the Magazine

- Copertura Social (1Fb + 1lg oppure 1lg + 1Stories di 3 foto)

Social coverage (1Fb + 1lg or 1lg + 1Stories with 3 photos)

Integrabile con:

Possible additions:

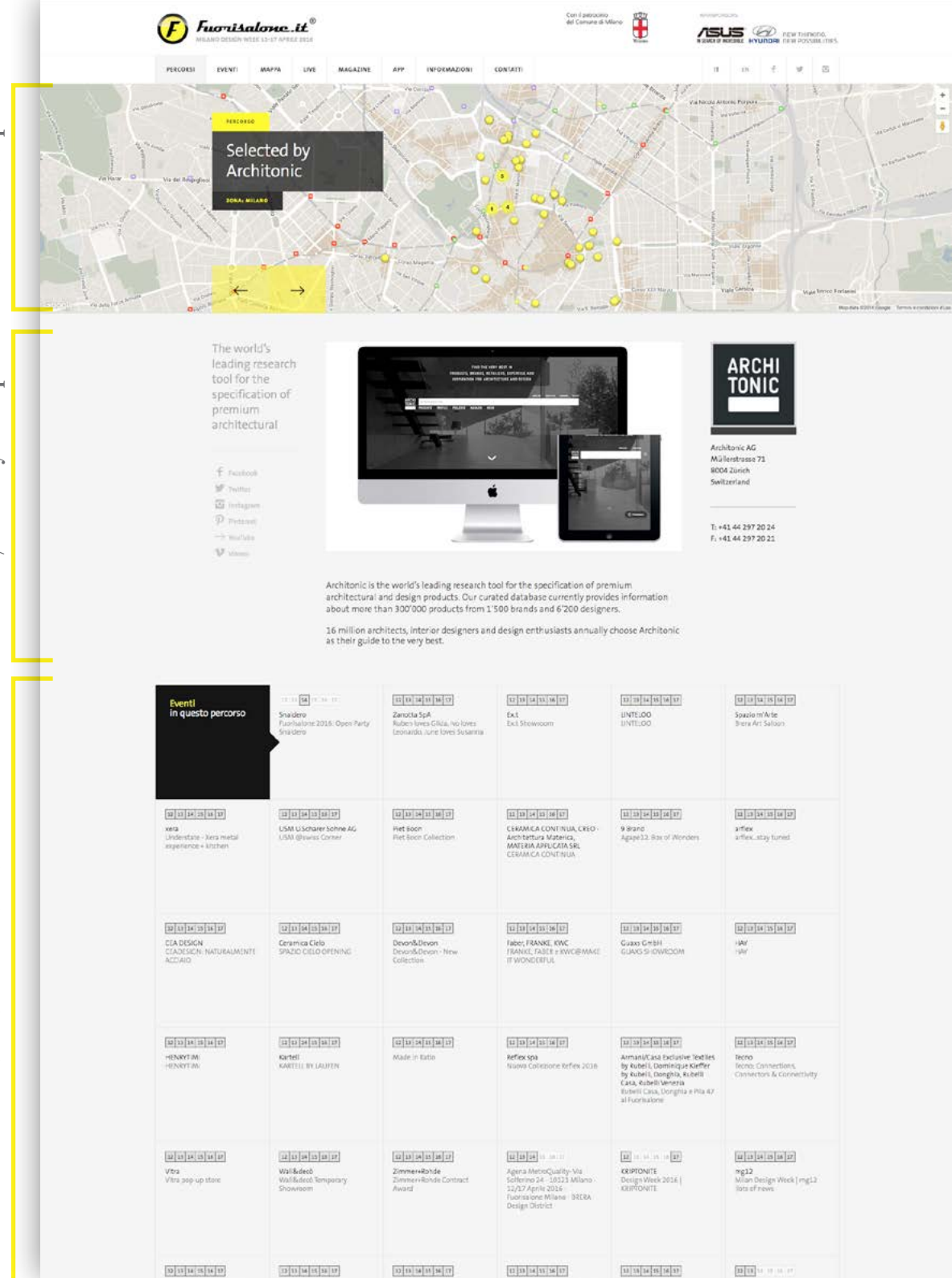
- Articolo in Newsletter Fuorisalone.it

Article in Fuorisalone.it Newsletter

events on map

Brand /itinerary concept

list of selected events



3.2 — Design Guides sponsor

Se l'azienda preferisce non produrre un contenuto specifico o "firmare" una sola singola Mini-guida, può scegliere di sponsorizzare **l'intera pagina che raccoglie questo tipo di percorsi e selezioni di eventi.**

If the company prefers not to produce specific content or "sign" a single Mini-Guide, it can choose to sponsor the whole page that collects this type of itineraries and events selections.



