

ESPERIENZA, SINERGIE, AREE SPECIALI: LA FORMULA DI HOMI CHE DA' VALORE ALLA CREATIVITA'

*Gusti che cambiano, nuovi mercati e crescenti opportunità.
Il Salone degli Stili di Vita evolve per sostenere le imprese*

In programma a **Fiera Milano dal 16 al 19 settembre 2016**, **HOMI** si conferma un incubatore di **qualità e di nuove opportunità di sviluppo per il Made in Italy**, contenitore di progetti di alto valore che pongono le basi per creare occasioni concrete di sviluppo per le aziende che investono nel design come *driver* di progresso e ricerca.

La mostra, edizione dopo edizione, ha permesso di scoprire nelle tante tradizioni territoriali **dell'artigianato italiano di eccellenza**, spunti importanti per affermare nuovi stili, senza dimenticare le origini locali delle tecniche e delle qualità produttive. Imperativo della manifestazione è dare spazio alle idee, grazie all'offerta merceologica sempre più completa e a un ricco panel di eventi e **iniziative che contribuiscono al dialogo tra creativi, aziende, trendsetter e retailer**.

BELLO E BEN FATTO. PIACE AGLI ITALIANI, AFFASCINA IL MONDO

Le aziende protagoniste dei comparti di **HOMI** rappresentano un'offerta di forte attualità, pronta ad essere ricevuta sia dai consumatori italiani che all'estero. Lo confermano recenti ricerche che vedono il Made in Italy al centro dell'interesse dei mercati stranieri e punto di riferimento costante per i gusti e la voglia di rinnovare la casa per gli stessi italiani.

Secondo i dati del Centro Studi Confindustria e Prometeia, **nei prossimi 6 anni i prodotti italiani "belli e ben fatti" arriveranno al valore di 15 miliardi di Euro**, facendo crescere l'export di Made in Italy del 43% da oggi al 2021.

Si tratta di tendenze che mostrano le opportunità offerte già oggi alle imprese che sapranno proporre prodotti nuovi e dotati di quel valore aggiunto che tutto il mondo accorda agli oggetti realizzati nel nostro Paese.

Se i dati macroeconomici mostrano Paesi esteri pronti ad accogliere il Made in Italy, ricerche legate al territorio milanese e lombardo offrono invece uno spaccato sui gusti italiani, sempre molto fedeli alla tradizione. Lo dimostra la ricerca realizzata da **Camera di Commercio di Milano** sulle abitudini legate al mondo della tavola e della convivialità in casa: i milanesi invitano a pranzo o a cena amici ogni 20 giorni e sono disposti a **spendere fino a 2.000 Euro l'anno** per allestire la tavola e la casa in occasione di queste ricorrenze.

LE SINERGIE CHE CREANO VALORE

Grazie alla collaborazione con le **Camere di Commercio** locali e con **ICE** - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane – **HOMI** ha sviluppato un'importante attività promozionale rivolta alle aziende ma in particolare ai buyer internazionali. Tra i paesi presi in considerazione per l'edizione di Settembre 2016 ci sono

Bulgaria, Canada, Cina, Colombia, Francia, Germania, Giappone, India, Iran, Spagna, Repubblica Ceca, Russia Singapore, Sud Africa, Turchia e Usa.

Proseguono inoltre le partnership con le **associazioni di categoria** dei settori di riferimento di HOMI (**Art, Anima, Sistema Moda Italia**) e si consolidano i contatti con grandi realtà del design (scuole, associazioni). Molto importante anche la collaborazione con **CNA – Confederazione Nazionale dell’Artigianato e della Piccola e Media impresa** che, con la sua attenta esperienza nel dare valore alle imprese artigiane tradizionali e alle start up più innovative, ha supportato HOMI nello scouting di aziende.

