

Milano Home, una nuova fiera racconta il mondo della casa contemporanea

Debutta dall'11 al 14 gennaio 2024 la manifestazione dedicata al lifestyle e all'home décor fra cambiamenti e tendenze declinati con i valori di autenticità, originalità, qualità, innovazione e sostenibilità. Grandi aziende, Pmi, artigiani, start-up e progettisti presentano prodotti e idee per il retail che cambia. Tutte le novità da non perdere Milano Home, your way of living, la nuova fiera dedicata al mondo dell'abitare e all'home décor e ai trend del lifestyle legato alla casa, aprirà le manifestazioni del 2024 di **Fiera Milano** a Rho dall'11 al 14 gennaio gennaio. Una novità per format e contenuti declinati nel segno di valori come autenticità,



originalità, qualità, innovazione e sostenibilità che coinvolgono espositori, progettisti, mondo del retail - off e online - brand del settore, piccole e medie imprese, artigiani, interior designer e start-up impegnati a intercettare gusti, desideri, necessità dei consumatori con prodotti e soluzioni contemporanee. Con il filo conduttore della valorizzazione della manifattura mediterranea, del gusto europeo, delle tradizioni e innovazioni provenienti da tutto il mondo. Appuntamento presentato al Salotto di Milano da Emanuele Guido, direttore della manifestazione, con un format che rispecchia gli obiettivi di Milano Homi, un racconto che visto come protagonisti progettisti come Fabio Daglio di Polidesign, l'architetto Clara Bona e il bio-architetto Isabella Goldmann oltre a buyer e retailer come Maria Laura Giroldi e Marco Racchia di La Rinascente, Gilles Massè di FrankBros Online Design Shop, Renato Bellone titolare di L'Isola Store e Cristina Fioras o titolare di 120 Mameli Strasse. Il nostro obiettivo, la proposizione è quella di essere una piattaforma espositiva in grado di aiutare e sostenere il settore in questo scenario di cambiamento - ha spiegato Emanuele Guido - attraverso il sostegno allo scouting, all'individuazione dei nuovi prodotti e nuovi contenuti da proporre in fiera con una visione e una strategia che si basa anche sul confronto e la collaborazione. Oggi il mondo del retail è profondamente cambiato e deve professionalizzarsi, proporsi in modo diverso senza mai fermarsi e Milano Home lo mette al centro dei padiglioni offrendo visibilità da un lato e opportunità di conoscenza e formazione dall'altro. Saranno quattro aree narrative del percorso di visita. VIBES è dedicata alle fragranze, ai tessuti e gli oggetti capaci di accendere l'immaginazione, favorire il benessere e coinvolgere i sensi, con proposte di stile e tendenza e nuove esperienze e suggestioni multisensoriali da portare nei punti vendita. MOOD mette in primo piano tutti gli stili che caratterizzano i luoghi dell'abitare: decorazioni, idee e ispirazioni per la casa, per rispondere alle esigenze di clienti di tutte le generazioni. ELEMENTS è il luogo dell'esperienza artigianale per il mondo del retail: qui si possono trovare nuove suggestioni da proporre ai clienti e individuare nuove modalità di personalizzazione del prodotto. TASTE è invece dedicato al gusto di stare insieme, con oggetti per la tavola e la cucina ideali per nuove esperienze conviviali e il ritorno della voglia di stare insieme. Milano Home propone, in linea con i suoi obiettivi, due novità. L'area Green Circle, innovativo progetto realizzato dall'architetto bioclimatico Isabella Goldman, che presenterà una selezione di prodotti virtuosi in linea con i criteri di sostenibilità ed economia circolare. Un nuovo approccio critico all'acquisto di beni di consumo dove il bello» diventa anche fatto bene e soprattutto corretto secondo i criteri Esg riconosciuti internazionalmente e gli Sdgs delle Nazioni Unite. Una piazza circolare, accoglierà circa 60 prodotti, alternativi e ancora poco noti, selezionati seguendo criteri che rispondono a un approccio sostenibile e rispettoso della natura, delle tradizioni, dei materiali, del territorio, delle persone e delle loro emozioni o ancora che propongano un atteggiamento del tutto nuovo agli oggetti di uso comune utilizzando nuove tecnologie sostenibili. È il concetto di qualità nella sua accezione più profonda, dove l'attenzione al dettaglio, la scelta dei materiali e il servizio al cliente sono prioritari, così come l'equità, la reciprocità e la sensibilità ai temi sociali e ambientali. Il progetto Brand Power©, realizzato in collaborazione con Promotion Magazine, presenta invece una serie di attività di networking e di talk per mettere in contatto le marche con il mondo del promozionale in un'area dedicata e uno specifico programma di incontri che si svolgeranno l'11 e 12 gennaio con lo scopo di favorire sinergie tra marche, catene distributive, agenzie di comunicazione e far incontrare direttamente l'offerta (i brand) con la domanda: catene della grande distribuzione che incentivano la fedeltà dei clienti con raccolte punti, compagnie energetiche, telco, farmacie, grandi superfici specializzate. Si tratta di un evento unico in Italia, pensato per mettere in contatto i fornitori di singole referenze e di intere collezioni che con maggiore frequenza vengono preferiti come regalo o premio negli schemi promozionali, di loyalty, nell'incentivazione e nei regali aziendali: casalinghi, tableware, tessile per la casa, accessori d'arredo e home decor, oggetti per il tempo libero indoor e outdoor, articoli per il giardinaggio, ecologia e pet, wearables e accessori per la persona. Promozioni, fidelizzazione, incentive e regalistica aziendale valgono in Italia, cinque miliardi di euro, tre