Nel dettaglio:

Details:

- Personalizzazione della testata della pagina Mini-guide
Customization of the header of the Mini-guides page
- Personalizzazione del piede della pagina Mini-guide
Customization of the footer of the Mini-guides page
- Presenza del logo dell'azienda nella pagina Percorsi
Presence of the company logo on the Itineraries page
- Personalizzazione di parte del piede della pagina Percorsi
Customization of part of the footer of the Itineraries page
- Articolo Discover o People nel Magazine
Discover or People article in the Magazine
- Pubblicazione scheda evento base (se previsto)
Publication of the basic event page (if it will take place)
- Logo dell'azienda nel footer di tutte le pagine del sito
Company logo in the footer of every page of the website

Integrabile con:

Possible additions:

- Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter

3.3 — Design Zones sponsor

Un'alternativa simile è quella di sponsorizzare la pagina che raccoglie l'altro tipo di percorsi: le "Zone del Design". È una delle pagine più visitate perché indica **i progetti di comunicazione e i distretti più importanti della Design Week**.

*A similar alternative is to sponsor the page that collects the other type of itineraries: the "Design Zones". It is one of the most visited pages because it collects **the communication projects and the most important districts of the Design Week**.*



Nel dettaglio:

Details:

- Personalizzazione della testata della pagina Zone del Design
Customization of the header of the Design Zones page
- Personalizzazione del piede della pagina Zone del Design
Customization of the footer of the Design Zones page
- Presenza del logo dell'azienda nella pagina Percorsi
Presence of the company logo on the Itineraries page
- Personalizzazione di parte del piede della pagina Percorsi
Customization of part of the footer of the Itineraries page
- Articolo Discover o People nel Magazine
Discover or People article in the Magazine
- Pubblicazione scheda evento base (se previsto)
Publication of the basic event page (if it will take place)
- Logo dell'azienda nel footer di tutte le pagine del sito
Company logo in the footer of every page of the website

Integrabile con:

Possible additions:

- Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter

4 — Progetto e.Reporter

e.Reporters Project

Il progetto e.Reporter, riconosciuto ormai come **reportage ufficiale** che storicizza la Design Week, prevede la presenza di 50 studenti e fotografi, selezionati tra le scuole del design milanese, e di eventuali altri gruppi di reporter per specifici sottoprogetti. L'obiettivo è **raccontare e rappresentare attraverso le immagini l'atmosfera e lo spirito del Fuorisalone.**

La possibilità di sponsorizzazione di questi progetti è rivolta alle aziende e alle scuole di Design.

Pacchetti acquistabili:

- 4.1 — Live report sponsor - 3 opzioni
 - a) progetto specifico della scuola con propri studenti
 - b) progetto con 3 e.Reporter di Fuorisalone.it dedicati all'azienda
 - c) collaborazione tra scuola e azienda
- 4.2 — Live report partner - fornitura tecnica
- 4.3 — Live report ADV - presenza con banner in sezione

*The e.Reporters project, now recognized as the **official reportage** that historicizes the Design Week, provides for the presence of 50 students and photographers, selected from the schools of design in Milan, and any other groups of reporters for specific sub-projects. The aim is to **tell and represent through the images the atmosphere and the spirit of Fuorisalone.***

The sponsorship possibility for these projects is given to companies and Design schools.

Purchasable packages:

- 4.1 — Live report sponsor - 3 options
 - a) specific project of the school with its own students
 - b) project with 3 e.Reporter of Fuorisalone.it dedicated to the company
 - c) collaboration between school and company
- 4.2 — Live report partner - technical supply
- 4.3 — Live report ADV - presence through a banner in this section

4.1 — Live Report sponsor

Nel dettaglio:

