

PROGETTO CUCINA

PERSONE · MERCATO
TREND · PRODOTTI

N. 7/8 - LUGLIO/AGOSTO 2022
www.e-duesse.it

NON PERDERE GLI EXTRA
SCARICA LA **DIGITAL EDITION!**



BENVENUTI IN CUCINA!

LUI, APERTO A NUOVE SFIDE E ATTENTO ALL'AMBIENTE. LEI, AMANTE DELL'HI-TECH E SEMPRE ALLA RICERCA DI NOVITÀ. INTERVISTA DOPPIA AD ALESSANDRO BORGHESE E SONIA PERONACI.

DUESSE COMMUNICATION SRL - € 1,55

REPORTAGE
CARTOLINE DAL SALONE

STRATEGIE
HAIER EUROPE: I LEADING
GOAL AL 2026

NUOVI SHOWROOM
ELMAR E MARMO ARREDO

Dal 27 maggio al 31 agosto 2022

Be Cool Be Haier

Scegli Haier e ricevi in regalo



Abbiamo selezionato per te due brand prestigiosi,
tra i quali scegliere le più esclusive
esperienze di viaggio e benessere.



Operazione a premi valida dal 27/05 al 31/08/2022.
Prodotti aderenti e regolamento completo su [promozioni.haier-europe.com](https://www.promozioni.haier-europe.com)

PROGETTO CUCINA

IL PRODOTTO
DEL MESE



ELEMENTS
FALMEC

ELEMENTS

NUOVI ORIZZONTI NELLA PROGETTAZIONE

La nuova collezione Elements di Falmecc, presentata in anteprima a EuroCucina / FTK 2022, oltrepassa i confini dell'aspirazione tradizionale interpretando in chiave innovativa l'elemento aspirante, che diventa ora parte di un'architettura modulare, multifunzione e totalmente integrata nella cucina. Il concetto "Elements" si declina in diverse soluzioni pensate per adattarsi alle molteplici necessità e tipologie di installazioni in cucina. Nascono così gli esclusivi sistemi modulari Monolith, Shelf e Air Wall: tre concetti inediti che "nascondono" la tecnologia all'interno di elementi unici nel design e perfettamente integrati nel progetto d'arredo.





MONOLITH

Per un'aspirazione discreta ed elegante

Monolith è un elemento dal design prezioso, appoggiato nel piano di lavoro, pensato per rispondere alle varie esigenze in cucina, in modo raffinato.

Il sistema si compone di un elemento aspirante da 90 cm e di moduli contenitori accessori - collocabili a destra o a sinistra - da 30, 60 o 90 cm, che permettono un allestimento funzionale e personalizzato. Il risultato è un comodo canale attrezzato che può accogliere mestoli, spezie, coltelli, taglieri e altri utensili della cucina, così come prese elettriche per una cucina da vivere nella più totale praticità.



Il modulo aspirante di Monolith si apre leggermente per accedere al controllo delle funzioni di aspirazione e illuminazione e permettere l'aspirazione dei fumi. Monolith è composto da una struttura in alluminio nero opaco che alloggia un frontale in vetro lucido nella parte verticale; inoltre, il sistema è dotato di luce ambientale, che conferisce un gradevole effetto di sospensione, creando una piacevole atmosfera in cucina.

SHELF LA MENSOLA ASPIRANTE

Shelf si presenta, invece, come una vera e propria mensola aspirante. Grazie all'esclusiva tecnologia Multi-Air, il corpo aspirante è estremamente sottile e incorporato in una struttura a mensola di soli 10 cm, dotata di veletta estraibile, per aumentare la capacità di aspirazione.



La struttura è realizzata in acciaio verniciato nero e un profilo di alluminio satinato nero che avvolge la struttura sia frontalmente sia lateralmente, definendo un volume pulito. Nella parte inferiore della struttura è integrata una strip led con luce dinamica che illumina il piano di lavoro lungo tutta la lunghezza della mensola. Shelf prevede, infine, anche accessori aggiuntivi come porta spezie e altri utensili della cucina che attrezzano la parete per una cucina altamente funzionale.

L'elemento "cappa" può arricchirsi di moduli aggiuntivi da 60 e 90 cm, posizionabili a destra o sinistra del corpo aspirante per configurare differenti composizioni d'arredo creando un sistema pensile e aprendo, così, nuovi orizzonti progettuali.



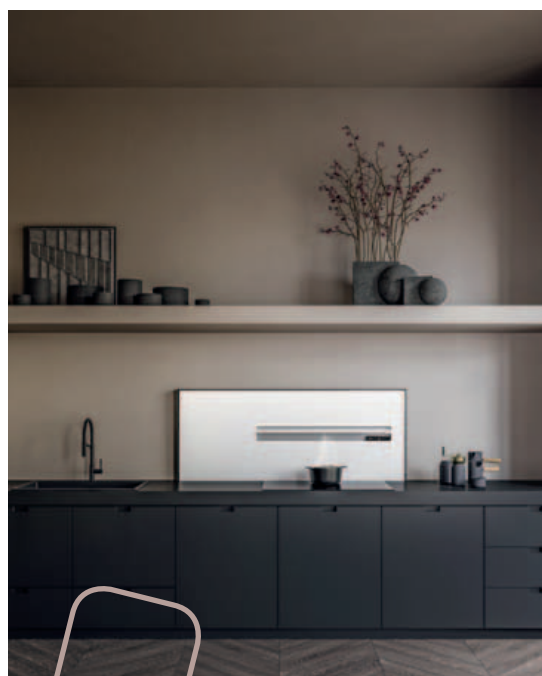
AIR WALL

FUNZIONALITÀ AL PRIMO POSTO

Air Wall integra verticalmente l'aspirazione in un esclusivo pannello in vetro temperato bianco retroilluminato, trasformando lo schienale della cucina in una superficie funzionale, che aspira i fumi e allo stesso tempo illumina lo spazio con una gradevole luce ambientale. Il sistema magnetico del pannello consente, inoltre, di aggiungere accessori funzionali, anch'essi magnetici - come supporti tablet, porta spezie e mensoline - che permettono all'utente di posizionarli ovunque sulla superficie.



L'aspirazione è resa possibile tramite un'apertura con flap, apribile manualmente, che consente l'estrazione dei fumi e l'accesso al controllo delle funzioni "cappa". Il motore, posizionato nella base della cucina, è stato progettato per avere ingombri limitati ed elevata efficienza.



Il progetto nasce dalla collaborazione tra Falmec e Magnetolab, azienda umbra specializzata nella realizzazione di innovativi schienali per cucine. Un bell'esempio di sinergia e contaminazione tra mondi apparentemente diversi che producono nuove soluzioni intelligenti integrate. Air Wall sarà disponibile in 3 versioni: 120 cm con aspirazione centrale, 150 cm con aspirazione decentrata a destra o sinistra per soddisfare varie esigenze in cucina.



SALONE, E POI?

Il Salone del Mobile si è chiuso poche settimane fa con 262 mila persone provenienti da 173 Paesi. Certo, non sono i numeri record del 2019, ma se guardiamo gli ultimi due anni, possiamo affermare che è stata un'ottima edizione. E se è vero che di cinesi se ne sono visti pochi, non sono mancati i clienti e buyer importanti dalla Corea, dall'India, dal Brasile, dal Nord America (e qualcuno anche dalla Russia) che, pur di esserci, hanno fatto il giro del mondo e hanno accettato lunghe quarantene.

