



FIERA MILANO



Press Office
Fiera Milano
+39 02 4997.6675
+ 39 02 4997 7939
milanohomepress@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.
+39 02.4997.1

fieramilano@fieramilano.it
fieramilano.it

Press office

MILANO HOME IN TOUR IN ITALIA E IN EUROPA CON UNA SERIE DI INCONTRI. FOCUS IL FUTURO DEL NEGOZIO SPECIALIZZATO DEL MONDO DELLA CASA

Milano Home- la manifestazione di Fiera Milano dedicata al mondo della casa- promuove una serie di appuntamenti sul territorio per tracciare le linee su cui costruire il futuro dei negozi di prossimità

Milano, 23 maggio 2024 – Girando per i centri abitati in Italia capita spesso di chiedersi quale potrà essere il futuro dei singoli punti vendita in un contesto di mercato complicato e con tutte le nuove tecnologie che hanno richiesto una veloce e rapida evoluzione.

Di cosa stiamo parlando nello specifico? Secondo le stime di Milano Home su fonte Hoover 2022, il mondo del commercio al dettaglio che tratta almeno uno dei prodotti per la decorazione della casa (complemento d'arredo, tavola, cucina, decorazione, tessile, fragranze, regalo) tocca in Italia 38.000 punti vendita, 100.000 addetti e oltre 16,5 miliardi di fatturato.

La maggior parte di questi punti vendita si posizionano su un fatturato tra i 100.000 e i 300.000 euro (quasi 20.000), e quasi altri 5.000 negozi sono tra i 300 e i 600 mila euro.

Se ragioniamo per specializzazione, oltre 14.500 sono i negozi di arredo, illuminazione e decorazione per la casa, 12.000 i negozi che trattano i prodotti floreali e da regalo, oltre 6.500 i punti vendita specializzati sulla tavola cucina e regale, quasi 5.000 quelli specializzati sul tessile e biancheria.

Parliamo di un tessuto di negozi caratterizzati da conoscenza sui prodotti, da valorizzazione delle specificità territoriali, da fornitori di bellezza e ricchezza sul territorio, un servizio unico che caratterizza fortemente il nostro Paese.

Non solo, le recenti ricerche sul consumatore finale, indicano chiaramente che i due principali canali di informazione per le persone che vogliono acquistare questi prodotti sono i social (38% con instagram capofila) e subito dopo i negozi con il 20% (dati Promotica Spa 2024).

Quindi i negozi non sono solo punti di vendita ma veri e propri informatori sul territorio dei brand che rappresentano, della qualità dei prodotti che trattano e della selezione che effettuano.

Quello del negozio quindi è un profilo professionale fondamentale su cui Milano Home ha deciso di investire tempo e professionalità, al fine di definire le linee su cui supportare lo sviluppo dei punti vendita che si possano ritagliare un ruolo ancora più innovativo e cruciale per il territorio in cui operano.

Press Office

Fiera Milano

+39 02 4997.6675

+ 39 02 4997 7939

milanohomepress@fieramilano.it

Fiera Milano S.p.A.

+39 02.4997.1

fieramilano@fieramilano.it

fieramilano.it

Inizierà quindi dalla fine di maggio un percorso **di incontri in Italia e in alcune città europee**, strutturati come dei **veri e propri focus group** che daranno vita ad un confronto aperto e costruttivo, ma che rappresenteranno soprattutto un momento dove gli operatori potranno avere un quadro reale del settore dell'home décor nei territori commerciali da loro presidiati.

Verranno anche analizzate esigenze e necessità che i retailer sono chiamati ad affrontare in questi periodi di grande trasformazione del loro ruolo e fornite indicazioni e nuove soluzioni e idee per un mercato sempre alla ricerca di nuovi stimoli e nuove idee. Saranno infine affrontati temi tra i più attuali e più rilevanti per i negozi che vanno dall' omnicanalità, alle relazioni con i fornitori, dalla conoscenza dei materiali allo scouting di prodotto.

Le tappe previste in Italia partiranno a fine maggio dalla **Sicilia** per proseguire in **Puglia, Calabria, Campania, Abruzzo, Lazio, Toscana, Emilia-Romagna, Liguria** Verranno anche raggiunte alcune città europee come **Vienna, Zurigo, Monaco, Nizza e Ljubljana**.

La prossima edizione di Milano Home vedrà ancora una volta una proposta completa del mondo della casa: dalle fragranze al tableware, dalla decorazione fino al concept gift, la manifestazione si confermerà piattaforma in cui convergono novità e innovazione e dove si scoprono le eccellenze del settore, caratterizzate da design originale, ricerca, unicità, personalizzazione e naturalmente per sostenibilità. Un progetto che premia ricerca e innovazione di prodotto, valorizzando le competenze e le storie degli espositori, dalle aziende più piccole ai leader di settore, con in comune i valori fondanti della visione di Milano Home: **originalità, autenticità, qualità e innovazione**.

Il layout della mostra sarà ancora una volta suddiviso in aree tematiche che permetteranno agli operatori di scoprire in modo immediato tutte le novità di loro interesse. Non mancheranno focus specifici e aree evento, che hanno avuto molto successo durante la prima edizione. L'offerta espositiva sarà poi completata da momenti di informazione e formazione, realizzati in collaborazione con grandi realtà del mondo del design e dell'editoria specializzata, incentrati sui temi più interessanti per il settore.

*Appuntamento a **Milano Home** – fieramilano (Rho) dal 23 al 26 gennaio 2025*
milanohome.fieramilano.it