



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

ONMICANALITÀ, TERRITORIALITÀ, ATTENZIONE AL CLIENTE E SENSIBILITÀ AI NUOVI TREND: COSÌ I RETAILER DEL TRIVENETO SI RINNOVANO

Il fatturato dei negozi del mondo casa in Veneto, Friuli VG e Trentino AA vale oltre 1 miliardo 500 mila euro, circa il 17% del totale Italia. Il valore del settore, le potenzialità in termini di valorizzazione del territorio e le opportunità per le nuove generazioni, sono i temi emersi dall'indagine realizzata da Milano Home.

Milano, 25 settembre 2024 – Nuove tendenze di vendita, omnicanalità, personalizzazione e attenzione alle richieste del cliente finale sono le direttrici verso cui si muovono i negozi del settore casa nel Triveneto. È quanto emerge da un'indagine pensata per tracciare le linee su cui costruire il futuro dei negozi di prossimità realizzata da Milano Home, la manifestazione di Fiera Milano dedicata al mondo della casa, in programma a gennaio a Fiera Milano.

In particolare si sono appena svolti a Verona e Treviso due incontri con alcuni negozianti di Veneto e Friuli Venezia Giulia, dove il settore della decorazione della casa è rappresentato da oltre **3.700 negozi che impiegano oltre 10.000 addetti e generano un fatturato di oltre 1 miliardo e mezzo** (fonte Milano Home su dati Hoover).

Dati che evidenziano l'importanza del settore per l'economia regionale e la necessità di supportare i retailer locali nella loro evoluzione e crescita. Il negozio, infatti, ha un ruolo strategico per la tenuta del tessuto sociale, valorizza il territorio, promuove le eccellenze produttive, può favorire la collaborazione proficua tra più comparti (turismo, artigianato, ecc.).

Un ruolo profondamente attivo nel territorio e aperto alla collaborazione con altri settori è quello di **Molent Regali** di Eligio Molent (Concordia Sagittaria VE), che afferma: "Per me è fondamentale essere fortemente presenti sul territorio che mi circonda, creando connessioni con realtà e imprenditori anche dei settori apparentemente più lontani dal mio. Da qualche tempo infatti ho avviato collaborazioni a livello comunale e rifornisco il settore della micro-ricettività."

Altro esempio virtuoso di apertura verso attività non strettamente legate al proprio business primario, sono **120Mamelistrasse** di Cristina Fioraso, e **Officina Fiori** di Luca Bertagnon, due retailer di Verona che si impegnano molto nell'organizzazione di eventi che possano coinvolgere i cittadini.

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

Le nuove generazioni che si affacciano al mondo dell'home decor, non avendo la memoria storica delle generazioni passate, esprimono la volontà e il forte desiderio di crearsi il loro spazio, la loro dimensione e diventare un punto di riferimento sul territorio cercando nuove modalità per essere presenti sul mercato.

Casa 75 di Elena Volpato (Resana, Treviso) ha creato la sua dimensione attraverso I social network: "Ho aperto la mia attività da solo 6 mesi, ma faccio tanti video su Instagram dove presento il prodotto in modo da permettere ai miei clienti di informarsi prima e quando arriva in negozio hanno già le idee chiare e conoscono il l'oggetto che intendono acquistare." **Maison Furlan** di Lucia Furlan (Oderzo, Treviso) punta su una proposta di oggetti ricercati e particolare, che il cliente non è abituato a vedere, come ad esempio uno zaino giapponese o ceramiche di un territorio particolare. "Sì, perché anche attraverso la scelta di un oggetto, si costruisce anche una propria identità."

Non consumatori ma persone: il rapporto interpersonale è sempre più importante perché si percepisce la necessità di instaurare una connessione con il cliente ma anche la necessità di avere un negozio caldo e accogliente in modo da far sentire a proprio agio e coccolati i clienti.

Mascherin di Giorgia Mascherin (Pordenone) segue con attenzione I suoi clienti, in tutte le loro più specifiche ricieste. "La chiacchiera e l'ascolto sono fondamentali per fidelizzare il cliente così come l'attenzione nel confezionamento del prodotto perché è visto come una coccola".

Gabriella Bortoletto, del negozio **Noi**, di Udine racconta: "Durante il periodo del covid ci siamo attrezzate per poter servire ugualmente al meglio i nostri clienti: abbiamo fatto consegne a domicilio, dirette sui social e chiamate whatsapp. Siamo così riuscite a dare un buon servizio anche da *remoto* e abbiamo fidelizzato molti clienti, che tutt'oggi continuano a venire in negozio."

NEGOZI DEL MONDO CASA: IN ITALIA CI SONO 38.000 PUNTI VENDITA

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 (arredo, complemento d'arredo, tavola, cucina, decorazione, tessile, fragranze, regalo, fiori e piante) tocca in Italia 38.000 punti vendita, 100.000 addetti e oltre 16,5 miliardi di fatturato.

Si tratta 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



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

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.

MILANO HOME: LA RISPOSTA AL DESIDERIO DI CRESCITA DEI RETAILER

La prossima edizione di **Milano Home**, in programma dal 23 al 26 gennaio a **Fiera Milano**, 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 delle aziende con in comune i valori fondanti della visione di Milano Home: **originalità, autenticità, qualità e innovazione.**

Il layout della mostra sarà 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 incentrati sui temi più interessanti per il settore.

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

milanohome.fieramilano.it