Tutto questo prova che Milano si è ripresa lo scettro, e la sua leadership ne è uscita confermata e rafforzata. Da una parte, la Fiera è stato un vero e proprio evento business dove i manager sono tornati a guardare in faccia i clienti e a stringere mani. In molti hanno affermato di aver preso contatti su nuovi mercati e di aver chiuso anche degli ordini (sì, esattamente come una volta!).

Dall'altra la città di Milano si è messa 'in secondo piano' per dare risalto ai suoi quartieri. Galleria-Quadrilatero, Porta Venezia, Brera, Navigli, Sarpi-Chinatown, Nolo, City Life, Porta Romana, Isola si sono trasformati in mete, ognuna con la propria identità; dei veri e propri hub creativi, vestiti a festa per l'occasione. E poi ovviamente l'industria, che ha osato (un plauso ai big brand che sono usciti fuori dai classici circuiti) e ha dimostrato di saper far convivere estetica e tecnologia, di saper usare nuovi materiali e pensare green e di rendere gli spazi fluidi per dare risposte flessibili alle esigenze del consumatore (vedere il reportage a pag. 32).

Certo, tutto bene, tutto bello. Il Salone è stato un tonico per tutto il settore (Confcommercio ha stimato un indotto di circa 250 mln di euro generato su Milano). Ma all'orizzonte si intravede già qualche nuvola. Sebbene il primo trimestre sia iniziato bene, le imprese restano preoccupate per la situazione economica e geopolitica internazionale che non migliora, per i costi ancora fuori controllo di energia e materie prime e per gli effetti dell'inflazione sulla domanda. E solo in autunno si capirà come tutto questo inciderà effettivamente sulle performance del settore.

Con molti di voi ci siamo domandati come affrontarlo. Ovviamente non ci sono ricette, ma sicuramente non bisogna perdere il good mood del Salone e bisogna lavorare subito per trasformare tutti i contatti in relazioni. E poi occorre ragionare in ottica di filiera, e sollecitare le associazioni affinché dialoghino al più presto col Governo per mettere in campo strumenti per incentivare la domanda. Il settore ha le spalle larghe e le aziende hanno il vento in poppa, ma non possiamo stare fermi ad aspettare.

Arianna Sorbara

VI SIETE GIÀ ISCRITTI ALLA NEWSLETTER DI PROGETTO CUCINA?

Basta compilare il form per restare sempre aggiornati sulle notizie più attuali del settore, i temi più importanti e gli argomenti più discussi.



Vi aspettiamo anche sulla nostra pagina Facebook! Cliccate mi piace, commentate e condividete!





16



24



28

Luglio/Agosto 2022

sommario

3 Il prodotto del mese

Elements di Falmecc

News

12 Cosa succede nel mercato

16 Cover story

Alessandro Borghese

La funzionalità innanzitutto

Sonia Peronaci

Viva l'innovazione!

22 Sostenibilità

La visione di Hakan

24 Innovazione

Elica sempre più cooking

CONTENUTI EXTRA

26 Strategie

Haier Europe: i leading goal al 2026

28 Showroom

Benvenuti in casa Elmar

Marmo Arredo, oltre lo showroom

CONTENUTI EXTRA



Lui, aperto a nuove sfide e attento all'ambiente. Lei, amante dell'hi-tech e sempre alla ricerca di novità. Intervista doppia ad Alessandro Borghese e Sonia Peronaci.

32 Reportage

- 32 Cartoline dal Salone
- 36 Aran
- 37 Abimis, Arredo3
- 38 Arrital, Creo Kitchen
- 39 Cesar
- 40 Dada
- 41 Doiomo, Ernestomeda
- 42 Euromobil, Falper
- 43 Febal Casa
- 44 Lube
- 45 Maistri, Minotticucine
- 46 Modulnova, Ornare
- 47 Quartzform
- 48 Rossana, Scic
- 49 Scavolini
- 50 Stosa
- 51 Tm Italia, Valcucine
- 53 Beko
- 54 Bosch
- 55 Candy
- 56 Electrolux, Elica
- 57 Faber, Franke
- 58 Falmec, Miele
- 59 Master Kitchen
- 61 Samsung
- 62 Siemens
- 63 Signature Kitchen Suite
- 64 Smeg, Silverline
- 65 Steel, Unox Casa



Il segreto
è nella semplicità.



NON SOLO CUCINA!

A PROPOSITO DI DESIGN...
SCARICA LA APP
DI AB ABITARE IL BAGNO
PER RESTARE AGGIORNATO
SULLE ULTIME TENDENZE
DELL'ARREDO BAGNO, PIASTRELLE
E ACCESSORI



Tutte le notizie
di **PROGETTO**
CUCINA
su www.e-uesse.it
e su **FACEBOOK**



Nicola de Cesare, direttore generale di Compass Rent.

FRANKE CRESCE DEL 22%

La divisione Franke Home (food preparation, cottura e purificazione aria) è aumentata del 18,2%.

Artemis, la holding svizzera che controlla il gruppo Franke, ha reso noti i risultati 2021. Il gruppo Franke riunisce le attività nei segmenti food preparation, cottura e sistemi di purificazione dell'aria in cucina, e ha raccolto nel 2020 le attività di Faber Hoods & Cooking Systems con Franke Kitchen Systems. Le vendite globali di Franke group sono salite del 17,4% da 2,18 a 2,56 miliardi di franchi svizzeri, nonostante la cessione della divisione Water System. A perimetro e cambi costanti il fatturato sarebbe salito del 22%. La divisione Franke Home è cresciuta del 18,2%. L'Ebit è stato di 170 milioni di franchi: 100 milioni in più rispetto al 2020. Nell'area Franke Home la redditività è salita di circa il 30%.

NASCE SABAF INDUCTION

L'azienda amplia la gamma di prodotto entrando nella componentistica per piani cottura a induzione.

Al vertice della graduatoria dei produttori di componenti per la cottura a gas, mercato nel quale detiene in Europa una quota del 40%, Sabaf entra nei componenti per la cottura a induzione creando la business unit Sabaf Induction che si aggiunge alle BU Gas, Cerniere ed Elettronica. Il progetto è sostenuto da un importante piano di investimenti che coinvolge un team di oltre 50 ingegneri. L'inizio della produzione è previsto nel primo

semestre del 2023. L'attività di ricerca e sviluppo si è avvalsa anche delle competenze derivanti dall'acquisizione della controllata turca Okida, già dedicata all'elettronica e dove sarà realizzata una parte dei componenti. La produzione inizierà entro il primo semestre del 2023. "Il Progetto Induzione avrà un dirompente significato nell'evoluzione strategica del Gruppo", ha dichiarato Pietro Iotti, Amministratore Delegato di Sabaf, "e si inquadra nel percorso di trasformazione per posizionarci come operatore a tutto campo nel settore degli smart appliance".



Pietro Iotti, Amministratore Delegato di Sabaf.

COMPASS NOLEGGIA L'ARREDAMENTO

La società di credito del gruppo Mediobanca propone di affittare l'arredo di un ambiente in una logica di economia circolare.

Grazie a Compass Rent produttori e rivenditori potranno dare in locazione l'arredamento come avviene nel noleggio di autoveicoli. Al termine del periodo concordato l'utilizzatore potrà 'riscattare' il bene o riconsegnarlo al venditore che potrebbe rivenderlo o rigenerarlo in una logica di circular economy. "Una formula che in Europa è ancora agli albori ma potrebbe crescere", afferma Nicola de Cesare, Direttore generale di Compass Rent.