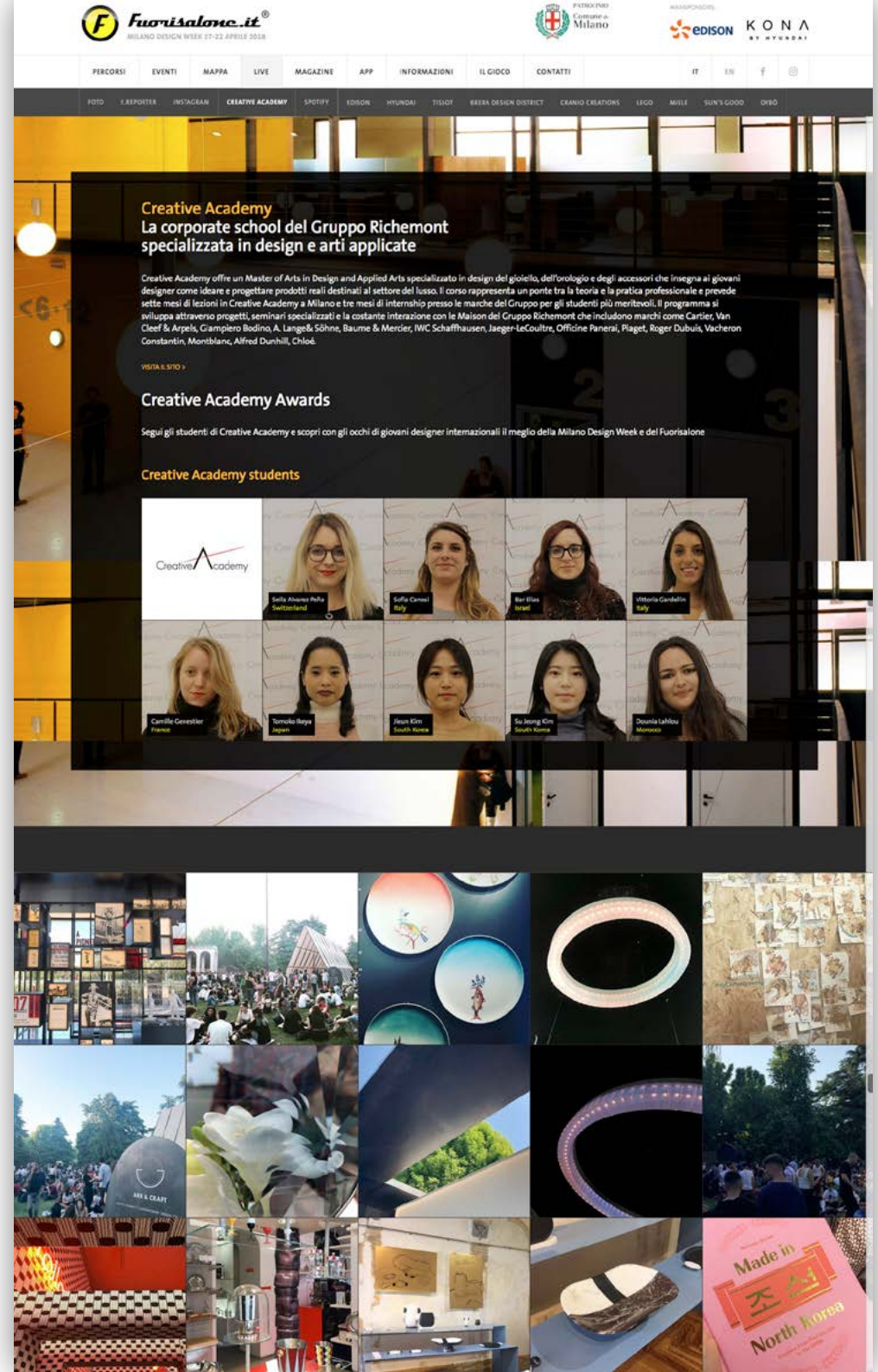
Details:

- Pagina dedicata con brief, descrizione e logo della scuola e/o azienda
Page with brief, description and logo of the school/company
- Presenza del logo della scuola e/o azienda in homepage, pagina e.Reporter e pagina Foto
Presence of the school/company logo in homepage, e.Reporters page and Photos page
- Logo nel footer di tutte le pagine del sito
Logo in the footer of each page of the website

Integrabile con:

Possible additions:

- Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter
- Articolo Discover nel Magazine
Discover article in the Magazine
- Copertura Social (1Fb + 1lg oppure 1lg + 1Stories di 3 foto)
Social coverage (1Fb + 1lg or 1lg + 1Stories with 3 photos)



4.2 — Live Report partner

a)

Fornitura tecnica per influencer, da Fuorisalone.it

L'azienda può promuovere i propri prodotti o servizi chiedendo a Fuorisalone.it di inviarli, eventualmente personalizzandoli, ai propri contatti di influencer.

Technical supply for influencers, by Fuorisalone.it

The company can promote its products or services by asking Fuorisalone.it to send them, possibly personalizing them, to their contacts of influencers.

b)

Fornitura tecnica per e.Reporter di Fuorisalone.it

L'azienda può promuovere i propri prodotti o servizi fornendoli agli e.Reporter di Fuorisalone.it. Verrà data loro la possibilità di dare visibilità sui propri canali social ai prodotti o servizi forniti.

Technical supply for e.Reporter of Fuorisalone.it

The company can promote its products or services by supplying them to the e.Reporters of Fuorisalone.it. They will be given the opportunity to give visibility on their social channels to the products or services provided.

