

Mondadori si consolida sugli eventi e inaugura l'Innovation Design District

di Valeria Zonca

In concomitanza con la partenza della **Milano Design Week**, prendono il via oggi gli **Icon Design Talks**, l'iniziativa promossa dal Gruppo Mondadori per l'ultimo nato della scuderia dedicata al comparto dell'abitare, che si terrà fino al 9 aprile all'interno della Microsoft House. La testata, nata come spin off di *Icon* due anni fa, è diretta da **Michele Lupi** e passerà dai 2 numeri dello scorso anno ai 9 nel 2017. I sei giorni di incontri saranno aperti al pubblico con più di 20 appuntamenti tra masterclass, lecture e round table e oltre 40 ospiti provenienti da tutto il mondo. "I quattro prodotti editoriali del gruppo coprono il pubblico a 360°: *CasaFacile* il massmarket, *Interni* i professionisti, *Casabella* i progettisti e *Icon Design* le tendenze - ha introdotto alla presentazione di ieri **Carlo Mandelli**, dg Periodici Italia del Gruppo Mondadori -. Ogni testata è attivamente presente durante questa settimana con eventi che metteranno in contatto non solo gli addetti ai lavori ma l'intera popolazione". "Il sistema living sta ottenendo ottimi risultati e la raccolta pubblicitaria da gennaio ad aprile 2017 cresce del 22%, con *Icon Design* a +31% con un numero in più rispetto al 2016 - ha dichiarato **Davide Mondo**, ad di **Mediamond** -. L'evento *Icon Design Talks* migliora ulteriormente il risultato del brand che chiude il periodo con un +78%. Ottimi anche i risultati di pubblico con 7 mila iscritti agli incon-



Carlo Mandelli, Davide Mondo, Paola Cavallero, direttore marketing di Microsoft, e Michele Lupi

tri". **Peugeot** è main sponsor. **Alessi, Arclinea, B&B Italia, Franke, Kartell, Samsung** sono i design partner, **AGC Glass Europe** e **Ideal Standard** gli architecture partner, **KE, Renson** e **Verso** i technical partner. Il media partner è **Tgcom 24**. Mondadori non si ferma alla settimana del Salone e inaugura con il sostegno del **Comune di Milano** il nuovo brand **IDD-Innovation Design District**: un luogo innovativo, nell'area tra Porta Volta e Porta Nuova, dove le idee si trasformano in progetti. "L'obiettivo è quello di creare connessioni nel corso dell'anno ed estendere ulteriormente il nostro raggio d'azione - ha spiegato Mandelli -. Il nostro modo di fare editoria è cambiato: non si tratta più 'solo' di realizzare dei prodotti cartacei, ma di essere promotori di iniziative e progetti capaci di coinvolgere il grande pubblico. Con il **Fuorisalone** e **Panorama d'Italia** gli eventi valgono ormai il 10% del fatturato adv dell'intero gruppo e con l'IDD l'obiettivo è di crescere. Eventi al Fuorisalone anche per **Giallo Zafferano**, lanciato lo scorso 18 marzo (vedi notizia), che con il primo numero sta superando le 500 mila copie vendute. Per il secondo numero la tiratura sarà un po'

inferiore, attorno alle 700-800 mila copie". IDD nasce con l'obiettivo di creare connessioni, promuovendo le realtà presenti sul territorio e sostenendo tutte le attività culturali e commerciali legate a valori di sperimentazione e creatività. "Si tratta di un progetto di promozione, comunicazione e marketing del territorio che vuole mettere insieme un network di imprese che credono nell'innovazione per coinvolgere la città attraverso le nostre testate - ha aggiunto Mondo -. All'interno si svilupperanno molti temi: architettura, tecnologia, arte e cultura, food, moda con un palinsesto che ci vedrà affiancare, oltre alla Design Week, a maggio la

Food Week (4-11), a settembre **Fuori Cinema** (14-17) e **Games Week** (29-1 ottobre), e a ottobre **Creative Week** (7-15) e **Milano Design Film Festival** (18-22). È già partita sui mezzi Mondadori una campagna adv a supporto del lancio". La corporate identity di IDD, che si basa sui codici visivi e i valori cromatici del mondo digitale e dei linguaggi di interfaccia, è stata sviluppata da **Studio FM Milano**. "È poi in fase di studio l'evoluzione digitale dei brand del living, con la costruzione di qualcosa di innovativo per proporre il design sui rispettivi siti, sapendo che il settore non può generare il traffico che raggiunge il food", ha concluso Mondo.

INTERNI, APERTA LA MOSTRA 'MATERIAL IMMATERIAL'

Anche *Interni* ieri ha dato il via a 'Material Immaterial', la mostra-evento che si terrà fino al 15 aprile nei Cortili dell'Università degli Studi di Milano, all'Orto Botanico di Brera e, per la prima volta, in corso Venezia 11, ideata dal mensile, che quest'anno giunge al traguardo della ventesima edizione. Il mensile diretto da **Gilda Bojardi** conferma la sua leadership di mercato nel segmento living professionale e nella comunicazione del design system con 4 pubblicazioni cartacee ad aprile: *Interni* (55 mila copie), *Interni Panorama* (200 mila copie), la free press *Interni King Size* (120 mila copie) e la *Guida Fuori Salone* (250 mila copie e disponibile anche in formato app), per una tiratura totale di oltre 620.000 copie, 4.000.000 di lettori e 1.200 pagine, a cui si aggiungono la mostra evento e *Interni* online (sito web, app e social). È prevista una campagna di street advertising che comprende striscioni in 15 location nel centro di Milano, 1.000 bandiere per circa 500 eventi, 10 retro bus shuttle, oltre a totem, edicole vestite, floorgraphic, station domination (Rho e Cadorna), vetrine e/o ledwall (Megastore Mondadori di piazza del Duomo e Rizzoli Store di Galleria Vittorio Emanuele). Co-producer dell'iniziativa è **Audi**, marca premium del **Gruppo Volkswagen**, che all'Audi City Lab, in corso Venezia 11, presenta insieme alla testata Mondadori gli incontri *Future Needs Stories*. **R101** sarà radio ufficiale.