dei quali realizzati dalla sola Gdo. Basati sui sistemi di reward, i programmi promozionali e di loyalty che sono previsti ancora in crescita nei prossimi anni, generano una ricompensa che premia la fedeltà dei consumatori a una marca, a un'insegna distributiva o a una catena di retail on-offline e sono un canale di sbocco per le marche più note, in particolare per quelle che operano nel settore dei casalinghi e nel tessile. Gli eventi dedicati all'aggiornamento e all'approfondimento per i professionisti completano, anzi, integrano l'offerta espositiva e consentono comprendere i mutamenti in atto e anticipare le esigenze del cliente finale dal momento della progettazione a quello della vendita. Polidesign propone due talk dedicati alla Forma delle Cose curati dal professor Francesco Scullica e dall'architetto Fabio Daglio. Residenzialità diffusa approfondirà come e con quali strumenti il progettista può mantenere il coordinamento l'orditura complessa di chi sceglie di lavorare ad esempio nelle seconde case per periodi più lunghi, in quale proporzione i nuovi oggetti e le materie seconde e come l'interior design anche nella relazione con il design di prodotto (oggetti e agli accessori d'arredo) possa influenzare l'attrezzamento e la caratterizzazione - in chiave funzionale e simbolica - di queste nuove abitazioni temporanee. Co-Retailing in store ed esperienza multicanale affronta invece il tema dell'incremento dell'uso della tecnologia che ha spinto molto su format e strategie che puntano sull'omni-canalità e sulle vendite on-line. Ma lo spazio fisico, il rapporto con i materiali e la sensorialità percepita, sono sempre temi centrali per far emozionare il consumatore e sono alla base del testing dei prodotti che l'esperienza digitale porta solo a desiderare. Il talk analizzerà questi temi importanti sul fronte di nuove esigenze, scelte e comportamenti di aziende, retailer, buyer e consumatori e come il ruolo del progettista può essere di supporto con proposte multisensoriali. Abitare il Presente è il tema di una serie di incontri in collaborazione con Platform per capire come stanno cambiando le case e gli oggetti, trovare nuove idee per i clienti e nuove storie per promuoversi. I "luoghi dell'abitare" sono spazi in cui le persone vivono, lavorano e interagiscono quotidianamente. che in questi recenti anni hanno subito cambiamenti significativi e gli architetti svolgono un ruolo fondamentale nella progettazione e nella creazione di ambienti adatti alle nuove esigenze della società. Platform ha selezionato dodici autrici italiane e autori internazionali per rappresentare lo stato dell'architettura di interni contemporanea. Autrici capaci di interpretare, con i propri progetti, i nuovi stili di vita attraverso una accurata scelta di complementi e oggetti, in collaborazione con artigiani del territorio. Retail Academy invece dà spazio al cambiamento. I retailer sono infatti le antenne che per prime percepiscono i mutamenti in atto, ma anche i primi a essere chiamati a cambiare per farvi fronte. Per questo a Milano Home si metteranno al centro la loro attività e il loro know how con un corposo calendario degli eventi: i temi spaziano dalla gestione del rapporto con i clienti all'esperienza d'acquisto, passando per il commercio online nel settore casalinghi alla gestione degli spazi di vendita. Tutte le informazioni su <https://www.milanohome.com/>

Commenti Nessun commento