



MILANO  
HOME  
*your way of living*

23-26 Gennaio 2025  
fieramilano (Rho)



FIERA MILANO





# Crediamo nella forza delle relazioni

Milano Home racconta la continua **trasformazione del pianeta casa**, attraverso gli oggetti che accompagnano le persone nelle innumerevoli fasi della loro vita. Oggetti che rappresentano «**stili di vita**»: storie, personalità, gusto ed emozioni di chi li possiede e li usa, ma anche di chi li progetta, li produce, li vende.

Un progetto b2b dedicato a chi ama la casa, che nasce per:

Attivare relazioni  
di valore tra tutti i  
protagonisti della  
filiera

Premiare  
la ricerca e  
l'innovazione di  
prodotto



# Ci interessano le storie dei brand e il valore delle persone

Milano Home è un evento a dimensione umana che punta a:

**Valorizzare**  
aziende capaci  
di guidare  
l'evoluzione del  
settore

**Profilare e**  
selezionare buyer  
alla ricerca di  
prodotti innovativi  
creativi e sostenibili

**Creare**  
momenti di incontro,  
di ispirazione  
e di business per  
permettere a domanda  
e offerta di incontrarsi  
in modo efficace



# Il nostro manifesto in 4 punti



## **NON CONSUMATORI, MA PERSONE**

L'attenzione verso prodotti e brand capaci di entrare in relazione con la vita delle persone. Le scelte d'acquisto sono influenzate sempre più da concetti come innovazione qualità, originalità.



## **IL VALORE DELLA PERSONALIZZAZIONE**

La personalizzazione è la risposta che i negozi e tutte le filiere collegate possono dare alle persone che cercano prodotti unici, con storie e valori in cui identificarsi.



## **CO-PROGETTAZIONE TRA I PROTAGONISTI DI TUTTA LA FILIERA**

Negozi, artigiani, designer, produttori, distributori: un unico eco-sistema e un'intelligenza collettiva comune per trovare le giuste risposte al cambiamento.



## **IL RITORNO ALLA BELLEZZA**

Il bello e ben fatto torna protagonista, grazie a una crescente sensibilità verso gli oggetti fatti bene (anche dal punto di vista etico), i materiali, le tecniche di produzione, le storie di chi crea, produce, condivide bellezza.



# Il negozio specializzato al centro del progetto

Il negozio è il **principale punto di contatto diretto** con il cliente finale. Rappresenta l'**antenna** del mercato; il punto di riferimento per **tutti i protagonisti** della filiera (produttori, distributori, artigiani, designer); promuove le **eccellenze dei territori** e, soprattutto, con la sua professionalità e competenza, è il miglior **megafono** per brand e prodotti.

Per questo è al centro del nostro progetto.

## Gli altri target

Abbiamo fatto una scelta precisa: parlare soprattutto al mondo retail e, in particolare, al punto vendita indipendente. Ciò, naturalmente, non esclude l'attenzione verso altre importanti tipologie di visitatori che fanno parte del mondo Milano Home: gli interior designer, le piccole strutture ricettive, il mondo del promozionale.

**RETAIL**  
(Negozi, specializzati,  
Catene, Gdo/Do)

**INTERIOR  
DESIGNER**

**MICRORICETTIVITÀ**

**SETTORE  
PROMOZIONALE**

MILANO  
**HOME**  
your way of living

# Favoriamo l'incontro e la condivisione



## MEET&COFFEE

Lo Speed-dating che facilita gli incontri tra produttori/distributori e buyer. Ogni giornata di Milano Home inizia per gli espositori con l'opportunità di incontrare tutti gli hosted buyer presenti in manifestazione in un unico posto, di intercettare quelli più interessanti per la propria attività e di invitarli allo stand per presentare in dettaglio il proprio prodotto.



## AREE DI CONTENUTO PER RITROVARSI E MIGLIORARE LE PROPRIE COMPETENZE.

Ogni padiglione di Milano Home ha uno spazio per incontri e momenti formativi.

Dalla Retail Academy, il programma di formazione pratica per i negozi; agli eventi degli espositori (presentazioni di prodotti e novità), ai design talks, gli incontri con architetti e interior designer.



## EVENTI CULTURALI E INSTALLAZIONI PER SENSIBILIZZARE ALLA SOSTENIBILITÀ, ALLA QUALITÀ DEI MATERIALI, ALLA RICERCA, ALL'ECCELLENZA.