Reportage in
diretta dalla
Design Week

9304 foto
inserite

FILTRA PER E-REPORTER

Amministrazione Enrico Cazzanelli

FILTRA PER LOCALITÀ

TUTTI

FILTRA PER EVENTO

TUTTI

FILTRA PER PERCORSO

TUTTI

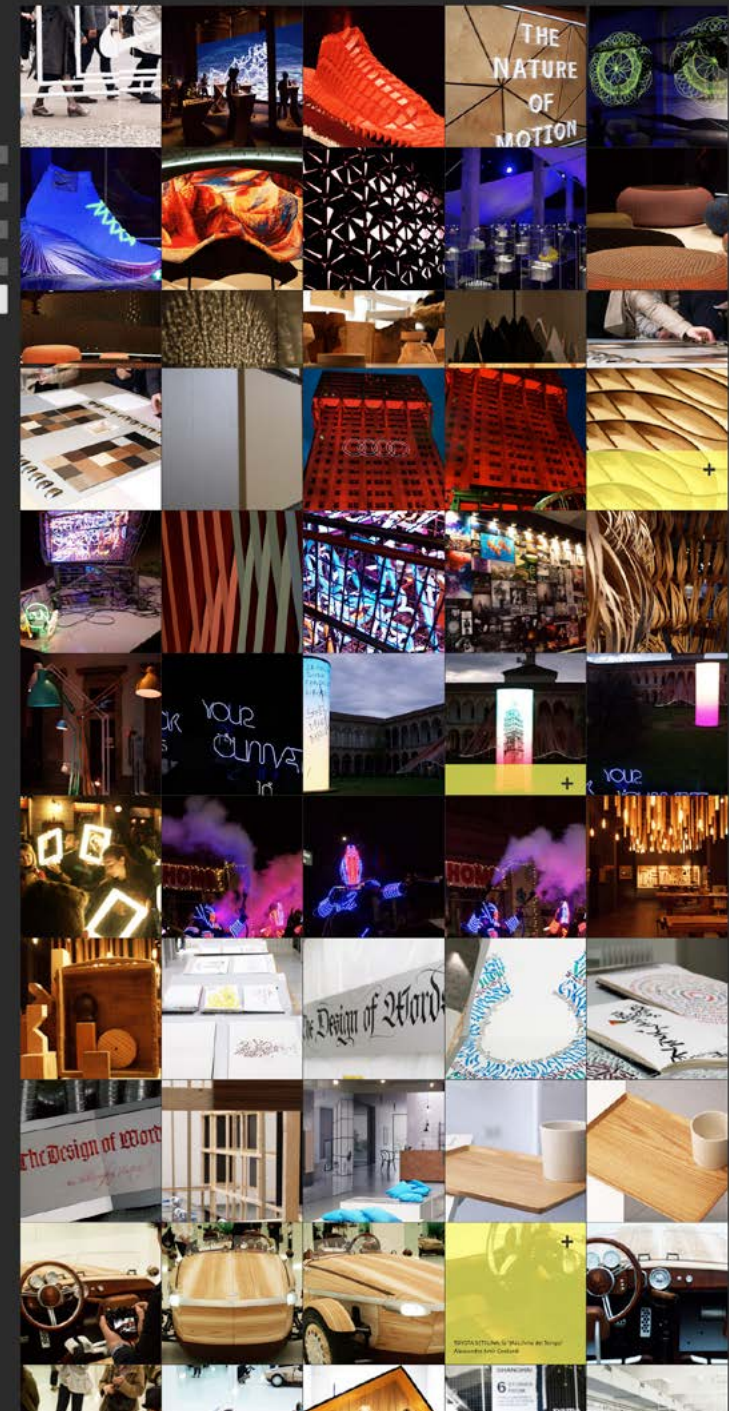
FILTRA FOTO

ESPOSIZIONE AGR SUPPORTE IN

ASUS

SAFILO

VALVERDE



4.2 — Live Report partner

Nel dettaglio:

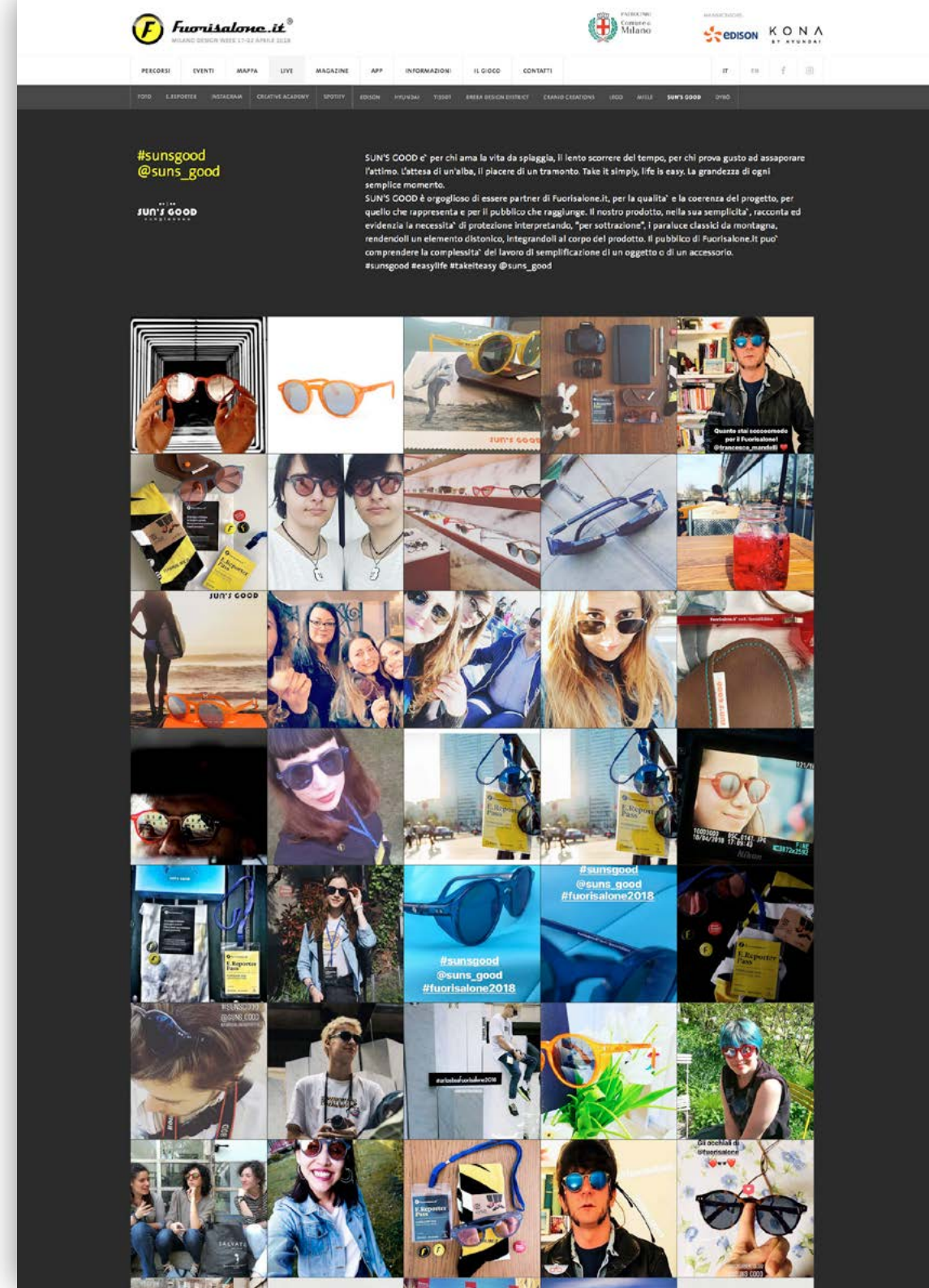
Details:

- Pagina dedicata con brief, descrizione e logo dell'azienda
Page with brief, description and logo of the company
- Presenza del logo dell'azienda in homepage, pagina e.Reporter e pagina Foto
Presence of the company logo in homepage, e.Reporters page and Photos page
- Logo nel footer di tutte le pagine del sito
Logo in the footer of each page of the website

Integrabile con:

Possible additions:

- Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter
- Articolo Discover nel Magazine
Discover article in the Magazine
- Copertura Social (1Fb + 1lg oppure 1lg + 1Stories di 3 foto)
Social coverage (1Fb + 1lg or 1lg + 1Stories with 3 photos)



4.3 — Live Report ADV

Banner nel feed delle foto degli e.Reporter

Se l'azienda ritiene opportuno associare il proprio brand al racconto fotografico del Fuorisalone, ma non desidera impegnarsi in un progetto specifico con gli e.Reporter oppure offrire una fornitura tecnica, ha a disposizione uno spazio ADV all'interno del feed delle foto degli e.Reporter.

Banner in the e.Reporter photo feed

If the company deems it appropriate to associate its brand to the photographic story of the Fuorisalone, but does not wish to engage in a specific project with e.Reporter or offer a technical supply, it has available an ADV space within the photo feed of the .Reporter.

Nel dettaglio:

Details:

- Banner posizionato sempre entro le prime 30 foto in pagina Foto, su versione Desktop, modulo 1 riga di foto (5x1 o 4x1)
Banner always placed within the first 30 photos on Photos page, Desktop version, module 1 row of photos (5x1 or 4x1)
- Banner posizionato sempre entro le prime 12 foto in pagina Foto su versione Mobile, modulo 1 riga di foto (2x1)
Banner always placed within the first 30 photos on Photos page, Mobile version, module 1 row of photos (2x1)
- Logo nel footer di tutte le pagine del sito
Logo in the footer of each page of the website

