

## CATEGORIE MERCEOLOGICHE

### Indoor e Outdoor

- . complementi di arredo per interni ed esterni
- . mobili per cucina
- . camere da letto imbottiti
- . tavoli e sedie
- . illuminazione
- . elettrodomestici
- . tessuti per l'arredamento
- . casalinghi, oggettistica, servizi per la tavola
- . giardinaggio

### Personal Care & Fashion

- . wellness & fitness
- . igiene e cura del corpo, profumeria, cosmesi professionale e al consumo
- . abbigliamento e accessori
- . bigiotteria

# home & lifestyle

Salone dell'arredamento interno-esterno. Comfort domestico. Ospitalità. Fashion. Cosmesi. Fitness & wellness. Alimentazione.



### PERCHÉ QUESTO SALONE

Superate le emergenze del periodo post-bellico e soddisfatti i bisogni primari, con la forte voglia di riscatto e di rinascita cresce il desiderio di nuovi stili di vita.

In parallelo, lo sviluppo economico favorisce l'ampliamento della fascia media/medio-alta e la maggior disponibilità di reddito alimenta i consumi - processo sostenuto anche dalla comunicazione multimediale e dalla pubblicità. Nel frattempo, la domanda si è fatta attenta alla qualità, più esigente e selettiva.

### L'OCCIDENTE COME MODELLO DI SVILUPPO

Emergono anche nuove tendenze di gusto che ammiccano all'occidente. Un trend, questo, sia dovuto a investimenti e scambi commerciali con America ed Europa sia, alimentato da coloro che, dopo aver vissuto all'estero durante gli anni del conflitto o semplicemente per curare la propria formazione universitaria, tornano in patria portando con sé abitudini, modelli di vita, e, quindi, esigenze, mutate da altre culture.

E se oggi la tradizione resta ancora centrale nelle scelte dei più, si prevede che l'influsso dell'occidente abbia la strada spianata per il domani. Che, però, è già alle porte, proprio per la rapidità della crescita ormai inarrestabile che sta conoscendo il Kurdistan iracheno oggi, e l'intero Paese, domani.

In questo contesto, è la **casa** il vero punto di partenza, come **ambiente da vivere** o come **status symbol**.

### IL MADE IN ITALY COME RISPOSTA D'ECCELLENZA

Per rispondere a questa domanda nascente e orientarne le tendenze, l'offerta espositiva di questo salone sarà composita e trasversale.

Da un lato, un'ampia selezione di proposte per personalizzare la casa e renderla confortevole per sé, il nucleo familiare e l'ospite. Dall'altro, tutto quanto serve per curare la propria immagine. Ovvero, tutto quanto serve a distinguersi, secondo il proprio stile di vita.

Naturalmente, tutto contraddistinto dallo stile *made-in-Italy*, tra le cui prerogative, riconosciute ed apprezzate in tutto il mondo, non ultimo è il buon rapporto qualità-prezzo.

### ANTICIPARE LA DOMANDA

Questo Salone - riservato a distributori, buyers, progettisti e decoratori, decision makers- sarà un'eccellente opportunità per anticipare la domanda.

A sostegno di tale processo, il Salone aprirà le porte - solo l'ultimo giorno - anche al consumatore finale.

Un'area test e al contempo un modo per far conoscere e apprezzare, attraverso l'esperienza diretta e immediata, le peculiarità del prodotto italiano. E, perché no, consentire di acquistarlo e portarselo a casa.



8-11 novembre 2011  
Ingresso riservato agli operatori  
previa registrazione

organizzato da

**AVIS**  
FAIRS & SERVICES