LE COMPONENTI DI UN PROGETTO SEMPRE ATTUALE

- I Satelliti

Si conferma la peculiare suddivisione in satelliti, formule espositive che coniugano prodotti ad ambienti e tendenze d’uso. : **Living Habits, Home Wellness, Fragrances & Personal Care, Fashion & Jewels, Gifts & Events, Garden & Outdoor, Kid Style, Home Textiles, Hobby & Work.**

Questi spazi si integrano tra di loro dando corpo ad inedite proposte e sottolineando il carattere innovativo di **HOMI**, capace di rinnovarsi edizione dopo edizione senza rinunciare ai trend di stile come unico punto di riferimento.

- Le sezioni tematiche

Preziose sezioni tematiche come **HOMI Sperimenta, HOMI Creazioni e Creazioni Designer** sono dedicate alla ricerca e alla sperimentazione con progetti e proposte di giovani designers ed artisti dove scoprire proposte innovative e interessanti rivisitazioni.

Inoltre a HOMI si conferma ancora una volta la presenza dei vincitori di **HOMI Maker Design Awards**, il concorso giovani creativi di età inferiore ai 35 anni che daranno testimonianza delle potenzialità più interessanti degli oggetti di design.

HOMI OLTRE HOMI

HOMI in questi mesi ha continuato a vivere grazie ad eventi come quello realizzato a Palazzo Reale a Milano, teatro di un’interessante rassegna sul bijou, con le iniziative svoltesi durante la Design Week di aprile che hanno contribuito a offrire uno spazio interessante alle nuove frontiere del design ed ancora con HOMI New York, la tappa statunitense del Salone degli stili di vita conclusasi la scorsa settimana con risultati positivi.

L’appuntamento è con **HOMI a Milano, dal 16 al 19 settembre 2016**

Ufficio Stampa Fiera Milano
Tel. +39 02 4997.6675 - 02 4997.7939
e-mail: homipress@fieramilano.it
web: homimilano.com

TRADIZIONI, CREATIVITA' E COMUNICAZIONE: COSI' LO STILE SI RINNOVA

Dalle sfide del digitale alla riscoperta del patrimonio artistico italiano, passando attraverso la progettualità dei nuovi designer. HOMI è pronto a stupire ancora

Cambiare restando se stessi. È la personalità di **HOMI**, pronto a raccontare una nuova storia, attraverso idee e novità, riscoprendo esperienze riuscite e ospitando eventi originali e inediti, sempre all'insegna dello stile che cambia.

Tra le aree più interessanti in questa edizione **Dream-Desire-Design (DDD)**, uno spazio dedicato ai talenti del design internazionale che ospiterà una selezione di novità ideate e prodotte in nove Paesi esteri. Protagonisti di quest'area saranno le creazioni di design più interessanti di imprese provenienti da Belgio, Bulgaria, Finlandia, Inghilterra, Olanda, Portogallo, Svezia, Turchia, Ungheria.

Sempre in tema di internazionalità, HOMI darà spazio a tre diverse collettive estere provenienti da **Egitto, India e Giappone** che offriranno finestre su estetica e stili nuovi e sorprendenti. Tre realtà differenti con diverse sensibilità che proporranno una panoramica sul gusto nei comparti tessile e decorazione, bijoux e gioielli, complementi di arredo.

Si avvia, invece, a una delle sue tappe più importanti l'iniziativa **Design Competition - Creatività³**, pensata per dare spazio ai giovani talenti del design. Il progetto, organizzato da Regione Lombardia, in collaborazione con Unioncamere Lombardia, ADI - Associazione per il Disegno Industriale, vedrà ospiti di HOMI *39 progettisti emergenti* che affiancati da altrettante aziende presenteranno i loro prototipi.

Novità di rilievo è invece **HOMI Smart** un progetto che pone l'attenzione sul mondo che unisce **i nuovi device tecnologici al design** : un incubatore di idee ma soprattutto, un luogo dove trovare risposte e soluzioni .

Realizzato in collaborazione con IDLab, HOMI Smart affronta temi legati al mondo del **design 2.0** per individuare le tendenze che uniscono le tecnologie più innovative alle nuove opportunità di valorizzare gli oggetti e gli accessori di ricerca.