Reportage in diretta dalla Design Week
9304 foto inserite

FILTRA PER REPORTER
Alessandro Arco Casaroli

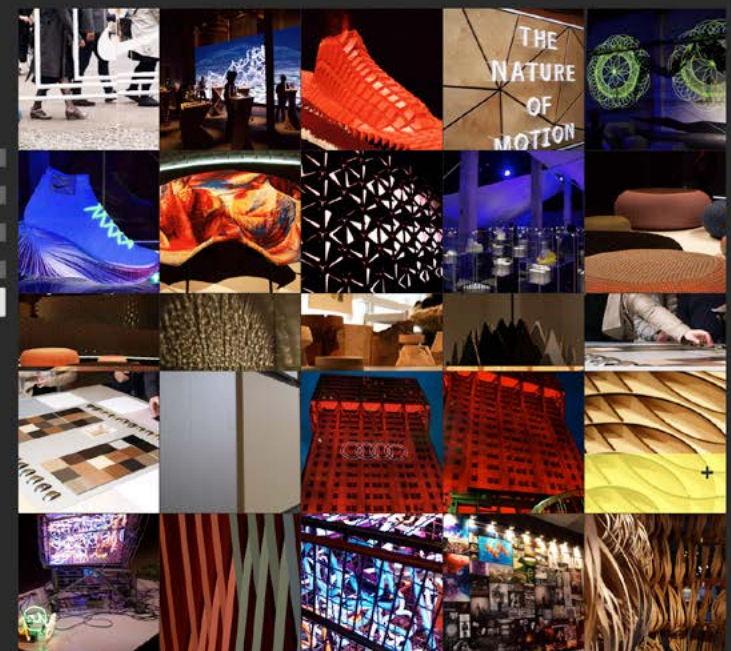
FILTRA PER LOCALITÀ
TUTTI

FILTRA PER EVENTO
TUTTI

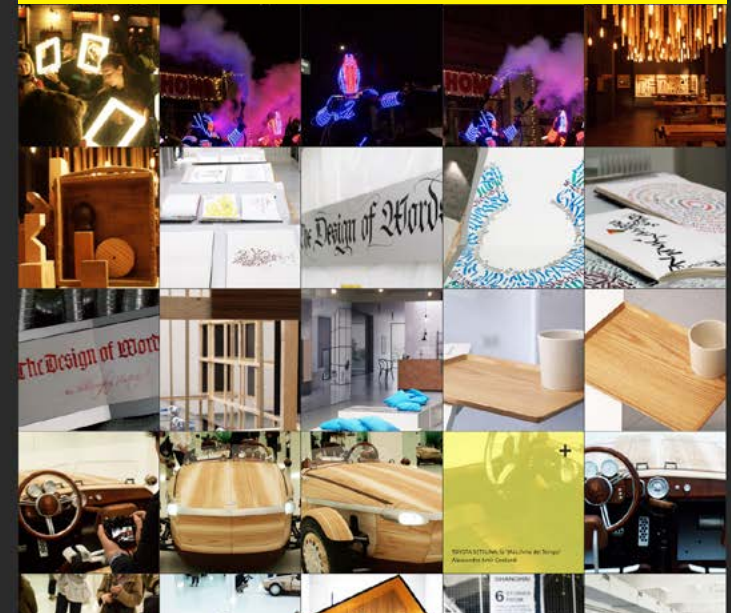
FILTRA PER PRINCIPIO
TUTTI

FILTRA FOTO

ESPOSIZIONI A SUPPORTO IN:
ASUS
SAFILO
VALVERDE



Live Report ADV



5 — Progetti Social Social projects

La comunicazione di Fuorisalone.it prevede anche un'intensa attività sui social media Facebook (32k fan totali) e Instagram (47k follower totali).

È necessario presentare un **contenuto originale e diverso** nel caso in cui siano programmate più uscite.

I contenuti per i post social andranno approvati internamente dal nostro Social Media Team, in modo da garantire coerenza editoriale.

Riteniamo fondamentale **costruire assieme il format di comunicazione social** più opportuno per il messaggio da comunicare, **combinando le varie possibilità che gli strumenti offrono**. Non conta infatti solo il “numero” di post, ma il messaggio sarà molto più efficace se diffuso nei tempi e con la modalità più adeguati.

Di seguito qualche esempio.

Facebook: Fuorisalone.it

Instagram: @fuorisalone

The communication of Fuorisalone.it foresees also an intense activity on social media: Facebook (32k total fans) and Instagram (47k total followers).

*It is necessary to present an **original and different content** in case there are more posts scheduled.*

The contents for social media posts shall be approved by our Social Media Team, in order to guarantee editorial coherence.

*We believe it is essential to **build together the most appropriate social communication format** for the message to be communicated, **combining the various possibilities that the tools offer**. In fact, it does not count only the “number” of posts, but the message will be much more effective if spread over time and with the most appropriate modality.*

Some examples in the next pages.

5.1 — Countdown

Una serie di 3 post Instagram e Facebook che anticipano l'inizio del Fuorisalone, scandendo il tempo che manca (es. -10, -5, -1 giorni)

A series of 3 posts Instagram and Facebook that anticipate the start of the Fuorisalone, marking the time that is missing (eg -10, -5, -1 days)

Esempio:

Oggi inizia il countdown per il #Fuorisalone2019. Anche quest'anno @Tissot_official è fiero di essere Official Timekeeper di Fuorisalone.it, per scandire il tempo dell'innovazione.