Aree tematiche e di ispirazione per raccontare la bellezza della materia, la creatività del design e dare ai negozi e ai designer nuovi spunti per raccontare il prodotto ai propri clienti

# La rete dei nostri brand ambassador seleziona nel mondo i buyer più qualificati



In Italia e nel mondo, Milano Home si avvale di una rete di **brand ambassador**. Sono gli agenti dei più noti brand internazionali del mondo casa, che hanno il compito di individuare, selezionare e accompagnare a Milano i negozi specializzati, le catene di negozi, gli importatori e i distributori più interessanti per l'offerta presente in fiera.

Nell'ultima edizione  
300 hosted buyer,  
provenienti da 80  
Paesi, hanno  
partecipato agli eventi  
di matching con gli  
espositori

## Alcuni buyer presenti nell'ultima edizione

Aesthetic Movement (**Usa**), 120Mamelistrasse (**Italia**), Classic Housware (**Sud Africa**), Eataly North America (**Usa**), El Corte Inglés (**Spagna**), Gallery Design (**UAE**), Gasparetto (**Italia**), L'Isola Store (**Italia**), Kares Group (**Macedonia del Nord**); Luxxdesign (**Regno Unito**), Majid Al Futtaim lifestyle LLC (**UAE**), Moon Garden (**Marocco**), MoMa Design Store (**Usa**), New Convov Sdn Bhd (**Malesia**); Sanimaia (**Portogallo**), Tivoli Group (**Qatar**), Tokyo Interior Furniture Co.,Ltd. (**Giappone**), Vivid Home (**Kazakhstan**).

# I numeri dell'ultima edizione

20.515 Presenze B2B  
611 Brand (espositori)  
da 32 paesi

# Visitatori

7.911 aziende  
9% dall'estero

569 studi di architettura  
e interior designer

202 marchi della ristorazione  
e microricettività

5.193 insegne del mondo retail  
Di cui 4.295 negozi indipendenti

6% Resto del Mondo  
94% Italia

65% Nord  
17% Centro  
18% Sud

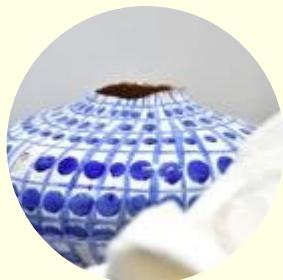
## I principali paesi per numero di visitatori

Svizzera, Cina, Francia, Spagna, Regno Unito, Grecia, Portogallo, Germania, USA, Polonia, Hong Kong, Emirati Arabi

284  
giornalisti presenti.  
11% provenienti dall'estero

Oltre  
80  
Ore di formazione per negozi e designer

# Le 5 cose che sono piaciute di più ai visitatori



“ Ho incontrato artigiani di eccellenza che non conoscevo ancora ”



“ Ho trovato nuove categorie di prodotti da inserire nella mia attività ”



“ Ho visto di nuovo le grandi manifatture europee a una fiera di settore ”



“ Mi sono piaciute le novità di prodotto degli espositori ”



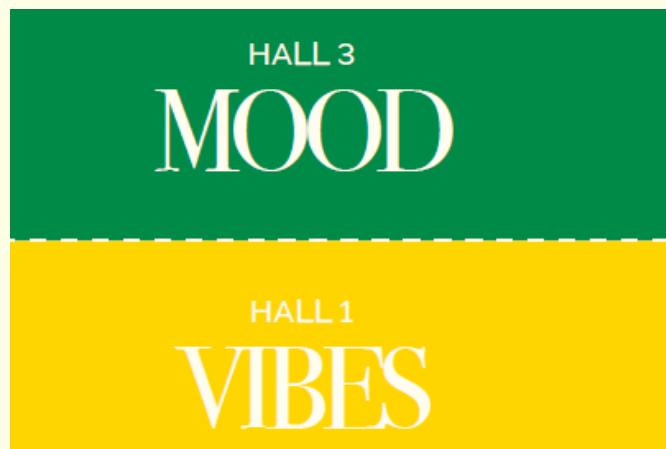
“ Mi è piaciuta la formazione per negozi e i designer ”

# Hanno parlato di Milano Home

Casastile, Cose di Casa, DDN, Elle Decor, Interni, La casa in ordine, Living, Pambianco Design, Platform, Marie Claire Maison, Vanity Fair, Ansa, Aska, Il Giornale , Il Giorno, Il mattino, Il Tirreno, Italia Oggi, Il sole 24ore, Republica.it, Rai 3, Rai2 , TG5, Casas Viva, Deco Actuelle

Interiores, Home Fashion News, Marie Claire Maison Francia, Marie Claire Maison Spagna, Offrir, Still&Markt, Trend&Style, Brava Casa, Lux Deco, P&G, H.O.M.E., Maison & Decoration, Dec Actuelle, Casa Viva - Casa Y Jardin, Diseno Interior.

