



Juni 2014

## LIVINGroom forbereder Milano 2015

*I sidste uge mødtes virksomheder i Herning og København for at evaluere Danish LIVINGroom 2014 og høre nyt om næste års fælles danske messestand. Tilmeldingsfristen er denne gang allerede d. 1. september.*

Med 357.212 besøgende i 2014 er Milanomessen oplagt for møbel- og interiørvirksomheder, som gerne vil vise sig frem for alverdens arkitekter, forhandlere, indkøbere, distributører, agenter, journalister og bloggere. 25 virksomheder var i april i år en del af den danske fællesstand Danish LIVINGroom, og forleden var det tid til at evaluere – og se frem til næste messe.

Traditionen med et fælles dansk fremstød startede i 2008, fordi danske virksomheder havde svært ved at komme igennem messearrangøren Cosmits nåleøje på egen hånd. Det lykkedes Eksportrådet at argumentere for en fælles dansk brandingplatform, som blev et godt afsæt for, at nogle virksomheder senere selv får egen standplads på den eftertragtede messe. I 2012 fik danskerne endnu mere plads at boltre sig på med konceptet LIVINGroom.

”LIVINGroom er en kæmpe succes, fordi konceptet viser møbler og interiør på en særlig dansk måde. Vi har de seneste tre år haft en af de bedst besøgte stande på Milanomessen,” fortalte Birgitte Woersaa, der igennem en årrække har samlet trådene for Eksportrådet, som står bag det fælles tiltag sammen med Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning.

### **Et slaraffenland af kontakter**

På møderne forleden kom virksomhederne med forslag til, hvordan messen kan blive endnu bedre næste år. Det er vigtigt, at den bygges op, så det er let at sælge fra den, ligesom fordelingen af produkter skal afvejes nøje. Produkterne må ikke forsvinde i mængden og samtidig skal konceptet – den danske stue - fremstå tydeligt. ”Cosmit ser kritisk på både standen og udstillerne og tjekker nøje, om udstillerne passer ind i konceptet.

Nogle blev afvist sidste år, fordi deres hjemmesider afspejlede møbler, som var for institutionelle,” forklarede direktør Betina Simonsen fra Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning, som samtidig opfordrede de deltagende virksomheder til at få mest muligt ud af de mange kontakter, der kan etableres.

Hun fremhævede arkitekter, indkøbere og agenter, men også pressen og internationale bloggere er værd at tilgå aktivt. Birgitte Woersaa pegede på, at det er vigtigt, at især de små virksomheder overvejer nøje inden tilmelding, om de nu også er klar til at deltage i så stor en messe, fordi der skal sættes ressourcer af til opfølgning: ”Man skal som lille virksomhed gøre op med sig selv, om man er klar til at følge op på alle de kontakter, man får. Det er afgørende at følge op, ellers er ressourcerne spildt.”



### **Mere netværk mellem færre virksomheder**

Sidste års deltagere fremhævede det netværk, man kan få imellem udstillerne, og hvordan de oplever, at de danske virksomheder hjælper hinanden med kontakter. Der var derfor et klart ønske om at dyrke netværket mere formaliseret på messedagene, men måske også at mødes inden opstart, så danskerne kan drage af sted som et team, der får mest muligt ud af dagene i Italien.

Arrangørerne vil tage dette ønske med i planlægningen af næste messe, hvor man denne gang satser på færre deltagende virksomheder, som til gengæld ønsker at råde over mere standplads.

### **Flere profilerende virksomheder**

Deltagerne pegede desuden på, at det er vigtigt, at også 3-4 af de større og mere profilerende virksomheder deltager på standen – dem som de besøgende kender som dansk designs flagskibe. Arrangørerne vil derfor allerede nu kontakte nogle af dem, der blev foreslået på mødet.

### **Priser fra 25.000**

Udenrigsministeriet har ydet støtte til udstillerne i de første år, men det kan man ikke forvente længere. "Der er en chance for, at vi får støtte, men vi ved det ikke endnu, og derfor er vores udgangspunkt i år, at virksomhederne skal budgettere med *ikke* at få tilskud," sagde Ole Gustafsson, Handelschef for Eksportrådet i Italien.

Han forklarede, at man af samme grund i år starter tidligere med at sammensætte det hold, som kan komme med på messen – og at man nu er nødt til at overholde de samme tidsfrister som messens andre udstillere. Virksomheder skal derfor tilmelde sig senest den 1. september og arrangørerne besøger i øjeblikket en række virksomheder for at sikre en bred og repræsentativ deltagelse. Der bliver fire forskellige pakker at vælge mellem. Priserne ligger fra 25.000 kr. og opefter.

"Det er rørende billigt for at deltage på verdens største messe," blev der sagt, men som en af deltagerne anførte, er det jo ikke prisen alene, der skal ses på, da der skal lægges personaletimer og rejseudgifter oveni. Det ændrede dog ikke ved, at flere af de tidligere deltagere vil med igen. "Vi tager med for fjerde gang. Det er meget tidskrævende både før, under og efter messen at være i Milano, og det er ekstremt vigtigt med intensiv opfølgning.

Vi har efterhånden lært at sætte mange kræfter ind på opgaven, til gengæld rammer vi hele verden. Via Milano har vi fået direkte indsigt i forskellige markedsstrukturerer på en gang, og kan derudfra vælge, hvilke vi vil prioritere fremover. Desuden har messen givet os rigtige gode kontakter og samarbejdspartner i Sydeuropa," siger Industriel Designer og partner Jytte Baarup Bilstrup fra Thors-design.

Og så blev der vist tegninger frem af standen 2015. Der er lyttet til de sidste års feedback, og det er besluttet igen at gøre standen mere tematisk, så den minder mere om LIVINGroom 2012. Designer Tine



Mouritzen har skabt et klart koncept med lyst træ og god plads til at præsentere forskellige moods. Som at træde ind i et lille stykke Danmark...

**Tidsfrister – den danske fællesstand LIVINGroom – Milanomessen 2015:**

- Tilmelding og betaling af første rate: 1. sept. 2014.
- Screening (ved Cosmit) fra 1. sept. til 30. nov.

Se præsentation for møderne om LIVINGroom 2015 her:

<http://innonetlifestyle.com/wp-content/uploads/2014/06/Pr%C3%A6sentation-DLR-2015.pdf>

**Læs mere**

Den danske fællesudstilling Danish LIVINGroom 2014 var arrangeret af Eksportrådet og Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning.

Læs mere om aktiviteten på Innovationsnetværkets hjemmeside, hvor I også kan følge med i de kommende informationer om LIVINGroom 2015:

<http://innonetlifestyle.com/blog/portfolio-type/danish-livingroom-milano-moebelmesse-2014/>