PROVIENE DA ZEISS IL NUOVO CEO DI BSH

BSH ha scelto il successore di Carla Kriwet: sarà Matthias Metz.



Matthias Metz, prossimo Ceo di BSH.

Un ex McKinsey, Matthias Metz, guiderà il gruppo BSH. Metz dirige l'area Consumer del gruppo Zeiss. Il manager cinquantaduenne guiderà un gruppo con oltre 62 mila dipendenti in 40 impianti di produzione. Gerhard Dambach, CFO e CEO ad interim di BSH terrà la carica fino all'arrivo di Metz il 1° ottobre. Intervistato dal *Corriere della Sera* Dambach, già Ceo di Bosch Italia, ha detto che "la sostenibilità di lungo termine dei nostri prodotti e processi è un elemento decisivo". Questo significa, emissioni nette zero nei processi di produzione, lunga durata dei prodotti e possibilità di smaltirli in modo da farli rientrare in ulteriori cicli produttivi. Dambach ha anche citato l'impegno di BSH nel campo della smart home.

LASCIA IL CEO DI SIEMATIC

Dopo solo nove mesi, Daniel Griehl abbandona la guida del brand tedesco.

Alla fine di giugno, dopo nove mesi al timone, Daniel Griehl ha lasciato la carica di Amministratore delegato di Siematic, che, dopo essere stata a lungo una azienda familiare, appartiene ora a Zugen Ni, proprietario del gruppo cinese Kingclean Electronic. L'azienda torna a essere guidata da due manager: Michael Kersting e Axel Maek. Griehl, che al Salone del Mobile. Milano aveva presentato la nuova linea Mondial, è ora managing partner di Warendorf.



Scopri il mondo
Signature Kitchen Suite
e porta la Natura a casa tua.



trasparenzaadvertising.it

VINO CANTINA

Rispetta la Natura, anche nella tua cucina.

Il nostro vino cantina è il tuo alleato nel conservare simultaneamente in maniera ottimale vini diversi. Scopri l'esclusiva funzione Smart Knock Door: bussando sul vetro l'interno del vino cantina si illumina per poter scegliere la bottiglia giusta. E, se lo desideri, una notifica della app ti avvisa quando lo sportello risulta aperto. Signature Kitchen Suite conserva le tue passioni.



Tutte le notizie
di **PROGETTO
CUCINA**
su www.e-duesse.it
e su **FACEBOOK**

GETTY IMAGES



L'insegna sul tetto di punto vendita in Francia. Getty Images Denis Charlet.

TRE MANAGER COMPRANO CONFORAMA

Un'operazione di management buyout porta il retailer francese nelle mani di tre dirigenti.

Tre manager hanno deciso di intestarsi acquistare con quote identiche Conforama attraverso un'operazione di management buyout. Si tratta del CEO Eric Jozelson, il CFO Emanuele De Beni e il COO Alex Saetti. L'operazione, permetterà di rilanciare il gruppo, che dà lavoro a oltre 1.400 dipendenti. I tre manager puntano a portare il fatturato dai 300 milioni attuali a 500 milioni nel 2025, a fronte di un ebitda positivo per 10 milioni di euro. L'azienda ridurrà i debiti vendendo gli immobili di proprietà e accedendo a finanziamenti per 25 milioni.



Edi Snaidero, Consigliere di FederLegnoArredo.

CUCINA: MADE IN ITALY A +25%

Secondo i dati di FederlegnoArredo il comparto cucina ha fatturato 2,7 miliardi di euro: il 13% in più rispetto al 2019.

Secondo i dati di FederlegnoArredo, il comparto cucina nel 2021 ha fatturato 2,7 miliardi di euro (+25% sul 2020), un balzo del 13,1% rispetto al 2019

"Il 2021 è stato caratterizzato da un recupero importante soprattutto sul versante del mercato interno", ha precisato Edi Snaidero consigliere incaricato gruppo cucine all'interno di FLA. "Le vendite in Italia sono aumentate del 30,7% rispetto al 2020 e anche il confronto con l'anno pre-Covid è largamente positivo +16,8%." Nel 2021 l'export ha raggiunto il 34% del fatturato totale in pieno recupero sul 2020 (+15,5%) e sul 2019 a 6,5%.

AUMENTANO LE IMPORTAZIONI DI MOBILI DALLA GERMANIA

L'export tedesco in Italia sale del 15% a 75 milioni mentre le importazioni (108 milioni nel I trimestre 2022) ristagnano.

Nel primo trimestre 2022 secondo l'associazione di categoria VDM, le esportazioni di mobili tedeschi in Italia sono aumentate del 15,6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente arrivando a 75 milioni di euro.

Le importazioni dall'Italia invece, sono rimaste stagnanti nel primo trimestre del 2022, con un valore di circa 108 milioni di euro. Nel 2021 dall'Italia sono stati importati mobili per un valore totale di 435 milioni di euro, circa l'1,5% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso.

GETTY IMAGES



JOE BASTIANICH È IL NUOVO VOLTO DI COSENTINO ITALIA

Il marchio chiude il 2021 con 1,7 miliardi di fatturato globale e sceglie il noto chef come testimonial in Italia.



Il Gruppo Cosentino ha scelto un ambassador d'eccezione per il mercato italiano: Joe Bastianich. *"Un nome immediatamente riconoscibile e abbinabile, da parte del grande pubblico, al mondo food e non solo".* commenta Roberto Franceschin, Country Manager Italia, Svizzera e Slovenia del Gruppo Cosentino.

Bastianich sarà il volto di una campagna per sottolineare l'impegno di Cosentino nella sostenibilità. Il gruppo spagnolo con sede centrale in Florida noto per le superfici a marchio Silestone®, Dekton® o Sensa by Cosentino® ha chiuso il 2021 con 1,659 miliardi di dollari di vendite, un Ebitda di 325 milioni di dollari e un aumento dell'utile netto del 59%, oltre a 124 milioni di dollari di investimenti nella ricerca, nella produzione e nella sostenibilità creando 685 nuovi posti di lavoro.



Master Kitchen

Something is cooking



Con i forni Master Kitchen puoi scegliere fra tante funzioni tradizionali e innovative, per esprimere la tua creatività e avere la certezza di una cottura sempre perfetta.




Nato a San Francisco nel '76, dopo il diploma all'American Overseas School di Roma si è imbarcato per tre anni sulle navi da crociera. Le sue esperienze culinarie sono proseguite a San Francisco, New York, Londra, Parigi, Copenaghen, Roma e, infine, Milano, dove ha fondato la sua società, la AB Normal. Sempre a Milano, nel 2017, ha aperto il suo ristorante Il lusso della semplicità e nel 2022 ha aperto un nuovo locale a Venezia.

