



Il debutto di Homi la grande fiera dedicata al lifestyle che chiude a quota 94mila visitatori

Il Salone Internazionale della Casa ha esordito quest'anno con un marchio nuovo di zecca

Una nuova idea di fiera che ruota intorno alla persona, ai suoi stili, ai suoi spazi: Homi, 50 anni di passione e progettualità disegnano scenari futuri. Una nuova grande storia di business attraverso cui è possibile entrare in contatto con le aziende e conoscere le offerte nel dettaglio



Pochi giorni fa si è conclusa la prima edizione di Homi, che ha preso il posto di Macef, con questo nuovo nome più internazionale, che ha coinvolto complessivamente 1.500 espositori su circa 80.000 metri quadri per presentare le ultime tendenze del settore abitare e non solo: tante nuove idee che si riuniscono in un'unica visione dove spazio, luce e colore diventano concrete proposte di eleganza, originalità e sapienza artigianale.

Sono questi alcuni dei numeri che suggeriscono la forza di un'idea realizzata grazie a un'attenta valutazione del mercato e delle sue nuove esigenze.

"La presenza di 94mila visitatori in questa prima edizione premia certamente il coraggio delle 1.500 aziende che hanno creduto da subito al progetto Homi - afferma [Enrico Pazzali](#), amministratore delegato di [Fiera Milano](#) - Ora, insieme a loro e a quante vorranno seguirci in Italia e all'estero, potremo affermare questa manifestazione come espressione di eccellenza dello stile di vita italiano nel mondo". Durante la manifestazione gli organizzatori di [Fiera Milano](#) hanno annunciato infatti che Homi sbarcherà a Mosca dal 15 al 18 ottobre prossimi,

presso il centro espositivo Crocus, dove in contemporanea si svolgeranno anche i Saloni Worldwide Moscow sull'arredo e il design e che per il 2015 l'obiettivo è portare Homi anche negli Stati Uniti e in Asia.

Le merceologie protagoniste di Homi sono state presentate come "mondi", i satelliti, dedicati a dieci categorie ed esperienze specifiche e differenti, ma pronte ad integrarsi dando corpo a nuove proposte: Living Habits, Home Wellness, Fragrances & Personale Care, Fashion & Jewels, Gifts & Events, Garden & Outdoor, Kidstyle, Home Textiles, Hobby & Work.

La parola d'ordine per il 2014 sarà....Colore. Dall'arredamento al complemento, colori vivi e brillanti che renderanno uniche le vostre case.

In occasione dell'edizione di gennaio 2014 di Homi, andiamo alla scoperta delle novità per la casa e i suoi spazi, ma soprattutto i suoi oggetti, la cucina, le decorazioni e la personalizzazione dell'ambiente, della persona stessa e del suo quotidiano. Insomma i nuovi trend e le nuove proposte dei distributori e delle grandi aziende.

Ecco le più interessanti proposte del nuovo Macef di Milano

Virginia Casa nasce dall'esperienza e dal know-how di un'azienda che opera nel settore della ceramica artistica ormai da 40 anni. L'azienda rappresenta un'eccellenza del Made in Italy così come tutti gli articoli di ceramica toscana prodotti nel corso della sua lunga storia. Tutti gli articoli Virginia Casa sono realizzati interamente a mano da esperti maestri ceramisti presso lo stabilimento di ceramiche Virginia di Montespertoli, un piccolo paese situato nei pressi di Firenze. Gli articoli delle linee Virginia Casa sono oggetti eleganti, raffinati e preziosi realizzati in ceramica, terracotta, vetro e gesso, che spaziano dal servizio di piatti, ai barattolini per arrivare alla serie di gessetti profumati dalle diverse forme e profumazioni. Durante le fiere di settore Homi a Milano e Maison & object a Parigi Virginia Casa, oltre alle proprie linee must (Corona, Lastra, Marina, Cornici etc) declinate in nuovi colori, ha presentato alcune novità: Linea Romantica, creata per la tavola, è un mix del mondo fantastico, fatto di grazia e dolcezza e di eleganza, declinata nei colori turchese, bianco e nel raffinato grigio corda; Linea Coralli, servizio da tavola in ceramica a forma di pesce, declinato in colori brillanti al selenio arancio, giallo, verde, rosso per un tuffo di allegria in tavola; Linea Lanterne, in ceramica proposte in due grandezze e in diverso colori: rosso, tiffany, argilla e bianco illumineranno le sere spensierate d'estate; Linea Estate, porta zampironi in ceramica colorata proposti nei colori brillanti e in diverse forme: gallo, gufo, albero, saranno sicuramente il must nei nostri giardini nella prossima stagione estiva.

