**Comunicato Stampa**

**MILANO HOME 2025: UN GRAND TOUR TRA ARTIGIANATO, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ PER RIDISEGNARE IL FUTURO DEI NEGOZI INDIPENDENTI**

*Più di 600 brand e oltre 100 eventi formativi alla seconda edizione della manifestazione di Fiera Milano dedicata al mondo della casa. Un viaggio che mette al centro qualità produttiva e artigianato d’eccellenza*

*Milano, 23 gennaio 2025.* Dal 23 al 26 gennaio Milano Home riapre le porte alla sua seconda edizione. La manifestazione fieristica di Fiera Milano dedicata al settore del **complemento d'arredo, dell'oggettistica e della decorazione per la casa** è pronta a confermare il cambio di passo avviato nel 2024, che riporta **il ruolo del dettaglio specializzato** al centro dell'attenzione.

**Un Manifesto per il futuro del negozio indipendente**

La visione di Milano Home si fonda sulla convinzione che **il negozio rivesta un ruolo cruciale** nel tessuto sociale e urbano, indispensabile per attivare relazioni con il cliente finale e premiare il valore della ricerca e dell'innovazione messo a disposizione da aziende e produttori. Per questo, dopo un viaggio attraverso tutta l’Italia e nei paesi europei più vicini per ascoltare le esigenze dei negozianti**,** questa edizione vuole rappresentare **una risposta concreta alle esigenze manifestate dai retailer** e fornire strumenti e conoscenze utili ad affrontare un mercato in costante evoluzione.

Per rendere pubblico e condiviso questo impegno, Milano Home inaugura oggi con la **presentazione del proprio manifesto**: una dichiarazione di intenti che vuole sancire la centralità del punto vendita indipendente nelle riflessioni progettuali e nelle iniziative concrete intraprese dalla manifestazione. Un impegno che trova conferma nella capacità di attrarre i professionisti del settore, comprovata dai numeri di questa edizione.

**I numeri di Milano Home**

Sono **oltre 600 i brand** che hanno scelto di esporre in questa edizione, il **34%** dei quali proviene **dall’estero,** da **32 diversi paesi.** Tra quelli europei più rappresentati si segnalano Francia, Germania Spagna, Danimarca e Olanda, mentre dagli altri continenti Stati Uniti e Giappone.

**Un viaggio attraverso quattro padiglioni per raccontare la casa**

Il tema ricorrente di quest'edizione sarà il **Grand Tour**, un richiamo all’antica tradizione del **viaggio di scoperta** che conduce i visitatori in un’esperienza unica di esplorazione, conoscenza e celebrazione delle eccellenze artigianali e produttive. Il viaggio di Milano Home si sviluppa attraverso quattro padiglioni, quattro visioni complementari per raccontare e interpretare la casa attraverso ispirazioni, materiali e stili diversi.

**Pad. 1 - VIBES -** Fragranze, tessuti e oggetti che stimolano l’immaginazione, favoriscono il benessere e coinvolgono i sensi, trasformando lo shopping in un’esperienza immersiva e multisensoriale. In questo padiglione trovano spazio i migliori **laboratori di profumazioni e candele per la casa, le storiche tessiture italiane con arredi e biancheria in tessuti naturali e stampe a mano**, oltre a una straordinaria selezione di **complementi d’arredo e creazioni in carta** che arricchiscono un’offerta unica e sorprendente.

**Pad. 2 - ELEMENTS** - È il padiglione che più incarna il futuro dell’home décor, celebrando l’eccellenza internazionale. Qui, le aziende mostrano la loro abilità nel trasformare materiali e idee in prodotti straordinari, intrecciando il passato con una visione contemporanea. Tra i protagonisti dell’alto artigianato spiccano i raffinati **vetri veneziani, le porcellane di Capodimonte reinterpretate in chiave moderna, la tradizionale ceramica di Caltagirone e le creazioni esclusive** di designer visionari, capaci di trasformare ogni pezzo in un’opera unica.