Alessandro Borghese **LA FUNZIONALITÀ INNANZITUTTO**

APERTO ALL'INNOVAZIONE E ATTENTO ALL'AMBIENTE, IL PIÙ CELEBRE CHEF DELLA TV È SEMPRE IN CERCA DI NUOVE SFIDE. E IL DESIGN - DICE - NON DEVE MAI ESSERE FINE A SE STESSO.

di Cecilia Lulli



Cuoca, scrittrice, conduttrice televisiva e webstar, Sonia Peronaci ha fondato il sito Giallo Zafferano con il compagno Francesco Lopes nel 2006. Ha poi lasciato la sua 'creatura' nel 2015 per spaziare anche in tv e libri

Sonia Peronaci **VIVA L'INNOVAZIONE!**

PIONIERA IN RETE CON GIALLO ZAFFERANO, LA CONDUTTRICE E WEBSTAR DELLA CUCINA È UN'AMANTE DELLE DOTAZIONI HI-TECH IN CAMPO FOOD, PERCHÉ FANNO RISPARMIARE TEMPO E MIGLIORANO I RISULTATI.

di Francesca Amé

Vulcanico ed eclettico, **Alessandro Borghese** è uno dei più noti chef italiani. Merito anche dei suoi numerosi impegni televisivi. Tra i pionieri dei programmi di cucina sul piccolo schermo, di cui è anche autore, nel 2010 ha fondato AB Normal srl – Eatertainment Company (di cui il Ceo è la moglie Wilma Oliverio), azienda che si occupa di food consulting e advertising, comunicazione e sviluppo format tv. Nel 2017 arriva poi il suo ristorante milanese, Il lusso della semplicità, seguito, da pochissimo, da un nuovo locale a Venezia, al piano terra di Palazzo Ca' Vendramin Calergi, sede del Casinò. Nel mentre ha anche trovato il tempo per scrivere libri e realizzare un podcast. Lo abbiamo incontrato per sapere cosa ne pensa degli argomenti più gettonati del momento: tecnologia, sostenibilità e design.

Chef, le dotazioni sempre più tecnologiche delle cucine contemporanee stanno cambiando il modo di creare ai fornelli?

La tecnologia è sempre stata d'aiuto per noi chef. Siamo un po' la Formula 1 degli elettrodomestici, cioè le nuove attrezzature ideate per il mondo dell'alta cucina vengono prima sperimentate da noi, dopodiché, con il tempo, vengono generalmente proposte anche per il mercato domestico.

Per esempio?

Per dirne una, penso alle macchine per il sottovuoto e i roner, che permettono lunghe cotture a bassa temperatura. È una tecnologia che esiste da tempo e noi la usiamo da oltre un decennio, ma ora si sta diffondendo anche nelle abitazioni private.

L'altro tema dominante del momento è quello della sostenibilità. Cosa significa per uno chef?

È un concetto importante che trova due distinti ambiti di applicazione. Da un lato il ristorante in termini di arredo e dotazione tecnologica, dall'altro il lavoro in cucina. Sul primo versante il mio locale, Il lusso della semplicità, è stato progettato per rispettare il più possibile l'ambiente già dal punto di vista strutturale: usando, per esempio, vernici ecosostenibili, lavastoviglie che recuperano e riusano l'acqua e celle frigorifere che si autogestiscono per

non sprecare energia. Per quanto riguarda invece le preparazioni, per noi sostenibilità significa innanzitutto cercare di utilizzare tutto il possibile delle nostre materie prime, per evitare sprechi. In secondo luogo, cerchiamo di lavorare con prodotti a filiera corta e di stagione, per ridurre le emissioni legate alla produzione e ai trasporti. Sono piccole accortezze, ma fanno la differenza.

Dica la verità, queste accortezze le vive come uno stimolo o come un vincolo?

Come uno stimolo! E poi credo sia anche un dovere, in questo periodo storico più che mai.

Quanto è importante il design per un ristorante?

Per me e per il mio team è fondamentale. Lo sono i materiali – dal vetro all'acciaio –, le forme, così come il fatto di avere una cucina completamente a vista che dà al cliente un senso di trasparenza. Credo che essere circondati dal bello metta di buonumore. Dopodiché io e mia moglie siamo andati oltre e, amando molto l'arte, abbiamo tra-





Anche al telefono, durante una giornata impegnativa, scandita dalle registrazioni per il suo canale Youtube e l'organizzazione per le riprese del nuovo programma su La7d, **Sonia Peronaci**, cuoca, scrittrice, conduttrice televisiva, webstar e madre di tre figli, non perde la pacatezza e quel fare rassicurante che ne hanno decretato il successo tra il grande pubblico. Con un padre (chef) di Catanzaro e una mamma altoatesina, Sonia Peronaci ha sviluppato una passione trasversale per le specialità culinarie fin da piccola («a dire il vero, non grazie ai miei genitori: la mia mentore è stata la mia nonna austriaca!») tanto da trasformarla in un lavoro. Nel 2006, quando il web era ancora una prateria inesplorata per la cucina, ha fondato con il compagno Francesco Lopes il sito poi diventato blog e videoblog Giallo Zafferano, un nome che tutti – anche chi non è particolarmente food addicted

– hanno sentito nominare almeno una volta nella vita. Fu un successo enorme e un modello di business per molte realtà editoriali simili che si sarebbero sviluppate negli anni a venire. Per Sonia Peronaci Giallo Zafferano ha rappresentato il trampolino di lancio di una carriera divisa tra la cucina e la comunicazione: 'In ogni piatto vedo una storia', è il suo motto. Dal 2015 Peronaci ha lasciato Giallo Zafferano, diventato il sito di ricette più cliccato in Italia, per aprire uno spazio tutto suo tra libri, televisione e social. Sempre con gusto e con garbo.

Ha un seguitissimo canale Youtube, una pagina Facebook piena di 'amici', su Instagram ha più di 800 mila follower, e sta 'testando' Tik Tok: qual è il suo rapporto con la tecnologia?

Sono una donna altamente tecnologica: amo tutto quello che è progresso e novità. Lo stesso

SOPRATTUTTO TRA I GIOVANI, C'È GRANDE ATTENZIONE PER UNA CUCINA SEMPRE PIÙ ETICA CHE RIVISITA RICETTE DELLA TRADIZIONE

Giallo Zafferano è nato dalla mia infatuazione per il web. Ne avevo colto subito, anche in tempi non sospetti, la grande potenzialità lavorativa.

In che senso?

Sono figlia di ristoratori: so che cosa significa avere una famiglia e poter condividere pochissimo tempo insieme, non avere i propri genitori accanto il sabato o la domenica o il giorno di Pasqua. La cucina è una professione che richiede sacrifici personali enormi. Pur essendone appassionata, mi era chiaro che non avrei mai voluto gestire un ristorante in prima persona. Ho avuto tre figli quando ero molto giovane e volevo godermi la loro crescita: il web mi offriva la possibilità di cucinare, di parlare al mondo di food, il mio argomento preferito, conciliando con il lavoro anche il tempo per la famiglia.

Intuizione azzeccata.

Ma non casuale: in Italia, nei primi anni Duemila, eravamo al paleozoico della tecnologia applicata in cucina, ma studiando ciò che succedeva in America e anche nella più vicina Francia ci siamo subito resi conto che c'erano ottime possibilità di sviluppo. Siamo stati tra i primi ad aprire un blog di ricette: è stato anche facile essere subito indicizzati bene su Google e crescere. Oggi il panorama è molto più complesso, per noi all'epoca è stata una scommessa: mi ricordo ancora quando lavoravamo un modem a 56k che faceva un rumore e impiegava ore a caricare i contenuti...

Che cosa conta, oggi, per avere successo online nel campo della cucina?