Example:

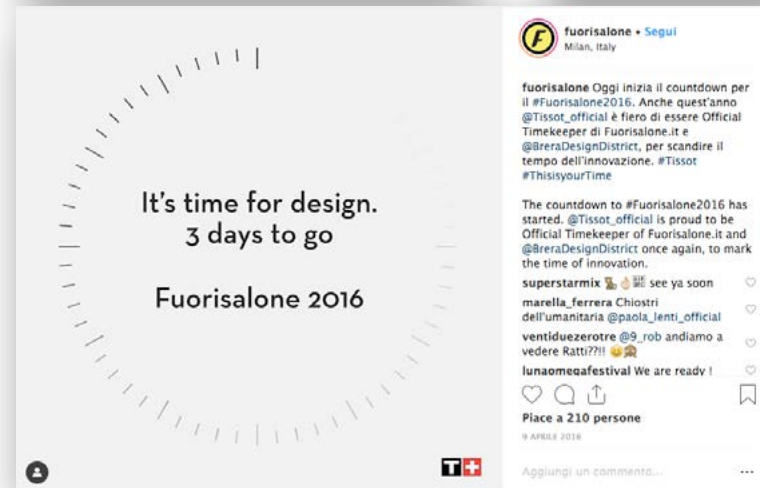
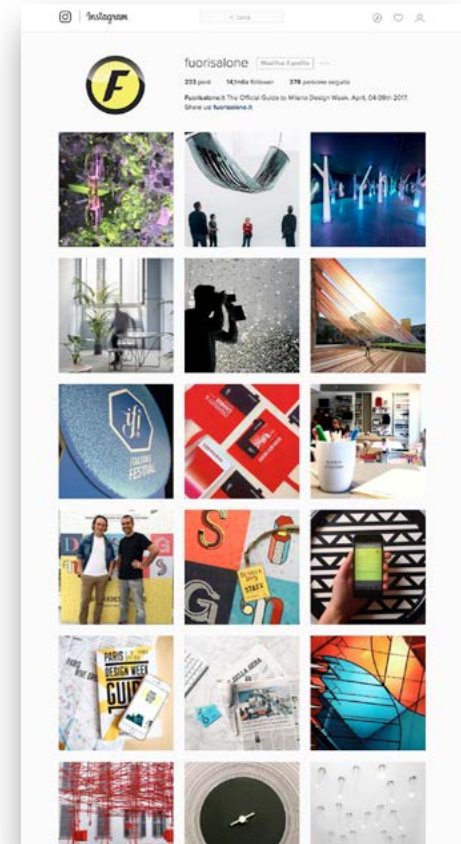
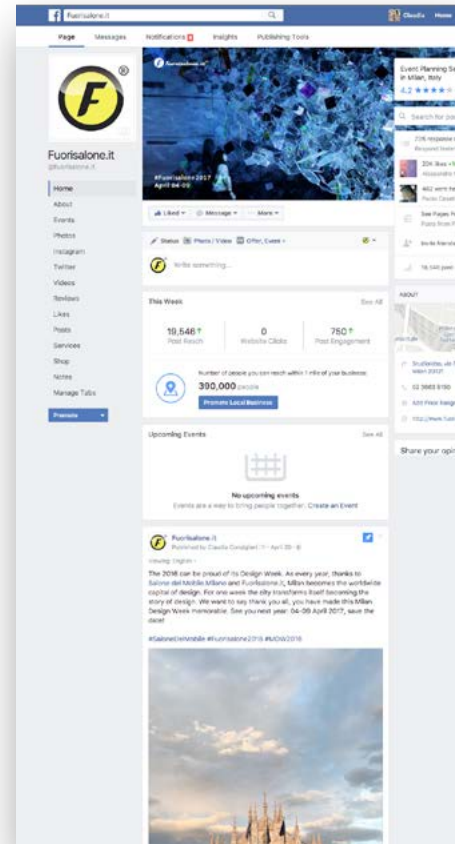
Today begins the countdown for the #Fuorisalone2019. Also this year @Tissot_official is proud to be Official Timekeeper of Fuorisalone.it, to mark the time of innovation.

Ideale per: un unico brand

Ideal for: a single brand

Nota: la tipologia di brand dev'essere coerente con il tipo di contenuto proposto, per esempio brand di orologi.

Note: the type of brand must be consistent with the type of content proposed, for example watch brands.



5.2 — Preview evento

Alcuni post dedicati all'anticipazione dell'evento sponsorizzato o ideato dal brand.

Some posts dedicated to the anticipation of the event sponsored or conceived by the brand.

Esempio:

@Timberland sceglie la designer @Elenasalmistraro per dare vita alla nuova installazione del brand che sarà on air dal 17 Aprile in Piazza XXV aprile. Grazie alla storia di tre influencer unconventional e di tutte le donne che posteranno il loro #DONTCALLME sui social, Elena creerà un'opera unica dove la donna, l'empatia e la natura saranno le protagoniste.

Example:

@Timberland chooses the designer @Elenasalmistraro to give life to the new installation of the brand that will be on air from April 17th in Piazza XXV Aprile. Thanks to the story of three unconventional influencers and of all the women who will post their #DONTCALLME on social networks, Elena will create a unique work where women, empathy and nature will be the protagonists.

Ideale per: più brand che promuovono un evento fisico.

Ideal for: more brands that organize or promote a physical event.

Nota: la creatività proposta per il post deve essere effettivamente di anticipazione dell'installazione, ad esempio un dettaglio, una foto del designer, una video intervista.

Note: the proposed creativity for the post must actually be an anticipation of the installation, for example a detail, a photo of the designer, a video interview.



