



**HOMI**, diventato da qualche mese il nuovo grande Macef, è pronto per il Progetto di **Fiera Milano** dove racconterà la persona, il suo ambiente e le sue abitudini attraverso un percorso dinamico e fluido, nato intorno al concetto di satellite: lo spazio espositivo si frammenta per poi ricomporsi, e al suo interno proposte e servizi innovativi si integrano tra di loro per nutrire il business di relazioni, convivialità, innovazione, esperienza.

Il format **satellite** ispirerà le **10 aree espositive** presenti, che rappresentano altrettante visioni dell'abitare e del vivere: tendenze per la casa indoor e outdoor, idee per valorizzare il giorno e la notte, soluzioni per sperimentare e condividere il benessere in ogni sua sfumatura. Al centro dell'attenzione un nuovo negozio ideale, allestito per temi trasversali, in grado di ampliare le occasioni di business grazie a nuovi territori di incontro tra espositori e compratori.

I Satelliti di HOMI: le dieci dimensioni del vivere e dell'abitare

1. LIVING HABITS dedicato a tavola, cucina, arredi e complementi, illuminazione
2. HOME WELLNESS dedicato a bagno, wellness, relax, sport
3. FRAGRANCE & PERSONAL CARE dedicato alla profumazione per l'ambiente e la persona
4. FASHION & JEWELS dedicato a accessori, gioielli, abbigliamento
5. GIFTS & EVENTS dedicato a regalo, eventi, merchandising, licenze
6. GARDEN & OUTDOOR dedicato a sistemi, arredi e complementi per esterno, gardening, accessori per animali
7. KID STYLE dedicato agli arredi e complementi, moda e accessori per il bambino
8. HOME TEXTILE dedicato al mondo tessile, home wear, organizer
9. HOBBY & WORK dedicato a viaggio, hobby, musica e lavoro
10. CONCEPT LAB dedicato a concept design companies, editors, contract, food

Come già succedeva per il Macef anche HOMI rende possibile con **HOMI+** la grande opportunità di fare business reale in uno spazio online, prolungando di oltre un mese le occasioni di business offerte dalla manifestazione, online a partire dal 3 febbraio 2014 per otto settimane.