Le nuove dimensioni della comunicazione e del gusto sono un terreno fertile per generare nuove idee, creare interesse e fare business intorno alla galassia sempre vitale del design degli oggetti per la casa.

Il digitale permette, infatti, di comunicare il proprio brand in modo innovativo, facendo diventare il consumatore parte integrante del processo di commercializzazione di un prodotto e coinvolgendolo anche grazie alle nuove formule di comunicazione, come la realtà aumentata o la realtà immersiva.

Dal futuro che cambia la tradizione, alla tradizione che ritorna per ispirare il futuro.

Alla prossima edizione di HOMI si conferma **"La Magnifica Forma"** che, ispirandosi al confronto fra il **design e patrimonio artistico italiano**, offre uno spazio per raccontare attraverso oggetti originali e inediti le numerose opportunità offerte dal design museale. Il contesto dei musei e delle mostre d'arte si rivela, infatti, un ambito dove accessori e forme si coniugano con l'arte antica e moderna per offrire oggetti nuovi, che traggono linfa dall'ispirazione dell'arte ma vanno "oltre", diventando testimonianze di bellezza e gusto senza tempo.

Con l'obiettivo di offrire spunti per buone pratiche da seguire **nel merchandising e della promozione dei musei**, La Magnifica Forma metterà ancora una volta a disposizione dei responsabili del patrimonio artistico italiano i risultati della sua preziosa e difficile opera di ricerca.

La prossima edizione **dell'evento sarà dedicata alla proposta nuova e inedita oggettistica ispirata alla Reggia di Caserta**, riconosciuta progetto Speciale del MiBACT, il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali.

La ricerca sarà finalizzata alla valorizzazione del "saper fare" italiano con la costruzione di una sorprendente vetrina di tessuti, cristalli, fusioni in bronzo, argenterie, vetri pregiati, porcellane e maioliche, corallo, marmi, gioielleria, mosaici marmorei accolti da una scenografia che omaggerà le bellezze della Reggia e del suo parco.

HOMI FASHION & JEWELS: INNOVAZIONE CHE DIVENTA MODA

Gli accessori per la persona grandi protagonisti di mostre e concept inediti

Minimal o vistosi, di ieri e di oggi, creati dalla tradizione italiana o intrisi della storia di luoghi lontani. Il bijou si racconta ancora una volta a HOMI, scegliendo strade diverse, ma tutte ricche di idee, stili, colori e materie dal fascino vivo.

A HOMI saranno protagoniste aziende storiche del Made in Italy, nomi giovani e ricchi di creatività, ma anche importanti brand internazionali, che contribuiranno a tratteggiare le tendenze della prossima stagione P/E 2017.

Oltre all'offerta espositiva, gli spazi di Fashion & Jewels saranno caratterizzati da particolari aree a tema che offrono dimensioni di innovazione, attraverso spazi ed eventi appositamente concepiti per accrescere il valore della manifestazione.

Tra queste, **HOMI SPERIMENTA**, dedicato alla ricerca e alla sperimentazione che ospita una selezione di designer con **le loro autoproduzioni e creazioni inedite**, frutto di una continua ricerca su materiali e processi lavorativi innovativi o basati sul recupero delle tecniche più tradizioni ed interessanti. Uno spazio dove si trovano **prodotti ad alto contenuto di design**, pezzi unici che, sempre con l'intenzione di meglio definire l'offerta



espositiva, dalla scorsa edizione si è sdoppiato in due diverse anime. Infatti, HOMI SPERIMENTA offre agli operatori due spazi, uno rivolto al mondo del bijoux e l'altro rivolto agli accessori moda.