5.3 — Contest con hashtag

Un contest Instagram in collaborazione con un brand che vuole interagire con il pubblico di Fuorisalone.it veicolando una precisa call to action tramite hashtag dedicato.

An Instagram contest in collaboration with a brand that wants to interact with the public of Fuorisalone.it conveying a precise call to action through a dedicated hashtag.

Esempio:

Pronti per la settimana più ricca dell'anno? Il #Fuorisalone2018 regala un calendario di eventi pazzesco e un'infinità di spunti le foto! Per questo abbiamo rinnovato la nostra collaborazione con @igersmilano. La formula la conoscete già: ogni giorno una foto scelta verrà ripostata sia da noi che da @igersmilano! Per partecipare alla selezione taggate le vostre immagini a tema con #IgersAllaDesignWeek, oltre naturalmente ad #igersmilano e #fuorisalone2018.

Quindi 6 di voi nei prossimi 6 giorni saranno premiati, ma non solo loro: la foto che rappresenta di più il fuorisalone con l'hashtag #IgersAllaDesignWeek verrà selezionata da Fuorisalone.it e vincerà il Gioco del Fuorisalone! #FuorisaloneGioco.

Ideale per: brand predisposti ad una comunicazione condivisa del contest.

Ideal for: brands predisposed to a shared communication of the contest.

Nota: da sviluppare ad hoc con il brand.

Il brand coinvolto dovrà proporre un contenuto semplice ed adatto ad un contest Instagram.

Note: to be developed ad hoc with the brand.

The brand involved will have to propose a simple and suitable content for an Instagram contest.



5.4 — Take-over post/Stories

Una serie definita di post (max. 3) e/o stories prodotti da una persona, esterna al team social di Fuorisalone.it, che in qualche modo è legata al brand.

A defined series of posts (up to 3) and / or stories produced by a person, external to the Fuorisalone.it social team, which in some way is linked to the brand.

Esempio:

@latriennale #MyCupOfT #TriennaleTakeover ci risiamo!
@petuniaollister mette in tavola la Triennale con il suo stile inconfondibile: libri, oggetti, piatti e citazioni per raccontare le mostre e i suoi protagonisti.

Il suo takeover è una giornata passata tra lo Store @electaeditore, il Caffè e la Terrazza @osteriaconvista in attesa della presentazione del suo libro Colazioni d'autore - venerdì 17 alle 17! @latriennale in occasione di @BOOKCITYMILANO

Example:

@latriennale #MyCupOfT #TriennaleTakeover here we go again!
@petuniaollister puts on the table the Triennale with its unmistakable style: books, objects, dishes and quotes to tell the exhibitions and its protagonists.

His takeover is a day spent between the Store @electaeditore, the Caffè and the Terrazza @osteriaconvista while awaiting the presentation of his book Colazioni d'autore - Friday 17 to 17! @latriennale on the occasion of @BOOKCITYMILANO

Ideale per: scuole di design, così da coinvolgere studenti o professori, oppure brand che possono proporre influencer di settore.

Ideal for: design schools, so as to involve students or professors, or brands that can offer industry influencers.

Nota: da sviluppare ad hoc con la scuola o il brand; individuare una persona adatta e in grado di produrre copy e visual autonomamente.

Note: to be developed ad hoc with the school or the brand; identify a suitable person able to produce copy and visual autonomously.



Riepilogo

Summary

1.1 **Main sponsor**

2.1 **Content main partner**

2.2 **Content basic partner**

3.1 **Events Guide partner**

- + Articolo Focus nel Magazine e Copertura Social
Focus article in the Magazine and Social coverage
- + Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter

3.2 **Design Guides sponsor**

- + Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter

3.3 **Design Zones sponsor**

- + Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter

4.1 **Live Report sponsor**

- + Articolo Discover nel Magazine e Copertura Social
Discover article in the Magazine and Social coverage
- + Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter

4.2 **Live Report partner**

- + Articolo Discover nel Magazine e Copertura Social
Discover article in the Magazine and Social coverage
- + Articolo in Newsletter Fuorisalone.it
Article in Fuorisalone.it Newsletter

4.3 **Live Report ADV**

5 **Progetto Social**

- 5.1 - Countdown
- 5.2 - Preview evento
- 5.3 - Contest con hashtag
- 5.4 - Take-over post/Stories
- ...

Sei interessato a ricevere un'offerta?

Contattaci:

Interested in receiving an offer?

Contact us:

giulia@studiolabo.it

info@studiolabo.it

T. 02 3663 8150



Un progetto di Studiolabo
via Palermo 1, Milano
M: info@studiolabo.it
T: 02 3663 8150
www.studiolabo.it

*A project by Studiolabo
via Palermo 1, Milan, Italy
E: info@studiolabo.it
T: 02 3663 8150
www.studiolabo.it*

www.fuorisalone.it
www.fuorisonemagazine.it
Facebook [Fuorisalone.it](https://www.facebook.com/fuorisalone.it)
Instagram [@fuorisalone](https://www.instagram.com/fuorisalone)