Prima era fondamentale il traffico del sito, adesso è necessario avere un seguito sui social. L'evoluzione è velocissima e stare al passo è faticoso. Ogni social, poi, ha le sue caratteristiche ↓

LA CUCINA DEVE
OFFRIRE COMODITÀ,
MA ESSERE ANCHE
ESTETICAMENTE
GRADEVOLE E ACCOGLIENTE



sferito questa passione nelle nostre attività, per esempio trasformando il ristorante in una galleria permanente.

Visto che il design è così importante, cosa dovrebbero tenere in particolare considerazione i creativi nell'ideare un ristorante?

Innanzitutto, la luce e i colori. Diversi studi evidenziano quanto la cromia e l'estetica di una location siano decisivi nel mettere a proprio agio le persone. E poi l'ergonomia delle forme, a partire da quelle che sembrano piccole cose, come la struttura delle sedute. È scientificamente provato che un cliente che sta comodo è più propenso a trattenersi più a lungo e quindi, magari, anche a ordinare qualcosa in più e spendere di conseguenza. Insomma, il design deve essere anche funzionale, non va sottovalutato il suo contributo al successo di un'attività come la nostra.

Questo discorso vale anche per le cucine domestiche?

Sono convinto di sì, perché da sempre la cucina è il focolaio di casa, un luogo di aggregazione e convivio, che deve offrire comodità, ma anche essere esteticamente gradevole e accogliente.

Come è cambiato nel post-pandemia il rapporto con il mondo della ristorazione? Percepisce ancora timore o prevale l'esigenza di uscire e stare in compagnia?

Sicuramente le persone hanno voglia di recuperare il tempo perduto e trascorrere delle serate fuori casa. Lo prova anche il fatto che si sia spostato l'asse delle prenotazioni: se in passato erano poche quelle prima delle 21, oggi i clienti arrivano a cena già alle 19-19.30.

Lei ha viaggiato e vissuto in tutto il mondo, perché ha scelto proprio Milano per aprire il suo ristorante?

È stata una scelta di cuore. Per amore mi sono



Il ristorante Il lusso della semplicità aperto da Alessandro Borghese a Milano nel 2017 e progettato per rispettare il più possibile l'ambiente oltre che con grande attenzione per il design.

trasferito a Milano e qui con mia moglie abbiamo costruito la nostra azienda. Senza contrare che a Milano sono nate anche le mie figlie

Ha appena intrapreso una nuova avventura a Venezia. Come bisogna adattare la proposta con il mutare dello scenario e del pubblico?

Indubbiamente Venezia ha una clientela diversa, ancora più cosmopolita di Milano dal punto di vista turistico. È una città di grandi eventi, che quest'anno compie 1.600 anni ed è sempre stata un grande crocevia in cui è passato ogni tipo di materia prima e prodotti. In Laguna porteremo la cucina de Il lusso della semplicità di Milano con le sue caratteristiche distintive, cui aggiungeremo anche proposte dedicate a Venezia e ai veneziani.

Il grande successo dei programmi di cucina degli anni passati ha avuto un forte impatto sull'immagine dello chef e l'apprezzamento del suo lavoro. In questo momento il fenomeno sembra essersi ridimensionato, crede che si stia spegnendo?

Absolutamente no! Penso ci sia stata una grande bolla che ora si è un po' ridimensionata. È una normale evoluzione di quasi tutti i fenomeni. Io sono stato un po' un pioniere, ma poi è un settore in cui si sono buttati tutti, anche persone che facevano tutt'altro mestiere. Alla lunga

distanza però i cavalli di razza si vedono, oggi sono rimasti coloro che questo lavoro lo fanno da sempre, che sono dei veri professionisti e hanno saputo mantenere la loro parola sia verso il pubblico gastronomico sia verso quello televisivo. Prima c'era più quantità, ora invece c'è più qualità.

Da un lato è chef, dall'altro personaggio tv. Come cambia Alessandro Borghese nei due ruoli?

Alessandro Borghese è una crasi delle due realtà: nasco chef e poi sono passato alla televisione, sotto questo profilo credo di poter dire di aver contribuito a inventare la tv gastronomica. Diciamo che sono un imprenditore della cucina, quindi da chef mi sono evoluto, ho un po' rivoluzionato tutto questo mondo, perché credo che sia necessario parlare alle nuove generazioni, a coloro che stanno approcciando questo territorio, sia che si tratti di quello della cucina tout court sia di quello della cucina 'comunicata'. Ricordo che all'inizio nessuno voleva andare in televisione, tutti preferivano stare attaccati ai fornelli. Mi sono ritrovato spesso e volentieri a parlarne con i miei colleghi e gli dicevo: "ma se non comunichiamo il nostro lavoro, nessuno verrà a sapere cosa facciamo!". Davvero, credo che la comunicazione sia fondamentale. Per fortuna con il tempo in molti hanno seguito questa strada.



e bisogna adattarsi al formato. Su Facebook, dove il pubblico è in media più in là con gli anni, funzionano meglio i video lunghi, con tutte le fasi della ricetta. Su Instagram deve invece esserci massima cura nell'estetica e nella confezione dei reel, i video di pochi secondi che possono diventare virali. Si pensa sia più semplice, ma c'è dietro un gran lavoro: paradossalmente, serve molto più tempo per realizzare contenuti brevi, che richiedono molto editing. Su Tik Tok dovrei fare un altro discorso ancora...

E cioè?

Sto osservandone l'evoluzione. Alla sua nascita, il pubblico era principalmente costituito da giovanissimi, quasi tutti bambini. Il social premiava solo contenuti ironici, a volte persino sciocchi. Ora mi pare che le cose stiano cambiando: sto aspettando che la situazione maturi per avvicinarci

con uno stile che non mi snaturi del tutto. Voglio continuare a essere me stessa, come lo sono su Youtube e sugli altri social.

La tecnologia ha cambiato enormemente, con macchinari sempre più sofisticati, il modo di cucinare: Sonia Peronaci è tradizionalista o amante dell'hi-tech tra i fornelli?

Non sono una purista! La tecnologia aiuta, eccome, e fa risparmiare un sacco di tempo. Anche la qualità del lavoro è migliore, con la tecnologia adeguata: la cottura sottovuoto, ad esempio, è decisamente un'altra cosa. Nella mia cucina non manca nessuna delle novità sul mercato: dal forno wi-fi che ti avvisa sul cellulare quando ha terminato la cottura alla macchina per il sottovuoto. Ovviamente la cucina che usiamo per gli eventi è ancor più accessoriata. Quando però si lavora sulle ricette rivolte al pubblico bisogna fare attenzione.

In che senso?

Bisogna renderle fattibili con le pentole e gli accessori che normalmente si hanno in casa. Il pubblico mi chiede piatti semplici da realizzare, perché il tempo è poco per tutti, ma originali. Il video resta per me lo strumento migliore di comunicazione: la gente capisce quando vede l'esecuzione e il risultato finale. Comprende che un piatto è fattibile se ne segue i passaggi e vince così il pregiudizio che la cucina sia un'arte solo per pochi. Io stessa uso i video per imparare nuove ricette.

Quali, ad esempio?

In questo periodo, anche per una forma di vicinanza e rispetto a quanto sta accadendo nel mondo, ho fatto delle ricerche sulla cucina ucraina e la cucina russa: sono andata sul web e ho cercato dei video, seguendoli anche se non conoscevo la lingua. Ho testato una zuppa buonissima, con una base di manzo e molte verdure.