# 4 padiglioni, 4 modi diversi per vivere Milano Home



Pad. 2

# Elements

Artigianato Manifatture d'eccellenza Design Materiali



È il padiglione che guarda al futuro di Milano Home come il luogo dell'eccellenza internazionale nel settore dell'home décor. Un'eccellenza che nasce dalla **capacità delle aziende di trasformare i materiali**, di creare il nuovo, di guardare oltre, rendendo i valori del passato e della tradizione, terreno fertile per l'innovazione dei prodotti, della comunicazione, dei processi. **Un padiglione che celebra la capacità creativa, il legame con la natura, l'origine degli oggetti** e delle aziende, la capacità dei marchi storici di adattarsi continuamente ai tempi e di anticiparli e, di quelli nuovi, di essere dinamici e veloci nel cogliere i segni dei tempi, trasformandoli in **risposte efficaci** alle nuove domande delle persone.

# Le parole chiave di Elements

Creazione  
Manufatto Materia  
Icona Storia  
Tradizione Origine  
Eredità culturale

## Che cosa si trova in Elements



Le eccellenze nei settori della porcellana, dell'argento, dei cristalli e del vetro



Il saper fare dei territori, le sensibilità artigianali italiane e internazionali, i designer più creativi



Il design che fa bene al mondo: brand e prodotti innovativi che esprimono qualità, impegno, gusto

## Il visitatore tipo

- **Negozi e designer** in cerca di nuovi materiali, oggetti della tradizione e artigianato.
- **Interior Designer**
- **Buyer internazionali** in cerca dell'artigianato di eccellenza made in Italy
- **Distributori** in cerca di nuovi brand

Pad. 4

# Taste

Tavola Cucina Cottura



La socialità come elemento di attrazione nel punto vendita. Oggetti per la tavola e la cucina per nuove esperienze conviviali. L'accoglienza come una vera e propria forma d'arte per raccontare il gusto di stare insieme e lo stare insieme con gusto.

Il padiglione taste ospita l'area speciale Brand Power, dedicata al mondo del promozionale e al sistema premiante di industria e retail

# Le parole chiave di Taste

Originalità  
Innovazione  
Sostenibilità  
Tecnologia  
Design  
Stile  
Gusto

## Che cosa si trova in Taste



Le novità per i settori tableware, cookware e kitchenware



Uno spazio dedicato al design della convivialità.  
Il legame tra mondo del design e la tavola



Un'area speciale per presentare servizi innovativi e tecnologie per il punto vendita

## Il visitatore tipo

- **Negozi** alla ricerca di nuove soluzioni, idee e prodotti per la cucina e l'arte del ricevere.
- Il **mondo della Gdo** interessato al tema del promozionale e ai programmi di fidelizzazione per i propri clienti.
- I **punti vendita** interessati alla digitalizzazione e all'incremento delle proprie performance di vendita, grazie alla tecnologia.

# Brand Power

L'evento che mette in connessione le marche con il sistema premiante di industria e retail

Un'area dedicata all'interno del padiglione taste per approfondire il mondo del promozionale.

Brand Power© è un'iniziativa, realizzata da Milano Home in collaborazione con Promotion Magazine, che mette in contatto i fornitori di **single referenze e di intere collezioni** - molto gradite dai consumatori come premio nei programmi promozionali e di loyalty - con le **catene distributive e l'industria**.

Prodotti che rappresentano l'ideale anche negli schemi di incentivazione verso la forza vendita e altre figure professionali, nonché nella regalistica aziendale.



Pad. 1

# Vibes

Fragranze Tessile Decorazione



# Le parole chiave di Vibes

Proposte di stile e tendenza per nuove esperienze multisensoriali da portare nei punti vendita.

Profumazioni, tessuti e oggetti capaci di accendere l'immaginazione, favorire il benessere, coinvolgere i sensi.