Imparare l'alfabeto e a contare in modo goloso e divertente: con gli stampi Choco Abc e Choco 123 insegnare le lettere e i numeri ai bambini non è mai stato così dolce, rapido e facile! Choco Abc e Choco 123 sono gli originalissimi stampi della Linea Easy choc di Silikomart che permettono di realizzare degli sfiziosi cioccolatini a forma di lettere dell'alfabeto e di numeri. All'interno di ogni confezione un'esclusiva ricetta aiuterà a prepararli in maniera semplice e rapida. Choco abc e Choco 123 sono entrambi di colore marrone e sono realizzati in silicone platinico alimentare al 100% Made in Italy, resistente a temperature che vanno da -80°C a +230°C.

Ahura, da anni nel settore dell'arredamento e marchio leader nelle ceramiche e porcellane, arriva oggi nelle case di tutto il mondo con venti nuovi nella tradizione, "Venti d'Italia". Scirocco, Ponente, Levante e Maestrale, 4 esperienze sensoriali per tutti gli ambienti. "Venti d'Italia", la nuova linea di profumatori per ambienti di Ahura. Scirocco: avvolgente calore del Mediterraneo dal NordAfrica alla Sicilia arriva una ventata d'arancia e cannella. L'azione tonificante degli agrumi unita al sensuale profumo della cannella stimola la creatività e lo spirito; Ponente: un soffio di brezza estiva al profumo di rosa, lavanda e gocce d'ambra. Le proprietà amonizzanti della rosa e l'azione rilassante della lavanda, per una naturale predisposizione alla tenerezza e all'amore; Levante: pungente ventata dell'Est allo zenzero e the verde. L'attività purificante del the verde e l'effetto rigenerante dello zenzero aiutano a ritrovare forza e vigore; Maestrale: nuova energia gelsomino, muschio bianco, ylang. L'euforia del gelsomino, la delicatezza del muschio bianco e l'armonia dell'ylang-ylang per il risveglio dei sensi.

Fade è lieta di presentare le nuove collezioni. Servizi da tavola, vasi, bicchieri e oggettistica in materiali e decorazioni differenti, per arredare la tavola e la casa con eleganza e sobrietà, strizzando l'occhio a originalità e fantasia. Toscana: nuova collezione in porcellana da tavola dove i giochi cromatici delle decorazioni riprendono le tinte calde della ceramica rustica italiana (Marchio Fade Maison); Sweet Years: brand di successo nel vasto panorama dello streetwear che Fade propone in esclusiva su porcellana di ottima qualità. Il cuore continua a battere attraverso decorazioni uniche di spiccata personalità, dinamiche e di tendenza; Filo Concept: una collezione giovane caratterizzata da colori vivaci, alterna oggettistica, bicchieri e piatti per un nuovo concetto di interpretazione della tavola e del complemento d'arredo (Marchio Penso); Clio: raffinatezza ed eleganza caratterizzano questa linea di porcellana bianca, venduta a servizi completi, in due eleganti decori (Marchio Penso); Lisa: porcellana e vetro da tavola con decorazioni a rilievo, ottenuta attraverso una nuova tecnica che conferisce un tocco di eleganza e raffinatezza ma soprattutto dona unicità al prodotto (Marchio Penso); Emma: Le mani sono lo strumento perfetto per raccontare i fasti e gli splendori delle epoche passate (Marco Spigarelli); Marina: raffinata ceramica italiana decorata in stile inglese rivisitato, decoro esclusivo prodotto per Fade dalla ditta Spigarelli; Melograno: tinte calde e raffinate per questo nuovo decoro su ceramica da tavola che comprende anche una ricca collezione di accessori per la tavola e la casa. Altro prodotto esclusivo Fade della manifattura Spigarelli.