In che modo la cucina oggi può essere sostenibile?

Direi che c'è maggiore consapevolezza da parte di tutti: è un aspetto di cui si parla molto rispetto al passato. Il riciclo del cibo, ad esempio, è importante: ho appena realizzato per Instagram un reel su come preparare il risotto agli asparagi usando gli scarti delle verdure per fare il brodo. Soprattutto da parte dei giovani, c'è grande attenzione per una cucina sempre più etica che rivisiti ricette della tradizione in modo ecosostenibile, con meno condimenti, meno zuccheri, meno sprechi. Credo poi che la sostenibilità vada coltivata, ciascuno nel suo piccolo: noi, ad esempio, nella cucina sia di casa che professionale per gli eventi non usiamo materiali in plastica. Da qualche tempo ci serviamo solo di detersivi concentrati, da diluire al momento con l'acqua del rubinetto: inquinano meno, riducono il magazzino, generano un risparmio economico riducendo il trasporto.

Come vede il futuro del food online?

Oggi tutti parlano di Metaverso, di una realtà virtuale e alternativa in cui poter vivere tutte le esperienze. Non so come la cucina potrà abitare questo nuovo ambiente che sembra il futuro... vedremo dove andremo a finire.



Sonia Peronaci, food blogger e youtuber, ha fondato Giallo Zafferano.

LA VISIONE di Hakan

LA MISSION DI ARÇELİK RUOTA INTORNO A UNA SOSTENIBILITÀ INTERPRETATA CON CONVINZIONE NEI BRAND BEKO E GRUNDIG. MERITO DI UN CEO VISIONARIO COME HAKAN BULGURLU.



Il Ceo di Arçelik Hakan Bulgurlu.

Quando si fa parte di un gruppo come Koç che da solo genera il 6% del prodotto interno lordo turco e si è presenti con i propri elettrodomestici in milioni di case in Europa e nel mondo, è un po' più facile sentire una responsabilità che va oltre il semplice bilancio aziendale.

Se **Arçelik** è entrata nel ristretto numero di grandi aziende davvero impegnate nella sostenibilità, il merito va però anche al suo Ceo **Hakan Bulgurlu**, instancabile nell'avvertire il mercato che il momento per cambiare radicalmente le strategie di produzione e vendita non solo nel settore degli elettrodomestici è "ora".

L'impegno di 'Hakan', come lo chiamano in azienda, è riconosciuto ben oltre il settore dei Consumer Technical Goods: Bulgurlu è stato chiamato dalla World Bank per far parte dell'Alta commissione sulla concorrenza e il carbon pricing.

In Italia Arçelik è un nome noto solo agli addetti ai lavori. Eppure fattura 6,5 miliardi di euro, è la seconda azienda europea per quota di mercato in volumi e vende in Italia con i brand **Beko e Grundig** e in altri 50 Paesi anche con altri marchi quali Blomberg, ElektraBregenz, Arctic, Leisure, Flavel, Defy, Altus, Dawlance, Voltas Beko e Arçelik. Ha oltre 40.000 dipendenti e 28 stabilimenti di produzione in 9 Paesi.

'RISPETTA IL MONDO, SII RISPETTATO NEL MONDO'

Parlando in un affollato evento nell'ambito di Eurocucina 2022, il Ceo di Arçelik ha affrontato il suo tema favorito e cioè l'importanza di agire ora sul cambia-

mento climatico per prevenire una crisi alimentare globale.

Hakan Bulgurlu ha ricordato che *"il tempo rimasto per evitare un aumento di 1,5°C della temperatura è incredibilmente ridotto e lo stato attuale del pianeta è, purtroppo, disastroso". Il perseguimento di un modello di business sostenibile è urgente, realizzabile e in ultima analisi gratificante per le aziende, ecco perché Arçelik è profondamente impegnata a raggiungere entro il 2050 la neutralità climatica, vale a dire una emissione netta pari a zero di gas serra*".

Laurea in Ingegneria meccanica all'Università del Texas, Master in Business Administration alla Kellogg School of Management di Evanston nell'Illinois e all'Università di Hong Kong, Hakan Bulgurlu è entrato in Arçelik nel 1995 e ne ha seguito la crescita lavorando soprattutto in Asia.

Durante la discussione si è parlato anche dell'impatto del cambiamento climatico sulla sicurezza alimentare a livello mondiale. Hakan Bulgurlu ha affermato che *"l'aumento della temperatura ha già danneggiato la capacità agricola di molti Paesi, costringendo i governi a limitare o addirittura a vietare le esportazioni di varie colture. Questo crea una carenza di cibo e porta sempre più persone a non avere abbastanza con cui sfamarsi"*.

Per un gruppo come Arçelik agire per contenere l'impatto del cambiamento climatico si inserisce nella strategia di lungo termine di 'corporate citizenship globale con la duplice mission: 'rispetta il mondo, sii rispettato nel mondo'.



Lo chef Massimo Bottura.

Sicuramente impegnarsi nella R&D per proporre alle famiglie una gamma di elettrodomestici a minore impatto ambientale. Questo vale per elettrodomestici tendenzialmente energivori come frigoriferi e congelatori certo, così come per macchine che non funzionano 24 ore su 24 ma che richiedono potenza quando utilizzate quali lavatrici e lavastoviglie e perfino nel settore della cucina. I 29 centri e uffici di ricerca e sviluppo e design di Arçelik sparsi in tutto il mondo ospitano più di 2.000 ricercatori e, ad oggi, detengono più di 3.000 domande di brevetto internazionali. Nel 2021 gli investimenti in ricerca e sviluppo dedicati alla sola sostenibilità hanno superato i 90 milioni di euro. Beko e Grundig, pur operando su diverse fasce di mercato, propongono alla clientela più ampia soluzioni a minor consumo per così dire 'intrinsic'. Si può fare però molto per invogliare le famiglie ad adottare stili di utilizzo che ottimizzano le prestazioni potenziali degli elettrodomestici.

MASSIMO BOTTURA E FOOD FOR SOUL

Grundig è sponsor del progetto Food for Soul ideato dal suo ambassador, lo chef **Massimo Bottura**, per incoraggiare le comunità a combattere lo spreco alimentare nell'interesse dell'inclusione sociale e del benessere individuale. Food for Soul, ha sostenuto più di tredici refettori in tutto il mondo. I refettori hanno lo scopo di sviluppare spazi ed esperienze comunitarie che promuovano la sostenibilità e aiutino ad

affrontare lo spreco alimentare. Finora, questi sforzi hanno contribuito a salvare più di 955 tonnellate di cibo, a distribuire 2,08 milioni di pasti e a coinvolgere oltre 100.000 cuochi e volontari.

SUSTAINABILITY ON STAGE

Il Ceo di Arçelik e Bottura hanno parlato nello stand 'a impatto zero' voluto da Beko e Grundig, progettato dall'architetto Martino Berghinz e chiamato 'Sustainability on Stage'. I materiali utilizzati per creare lo stand erano riutilizzabili per oltre il novanta per cento. Inoltre, per sottolineare l'esperienza di sostenibilità complessiva degli ospiti, Beko e Grundig hanno collaborato con ZeroCO₂, un'azienda specializzata in progetti di riforestazione ad alto impatto sociale per una successiva operazione di compensazione: un progetto di piantumazione sociale di frutta che non solo compenserà la CO₂ emessa, ma sosterrà anche le famiglie di agricoltori locali donando la frutta piantata per contribuire al loro benessere economico e alimentare.