Atmosfera  
Benessere  
Multisensorialità  
Sensazioni  
Ritualità  
Energia  
Tatto

## Che cosa si trova in Vibes



Installazioni, suggestioni e momenti formativi per valorizzare la vendita delle fragranze e dei tessuti



Un nuovo spazio dedicato a oggetti, tessuti e profumi capaci di trasformare il bagno di casa in una Spa



Un focus dedicato alla decorazione con i fiori artificiali e una speciale Academy per aiutare i negozi a vendere al meglio questo prodotto

## Il visitatore tipo

- **Negozi specializzati** in cerca di novità e punti vendita interessati ad ampliare il proprio assortimento con nuovi prodotti di alto interesse per la propria clientela.
- **Buyer internazionali** in cerca di prodotti d'eccellenza del mondo tessuti e fragranze.
- **Interior Designer**
- **Distributori** in cerca di nuovi brand.

Pad. 3

# Mood

Decorazione Concept Gift



# Le parole chiave di Mood

Il padiglione che celebra il design in funzione della creatività e del lifestyle. Oggetti che caratterizzano i luoghi dell'abitare, rispondono ai gusti molteplici delle persone, interpretano stili di vita, esigenze, sogni.

In questo padiglione, oltre al mondo della decorazione e del concept gift, trovano spazio l'area stationery, le proposte per il Natale, l'oggettistica, gli accessori per gli animali domestici.

Creatività  
Azione Cambiamento  
Dinamismo  
Contemporaneità  
Adattabilità Flessibilità

## Che cosa si trova in Mood



Prodotti e aziende che interpretano, attraverso i complementi d'arredo, gli stili di vita più contemporanei



Ispirazioni dal mondo del design con soluzioni per rendere la casa sempre più personalizzata



Oggetti e prodotti che accompagnano le diverse fasi della vita delle persone, le passioni, gli interessi, i momenti

## Il visitatore tipo

- **Negozi** in cerca di novità per il settore complemento d'arredo, oggettistica, concept gift, stationery.
- **Buyer internazionali** in cerca di prodotti più contemporanei per i propri stores.
- **Interior Designer**
- **Distributori** in cerca di nuovi brand.

# Raccontiamo la tua unicità

UN PIANO DI COMUNICAZIONE CHE PARLA  
DI TE TUTTO L'ANNO.

- **NEWSLETTER** inviata a oltre 160mila contatti in Italia e all'estero sulla base di un piano editoriale che ha l'obiettivo di valorizzare le aziende che espongono e i punti vendita e il coinvolgimento di tutti gli stakeholders.
- **DEM SETTIMANALI** dedicate alle novità di manifestazione e agli eventi
- **UFFICIO STAMPA DEDICATO** per stampa specializzata e consumer. Media relations per un dialogo continuo con giornalisti nazionali e internazionali.
- **SOCIAL MEDIA PLAN**, per incontrare tutti i giorni la community di Milano Home

## I TEMI

### What's new

novità di prodotto degli espositori/novità MH

### Retail evolution

a tu per tu con i negozi più originali e interessanti

### The art of Handcrafting

storie di artigiani di eccellenza

### Way of living

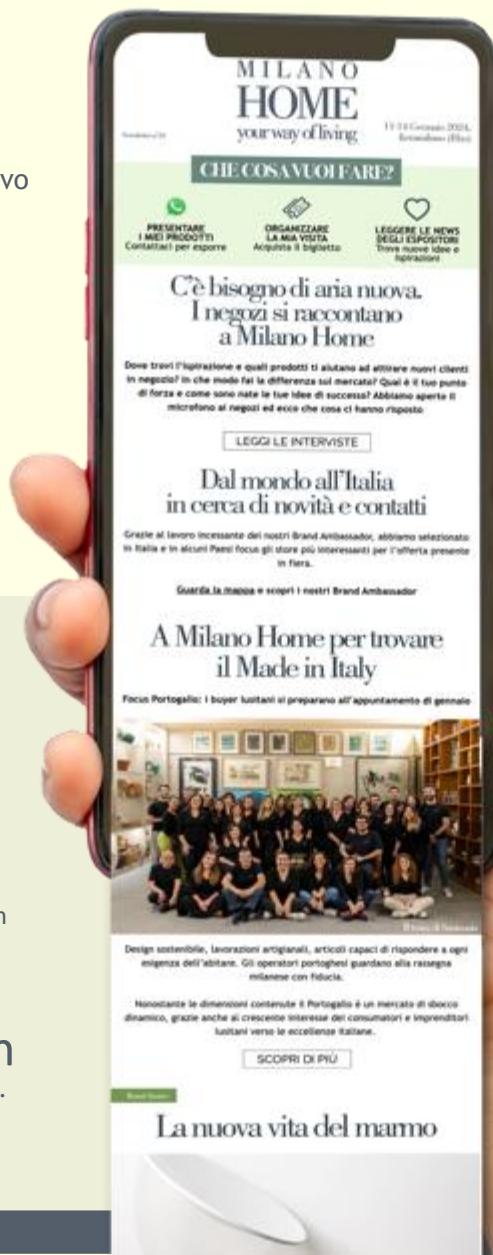
trends, colori, forme, stili di vita raccontati dagli esperti e dagli espositori