**Pad. 3 - MOOD** - Un omaggio al **design** come espressione di creatività e lifestyle. Questo padiglione accoglie oggetti capaci di trasformare gli spazi abitativi, riflettendo stili di vita e gusti personali. Oltre al mondo della **decorazione** e del **concept gift**, trovano spazio un’ampia area dedicata alla **stationery**, alle **proposte natalizie**, **all’oggettistica** e agli **accessori per animali domestici**. Qui, il design contemporaneo prende forma con proposte per l’home décor, oggetti unici e accessori eclettici, pensati per sorprendere e ispirare.

**Pad 4 - TASTE -** Un’area interamente dedicata **alla tavola e alla cucina**. Qui trova spazio il racconto della convivialità e del piacere di stare insieme, con gusto e stile. Protagoniste saranno le novità per i settori **tableware, cookware e kitchenware**, a sottolineare il legame tra il mondo del design e quello dell'art de la table. Non mancherà un focus speciale sui servizi innovativi e sulle tecnologie per punto vendita.

**Le Aree Speciali**

All'interno dei padiglioni, numerose le aree speciali. Qui l'eccellenza artigianale, unita alla creatività di designer e produttori, racconta storie di maestria e ricerca. Questi spazi tematici sono pensati per offrire ai visitatori un’esperienza coinvolgente e per valorizzare il meglio della produzione italiana e internazionale.

**NOVEBOTTEGHE | Convergenze Materiche** - Il progetto espositivo, ideato da gumdesign, racconta del saper fare, del territorio e delle sensibilità artigianali in tutta Italia attraverso l'esperienza di nove protagonisti.

**MANIFATTURE IN SCENA** - Una piazza ideale, intorno a cui sono disposti dei 'teatri-palcoscenico', microarchitetture che ruotano attorno a un polo centrale: ideato e curato dall'architetto **Ulderico Lepreri**, 'Manifatture in Scena 'presenta brand di tradizione secolare, ma anche realtà più recenti.

**THE GREEN CIRCLE** – Ideato e curato da Raremood, il dipartimento di Bio Interiors di Goldmann & Partners, unisce eccellenza estetica, funzionalità e un profondo rispetto per l’ambiente, attraverso 50 nuove proposte selezionate in tutto il mondo.

**L’ISOLA DI VETRO** - realizzata con il Consorzio Promovetro di Murano, l'esposizione presenta un ventaglio di opere create dai maestri vetrai per offrire uno sguardo sull'estrema varietà di tecniche e prodotti che l’isola di Murano sa ancora offrire.

E ancora, **BRAND POWER**, uno spazio dedicato al mondo del promozionale e ai sistemi premianti per industria e retail dove trovare soluzioni innovative per valorizzare il rapporto con i client, e **PIAZZA DI CARTA**, un'area interamente dedicata allo stationery e agli oggetti del mondo della carta e della scrittura.

**Un fitto programma culturale e formativo**

Un programma straordinario di incontri e workshopparia circa **cento ore di formazione** offre l’occasione unica di approfondire tendenze, interpretare i cambiamenti e rafforzare il ruolo del negozio come vero portavoce dell’eccellenza artigianale e produttiva. Dai laboratori sensoriali agli appuntamenti di Business Matching, ogni evento è pensato per fornire strumenti concreti e strategie all'avanguardia per affrontare il cambiamento ed elevare la propria offerta.

Grazie alla ricchezza dell'offerta espositiva e al focus sui retailer, Milano Home conferma la propria capacità di agire da connettore per tutta la filiera del mondo casa: produttori, buyer, distributori, artigiani di eccellenza, interior designer, piccole strutture ricettive trovano qui un punto di riferimento e un luogo dove cogliere in anticipo le tendenze, valorizzare il savoir-faire e guidare l’evoluzione del settore.

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