IL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2021

A monte del mercato e delle famiglie c'è l'impegno multiforme del gruppo per rendere sempre più

compatibili con l'ambiente le sue attività industriali, impegno ben articolato dal Rapporto di Sostenibilità Arçelik giunto ormai alla 14° edizione.

'Guida il cambiamento, forma il futuro', mira a incoraggiare tutti a parlare e mobilitarsi per un mondo migliore. In linea con questa visione, Arçelik mira a raggiungere emissioni nette pari a zero in tutte le operazioni entro il 2050 attraverso investimenti verdi nelle energie rinnovabili e nell'efficienza energetica nei prodotti e nella produzione.

Bulgurlu ha anche sottolineato che la visione della sostenibilità dell'azienda è quella di radicare la sua leadership globale del settore, commentando: "Abbiamo bisogno di organizzazioni che intraprendano azioni positive verso un futuro sostenibile. Esortiamo quindi tutte le parti interessate della nostra catena del valore a guidare questo cambiamento per costruire un mondo migliore per i nostri figli."

Arçelik è stata la prima azienda manifatturiera industriale in Turchia a emettere green bond sui mercati internazionali. Il 69% dell'energia utilizzata è 'verde' e grazie a 228 progetti di efficienza energetica ha impedito l'emissione di 5.514 tonnellate di CO₂. Inoltre, l'azienda ha utilizzato 7.216 tonnellate di plastica riciclata nei suoi prodotti per contribuire alla lotta contro l'inquinamento da plastica.

La visione di decarbonizzazione di Arçelik è guidata dallo sforzo dell'azienda di garantire l'efficienza energetica sia nella produzione che nei prodotti. Poiché gli elettrodomestici sono una necessità, la responsabilità di ridurre la grande quantità di energia consumata da questi apparecchi ricade sui loro produttori. In quest'ottica, Arçelik mira ad aumentare l'efficienza energetica dei suoi prodotti del 50% entro il 2030.

Nel 2021, Arçelik ha ottenuto per il terzo anno consecutivo il punteggio più alto nella categoria DHP Household Durables nell'indice di sostenibilità Dow Jones della S&P Global Corporate Sustainability Assessment. In conformità con lo standard di neutralità del carbonio PAS 2060, Arçelik è diventata neutrale dal punto di vista delle emissioni di carbonio negli ambiti 1 e 2 della produzione globale nel 2019 e 2020 con i propri crediti di carbonio. Attraverso la sua posizione di leadership nella sostenibilità e una credibile roadmap di decarbonizzazione per il raggiungere l'obiettivo: emissioni nette zero. (a.p.)



Lo stand Beko e Grundig a Eurocucina 2022 è stato concepito in modo da poter essere riciclato per il 90%.



LHOV si colloca nel percorso strategico del Gruppo, focalizzato sulla crescita dei prodotti a marchio proprio e Top di gamma, con l'obiettivo di passare al 60% del totale del fatturato Cooking (55% nel 2021, 52% del 2019).

Elica SEMPRE PIÙ COOKING

L'AZIENDA DI FABRIANO HA PRESENTATO
IN ANTEPRIMA MONDIALE UNA NUOVA CATEGORIA
DI ELETTRODOMESTICI: UNA SOLUZIONE '3 IN 1'
CHE INTEGRA PIANO COTTURA, CAPP A E FORNO.

Il futuro è oggi ed è firmato Elica. L'azienda di Fabriano quest'anno non è solo protagonista di innovazione, ma di una vera e propria rivoluzione. Durante Eurocucina 2022 ha presentato in anteprima mondiale LHOV, una nuova categoria di elettrodomestici ideata e disegnata da **Fabrizio Crisà, Chief Design Officer di Elica**. Si tratta di una soluzione '3 in 1' che integra piano cottura, cappa e forno per una gestione ottimale dello spazio domestico. Un prodotto che darà nuova forma all'esperienza di cottura.

"Stiamo affrontando una vera rivoluzione che

affonda solide basi nei nostri pilastri: design, creatività, innovazione e qualità", ha commentato **Francesco Casoli, Presidente di Elica**. "Mio padre, Ermanno è stato un visionario e ha sviluppato il mercato delle cappe. Con lo stesso spirito innovativo, a distanza di circa 50 anni, ci confermiamo pionieri del settore, dando ai nostri clienti una nuova esperienza dello spazio domestico e, in particolare, del cooking. L'azienda è ancora più forte per affrontare ulteriori sfide sia di mercato che di ricerca di nuovi prodotti. Sono molto orgoglioso di presentare un prodotto, LHOV, che

esprime tutti i valori di Elica e che contribuirà a rafforzare la nostra leadership a livello globale".

NUOVA COOKING EXPERIENCE

Come spiegato durante l'evento di presentazione, la capacità di innovare sistemi e design ha permesso a Elica di creare un prodotto unico, rivoluzionario che rompe gli schemi della cucina, aprendo a una nuova 'cooking experience', più funzionale, piacevole, intuitiva sostenibile e che incontra le aspettative dei clienti più esigenti. **Giulio Cocci, CEO di Elica**, ha aggiunto: "Questo prodotto si inserisce a pieno nel percorso strategico di focalizzazione sul segmento Cooking, intrapreso da tempo attraverso la storia di successo del piano aspirante NikolaTesla e, forti delle relazioni con i più importanti distributori e cuccinieri nel mondo e di una capillare rete commerciale, riteniamo che possa rappresentare un ulteriore boost nel nostro posizionamento di mercato a livello mondiale".

Il manager ha dichiarato, inoltre, che viste le importanti potenzialità del prodotto, si aspettano da LHOV la stessa crescita e lo stesso successo della gamma NikolaTesla, "che nel giro di 5 anni è arrivata a rappresentare circa il 15% dei ricavi dell'azienda".

IL PIANO DI SVILUPPO

Le principali aree di crescita future riguardano, in particolare, l'espansione del segmento Cooking, attraverso una strategia di diversificazione geografica tanto in Europa, dove il Gruppo è già leader di mercato, quanto in America. Contestualmente, il Gruppo continuerà a investire per migliorare e innovare la gamma prodotti già esistente e per sviluppare la divisione Motori, in un'ottica di transizione ecologica grazie all'adozione di sistemi a idrogeno in grado di minimizzare l'impatto ambientale. Il segmento Cooking sarà trainato dall'espansione della gamma premium, attraverso l'ampliamento dell'offerta di prodotti nel settore dei grandi elettrodomestici da cucina (e in questo quadro che si inserisce LHOV).

Infine il piano di sviluppo potrà essere ulteriormente supportato da una crescita per linee esterne tramite operazioni di M&A che permettano più velocemente di completare e arricchire l'offerta di prodotti ad alto valore aggiunto. (n.r.)

L'UNICO FRIGORIFERO DOVE SPLENDE IL SOLE TUTTI I GIORNI.




HARVESTfresh

Ispirato alla natura,
alimentato dalla luce

Il sistema HarvestFresh™, con la speciale alternanza di fonti luminose colorate all'interno del cassetto Crisper, simula il naturale ciclo solare di 24h. Vitamine (A e C) e principi nutritivi vengono conservati in maggiore quantità e più a lungo*.

beko | Live like a Pro

“ABBIAMO L'AMBIZIONE DI SVILUPPARE L'INCASSO E DI FAR CRESCERE ULTERIORMENTE HAIER, CHE È IL NOSTRO MARCHIO PREMIUM E CHE LO SCORSO ANNO IN EUROPA HA SUPERATO IL MILIARDO DI FATTURATO”.