### Brand stories

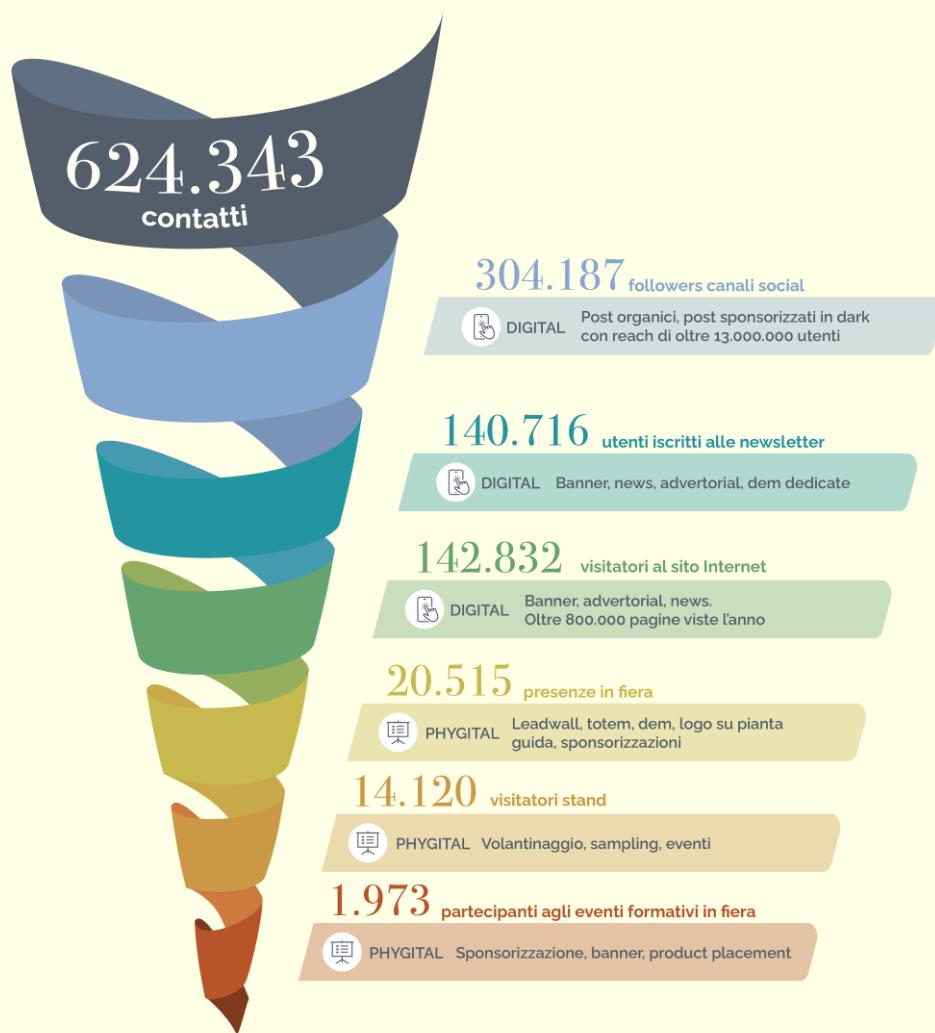
il racconto dei brand presenti in fiera (storia, valori, prodotti)

### Designer generation

dietro le quinte della creatività. Interviste con i designer che progettano gli oggetti



# I numeri della community di Milano Home





## CONTATTACI PER ESPORRE

[sales.milanohome@fieramilano.it](mailto:sales.milanohome@fieramilano.it)



[www.milanohome.com](http://www.milanohome.com)



**FIERA MILANO**

