**MILANO HOME 2025: UNA PIATTAFORMA PER IL MONDO CASA CHE GUARDA AL FUTURO DEL RETAIL**

*Milano Home si prepara alla sua seconda edizione, puntando sui principi cardini della manifestazione: nuovi prodotti di qualità per il mondo casa e nuove idee per sostenere il mondo del retail*

*Milano, 03 ottobre 2024* – Organizzata da Fiera Milano, in collaborazione con Ge.fi, **Milano Home sarà in scena per la sua seconda edizione dal 23 al 26 gennaio 2025**, per proseguire nello sviluppo di un evento che si propone come una piattaforma di networking e confronto del settore casa**,** che riporta al centro le **eccellenze produttive e i protagonisti di un dettaglio specializzato, in cerca di nuove modalità per evolvere e continuare a essere un punto di riferimento per il consumatore finale**.

In un contesto globale caratterizzato da cambiamenti profondi sia nei comportamenti d’acquisto che nella strategia produttiva e distributiva dei brand del settore casa, Milano Home punta, infatti, a favorire un nuovo “Rinascimento del prodotto”, riportando l’attenzione sulla produzione di qualità e sul recupero di una capacità produttiva sensibile al bello fatto bene, con **l’obiettivo di condurre gli operatori del settore e i territori verso nuove opportunità**.

Al centro di questa scelta, Milano Home pone il negozio specializzato, come hub di relazione tra tutti gli operatori della filiera: produttori industriali, artigianali, designer, distributori, cliente finale. Un comparto, quello del commercio al dettaglio, che in Italia è rappresentato da 38.000 punti di vendita che trattano almeno uno dei prodotti per la decorazione della casa (complemento d'arredo, tavola, cucina, decorazione, tessile, fragranze, regalo, decorazione floreale), impiega in totale 100.000 addetti e genera un fatturato di oltre 16,5 miliardi di fatturato (*fonte Hoover 2022).*

Con una maggiore consapevolezza del proprio ruolo nell’economia del settore, i negozi sono chiamati a diventare la leva di questo nuovo “Rinascimento”. Rappresentano, infatti, per i brand un megafono capillare sui territori, possono aiutare i consumatori a orientarsi verso prodotti di qualità e a scegliere le aziende che producono in modo etico, sostenibile, innovativo e qualitativo e sono in grado di promuovere proposte capaci di valorizzare la produzione, la competenza, la storia delle aziende e i territori.

**IL MONDO GUARDA ALLA QUALITÀ E ALLO STILE ITALIANO**

Recuperare il **valore della qualità e dell’eccellenza made in Italy, diventa una leva importante anche per l’export italiano** verso un mondo che guarda ai nostri brand con continuo interesse, in quanto sinonimi di bellezza, stile, innovazione.

Con oltre 2.6 miliardi di euro registrati l’anno scorso, l’export italiano di prodotti del comparto Home è tra le prime 10 posizioni nel ranking mondiale e nello scenario al 2027 le esportazioni italiane del comparto Home sono attese crescere a tassi moderatamente più dinamici: +1.8% nel 2024 e +3.3 annuo per cento nella media del periodo 2025-2027 (fonte dati: piattaforma Expoplanning\_settembre 2024).

A Milano Home saranno presenti **buyer internazionali** provenienti da Nord America, Asia, Paesi del Golfo ed Europa interessati alla produzione italiana di qualità, selezionati grazie a un’attenta attività di scouting dei Brand Ambassador di Milano Home, la rete, cioè, di professionisti del settore e agenti dei più iconici brand del design, residenti nei Paesi più importanti per l’export del prodotto italiano.

Per gli espositori l’incontro a Milano Home con questi buyer selezionati, rappresenterà un’occasione unica **per espandere la propria rete distributiva nel mondo e avviare nuove relazioni internazionali**.

**PREPARARSI AL CAMBIAMENTO. L’ACADEMY DI MILANO HOME IN FIERA PER FORMARE GLI OPERATORI DEL SETTORE**

La formazione costituisce un capitolo importante nel palinsesto della manifestazione, in quanto **elemento imprescindibile nella promozione di una rinnovata cultura del settore**. Per questo Milano Home si impegna a offrire ai suoi partecipanti un ampio calendario di momenti formativi e di approfondimento,

Espositori e visitatori avranno l'opportunità di partecipare a oltre **80 ore di formazione in 4 giorni**, distribuite in numerosi appuntamenti pensati per stimolare la creatività, migliorare le performance, sviluppare l’innovazione e la digitalizzazione, **esplorare le nuove tendenze del mercato e favorire il networking**.

Tra dibattiti, workshop e talk su argomenti specifici, gli incontri offriranno competenze pratiche e spunti di riflessione sulle evoluzioni del settore, sui temi più attuali del settore, in un contesto stimolante e dinamico.

**PRODOTTI, TENDENZE E NOVITÀ: I PADIGLIONI E LE AREE SPECIALI**

Il percorso espositivo di Milano Home si sviluppa attraverso quattro padiglioni, ognuno dedicato a un universo di idee e innovazioni dedicate agli oggetti, alle decorazioni, ai tessili, alle fragranze, che danno personalità alla casa.

**Elements** celebra l'eccellenza nell'home décor, dove tradizione e ricerca si fondono, con aziende che trasformano materiali antichi e concetti innovativi in soluzioni creative e sostenibili. **Vibes** propone tendenze di stile per i punti vendita, presentando profumazioni, tessuti e oggetti che coinvolgono i sensi e favoriscono il benessere, creando esperienze immersive. **Mood** è lo spazio in cui il design esprime creatività e lifestyle, con oggetti che unici gli ambienti abitativi. Infine, **Taste** è dedicato all'arte della tavola, offrendo prodotti per la cucina e la convivialità, trasformando l'accoglienza in un'esperienza raffinata.

Accanto ai padiglioni in cui si concentra l'offerta espositiva, tornano anche numerose le aree speciali a tema che celebrano il saper fare artigianale e la sostenibilità.

**Manifatture in Scena** – ideata con **Ulderico Lepreri**, architetto esperto conoscitore dell’Arte della Tavola - mette in luce le grandi manifatture europee e l'arte della tavola con una spettacolare installazione. **The Green Circle** - a cura dell’architetto bioclimatico **Isabella Goldman** - esplora le innovazioni sostenibili globali con nuovi materiali e prodotti. Evento nell'evento, si rinnova anche **Brand Power,** l'unica iniziativa in Italia che mette in connessione i fornitori di premi e i brand con il marketing di industria, distribuzione e servizi. Debutta invece come progetto speciale di quest'anno **Piazza di carta**, un'area interamente dedicata allo stationery e al ritorno di fiamma per il mondo della carta e della scrittura.

*Appuntamento a* ***Milano Home***

*Fieramilano (Rho) dal 23 al 26 gennaio 2025*

*milanohome.fieramilano.it*