A settembre poi un'importante evento chiuderà il ciclo di mostre dedicato **ai Maestri e ai Capolavori del Bijou italiano**. Dopo aver rappresentato i favolosi anni della dolce vita e del boom economico (settembre 2015), la nascita del prêt-à-porter e la relativa industrializzazione del bijoux (gennaio 2016), a settembre la nuova mostra dal titolo "**Gioielli alla moda**" racconterà la storia del bijoux **dagli anni 2000 ai giorni nostri**, tra crisi e opportunità, con un'ampia selezione di opere.

La mostra, presentata in anteprima a HOMI, sarà di ispirazione per un evento in città: un nuovo capitolo della storia del bello, che sarà raccontato in una prestigiosa location di Milano, nella seconda metà di Settembre 2016.

Infine, un'interessante agenda di appuntamenti in corso di definizione sarà dedicata ad incontri su nuove tendenze-moda, sugli strumenti per promuovere la propria attività e sulle tecniche per valorizzare le novità di prodotto.

L'opportunità per scoprire i trend più interessanti nel mondo del bijoux sarà a disposizione di tutti gli operatori in visita, grazie alla collaborazione di **HOMI** con i più informati esperti e *trend setter* del settore.

Fashion & Jewels, lo stile che si indossa abita qui.

Ufficio Stampa Fiera Milano
Tel. +39 02 4997.6675 - 02 4997.7939
e-mail: homipress@fieramilano.it

Milano, 25 maggio 2016



A HOMI I PROTOTIPI CHE ANTICIPERANNO OGGETTI E ACCESSORI DI DOMANI

Design Competition – Creatività³ – *l'iniziativa di Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia che valorizza creatività e talento - entra nel vivo del progetto : 39 aziende pronte a produrre le nuove idee di giovani designer*

Abbinare le 40 idee progettuali di giovani designer a 39 aziende nell'ambito del progetto "**Design Competition – Creatività³**", l'importante iniziativa promossa da **Regione Lombardia**, in collaborazione con **Unioncamere Lombardia**, **ADI - Associazione per il Disegno Industriale** e **HOMI**, che mette in contatto giovani designer under 35 con le piccole medie aziende manifatturiere lombarde.

Per questa seconda fase del progetto, lanciato con un bando di Regione Lombardia lo scorso febbraio e conclusosi il primo di marzo - una commissione preposta ha selezionato, tra i progetti candidati, 40 progetti di giovani creativi under 35, che sono stati abbinati a 39 imprese lombarde.

I settori coinvolti in questa quinta edizione del progetto, sono alcuni dei principali comparti presenti a HOMI: **LIVING HABITS**, tema che comprende i complementi d'arredo, oggettistica decorativa e per il benessere dell'ambiente domestico, illuminazione per interni e gli articoli casa-ufficio; **OUTDOOR**, che si riferisce all'illuminazione, alla decorazione per esterni e **KIDS**, spazio per la vita del bimbo in casa con gli accessori per il relax e il gioco.

Durante l'edizione di HOMI Settembre 2016, all'interno di un'area dedicata i **designer avranno l'occasione di presentare i prototipi** delle loro nuove creazioni, insieme alle aziende coinvolte nel progetto.

Inoltre, in aggiunta ai quaranta progetti già entrati nella fase di realizzazione del prototipo, quest'anno l'esposizione di Design Competition ospiterà quattro progetti di giovani designer selezionati dal **Centro per il Design della Regione tedesca dell'Assia** secondo gli stessi criteri del bando di Regione Lombardia.

Design Competition - Creatività³ rappresenta un importante strumento che offre alle aziende un'opportunità per trovare **nuovi prodotti di punta per il proprio mercato, rinnovando con proposte di eccellenza tutto il comparto**, con ricadute positive per i designer, che potranno inserire nel proprio curriculum una collaborazione importante.

Per HOMI questa iniziativa ha offerto la possibilità di essere una volta di **più vetrina per il talento e lo stile**, e punto di riferimento per un mercato in evoluzione pronto ad accogliere nuove idee e originali concetti di stile.

Ufficio Stampa Fiera Milano
Tel. +39 02 4997.6675/7939
homipress@fieramilano.it /
homimilano.com

Milano, 25 maggio 2016