



HoMi diventa rassegna del 'Life Style'

Si riparte da dove il Macef aveva lasciato, dopo mezzo secolo nel quale aveva dettato il gusto, le mode, le culture, le abitudini della casa. Ma HoMi, Home Milano, che si prepara al debutto domenica prossima nei quartieri della Fiera di Rho (resterà aperta dal 19 al 22 gennaio), non ha semplicemente cambiato nome, ha moltiplicato l'ambizione.



Da mostra di tutto quanto fa l'ambiente di casa, vuole diventare la prima e più importante rassegna del 'Life Style', qualcosa da proporre all'uomo globalizzato, a quello che in tutto il mondo è attento alle tendenze, aperto alla multiculturalità, per ricordargli la consolidata tradizione italiana del saper vivere e raccontare le nuove intuizioni del design e della bellezza per la casa e la persona.

Ci saranno 1.500 aziende e nuovi grandi settori su circa 80.000 metri quadrati nei quali Homi ospiterà i marchi che hanno fatto grande il Made in Italy insieme ai nuovi creativi dell'Italian Style e ad aziende da tutto il mondo. Una manifestazione intesa dunque come un incubatore di idee, una scommessa, in un momento così delicato per l'economia italiana, proiettata alle nuove sfide globali per tutti i comparti coinvolti nell'esposizione. "Una scommessa da lanciare ora - ha spiegato Marco Serio direttore delle manifestazioni di **Fiera Milano** - perché c'è un consumatore nuovo e globale e, anche se noi facciamo fatica a percepirlo, c'è crescita in moltissime aree del mondo". Homi si gioca i suoi jolly: il brand Milano e tutto ciò che rappresenta e lo stile di vita italiano che può allargare il concetto del Made in Italy al Life Style Italy.

Ma mette in campo anche il peso di **Fiera Milano**, che ormai è presente in 7 Paesi del mondo, il business consolidato di Macef, ingrediente fondamentale, e infine l'internazionalità. Homi prenderà subito le valigie e girerà il mondo: dal 15 al 18 ottobre sarà al Crocus di Mosca e poi, nel primo semestre del 2015, anno di Expo a Milano, in Asia, a Singapore e negli USA in una location ancora da stabilire. A Homi, dove la casa e il negozio diventano gli ambienti cardine, le merceologie saranno presentate come altrettanti "mondi", i satelliti, dedicati a dieci categorie ed esperienze specifiche e differenti: 'Living Habits', 'Home Wellness', 'Fragrances & Personal Care', 'Fashion & Jewels', 'Gifts & Events', 'Garden & Outdoor', 'Kid Style', 'Home Textiles', 'Hobby & Work'.

Inoltre, per affermarsi come partner strategico delle aziende italiane, HoMi ha stretto accordi con Sistema Moda Italia, con la quale vuole promuovere il settore e le sue aziende, e con la Camera Italiana Buyer Moda, impegnata a valorizzare la qualità del punto vendita grazie ai propri soci, negozi qualificati identificati sotto il marchio registrato The Best Shops. La rassegna sarà completata anche da iniziative collaterali, convegni fuori salone a Milano, ed altri eventi.

Sistema Moda Italia macef Made in Italy Moda Crocus **Fiera Milano** HOMI

Copyright © 2014 ANSA. All rights reserved.

 Mi piace 0  Tweet 0  +1 0  Share 0