JEAN PASCAL REY,
CHIEF COMMERCIAL OFFICER



Haier Europe I LEADING GOAL AL 2026

LA STRATEGIA CON CUI IL GRUPPO INTENDE CONTINUARE A CRESCERE IN ITALIA PREVEDE INVESTIMENTI VOLTI A SVILUPPARE L'AWARENESS SUI TRE MARCHI E LA CRESCITA NELL'INCASSO.

“**V**ogliamo essere la prima scelta del consumatore nella smart home in generale, offrire il primo ecosistema lot per un'esperienza memorabile per il consumatore e portare a 36 milioni dagli attuali 3,6 milioni i clienti collegati con dispositivi Haier in Europa. Abbiamo anche l'ambizione di sviluppare l'incasso e di far crescere ulteriormente Haier, che è il nostro marchio premium e che lo scorso anno in Europa ha superato il miliardo di fatturato”. Questi alcuni degli obiettivi indicati da **Jean Pascal Rey, Chief commercial officer Haier Europe**, in un incontro con la stampa organizzato in occasione della Milano Design Week, che l'ha vista protagonista con l'installazione 'Home Switch Home'. Dopo aver chiuso il 2021 posizionandosi come il terzo gruppo in Europa con una quota di mercato dell'8,4%, **Haier Europe** punta entro il 2026 ad affermarsi nel vecchio continente come numero uno nel cooling, numero due nelle lavatrici e nelle asciugatrici e come numero tre nel cooking e nelle lavastoviglie ha indicato Rey, “Lo scorso anno in Europa abbiamo raggiunto un fatturato di 2,8 mi-

liardi di euro, grazie a un incremento del +20%. Abbiamo continuato a investire aprendo una nuova fabbrica di frigoriferi in Romania, con un investimento di 75 milioni di euro. Vogliamo diventare leader nel lavaggio e a questo scopo a breve apriremo una nuova fabbrica di lavastoviglie in Turchia, paese nel quale contiamo di aprire anche una fabbrica per la produzione di forni entro il 2023”. Rey ha anche offerto alcune anticipazioni sugli obiettivi di Haier Europe da qui al 2026. “Vogliamo essere la prima scelta del consumatore nella smart home in generale, offrire il primo ecosistema lot per un'esperienza memorabile per il consumatore, portare i clienti collegati con dispositivi Haier in Europa a 36 milioni dagli attuali 3,6 milioni. Abbiamo anche l'ambizione di sviluppare l'incasso e di far crescere ulteriormente Haier, che è il nostro marchio premium e che lo scorso anno in Europa ha superato il miliardo di fatturato”. Focalizzando l'attenzione sull'Italia, Rey ha osservato che “è un paese strategico dove nel 2021 siamo cresciuti del +20% con Candy, che è sì è posizionata al primo posto per numero di applian-

ces vendute”. La strategia con cui Haier Europe intende continuare a crescere in Italia prevede investimenti volti a sviluppare ulteriormente l'awareness sui tre marchi e a perseguire la crescita nell'incasso, anche andando a rafforzare la relazione con il canale dei cucinieri. Da ricerche effettuate da Haier Europe è emerso che sempre di più la connettività è una priorità per il consumatore quando acquista un elettrodomestico. In questo ambito uno dei cardini della strategia di Haier Europe è la app hOn, che offre diversi vantaggi sul fronte della value proposition, perché aiuta a sfruttare al meglio le funzionalità del prodotto, dà accesso a programmi aggiuntivi e, soprattutto, apre nuove prospettive nell'interazione tra azienda e cliente. “Abbiamo puntato moltissimo”, ha spiegato **Gianpiero Morbello head of brands & lot** “su image recognition e intelligenza artificiale che insieme hanno potenzialità esponenziali. Abbiamo rilasciato Snap &Do l'assistente virtuale che grazie alla app e al riconoscimento dell'immagine offre al consumatore un'interazione completamente nuova con il prodotto”. (m.d.f.)

Cerniera T-type

Titus+



Montaggio con innesto rapido 3Way snap-on

Ampie tolleranze

Ammortizzazione regolabile

Semplicemente la più rapida!

T-type, la cerniera Titus di nuova generazione, consente risparmio di tempo nell'assemblaggio degli armadi garantendo prestazioni costanti nel tempo con **ConfidentClose** su un'ampia gamma di porte in cucina, camera da letto e altri mobili.



TitusPlus Italia S.r.l. - Titus Group

Via Aquilea 9, Frazione Olmi, 31048 San Biagio di Callalta (TV), Italia

+39 0422 1650 120

italia@titusplus.com

www.titusplus.com



BENVENUTI in casa Elmar

UNO SPAZIO SUGGESTIVO E POLIFUNZIONALE CHE RACCONTA LA CREATIVITÀ E L'INNOVAZIONE DELLA CUCINA CONTEMPORANEA E SI COMPONE ANCHE DELL'AEG EXPERIENCE AREA, SOFISTICATA VETRINA DI DESIGN E TECNOLOGIA.



Condividere, ricevere, sperimentare: la cucina si è evoluta, diventando un luogo libero da vivere giorno per giorno, al passo con ritmi sempre più dinamici. Proprio per venire incontro a questa crescente esigenza di flessibilità, è oggi essenziale disporre di ambienti e strumenti senza tempo, concepiti fondandosi su valori piuttosto che su tendenze: elementi che si fondono nel nuovo spazio polifunzionale milanese firmato da **Ludovica+Roberto Palomba** che vede protagonista la cucina della storica azienda italiana Elmar e la dimensione tecnologica di AEG. Il nuovo showroom, inaugurato durante il Fuorisalone 2022, si sviluppa su una superficie di circa 300 mq in posizione strategica tra lo storico quartiere di Brera e quello riqualificato di Porta Nuova: luminoso e di ampio respiro grazie alle grandi vetrine che creano un dialogo continuo tra interno ed esterno, valorizza gli effetti della luce naturale sui materiali delle cucine in esposizione, esaltando anche le finiture uniche degli elettrodomestici.

Denominatore comune fra i brand Elmar e AEG è la capacità di sviluppare soluzioni durevoli basate sull'analisi del cambiamento dei comportamenti che coniugano creatività, funzionalità, innovazione e purezza delle forme: obiettivi che



Olga Cabrioni, Stefano De Colle
Elmar Head Of Design e Ceo

“IL TAGLIO DATO ALL’ARCHITETTURA DI ‘CASA’ ELMAR PER L’INSERIMENTO DELLE CUCINE CORRISPONDE PERFETTAMENTE A QUELLI CHE SONO GLI SPAZI REALI DEGLI AMBIENTI URBANI. QUANDO PARLIAMO DI ELMAR, PARLIAMO DI UNA CUCINA SCENOGRAFICA MA ANCHE METROPOLITANA, CHE SI ADATTA AI MOLTEPLICI STILI DI VITA CONTEMPORANEA E CHE SOPRATTUTTO SPOSTA L’ATTENZIONE DA CUCINA CONVIVIALE A STILE DI VITA IN CUCINA”.

si riflettono nella concezione dello spazio progettato da Ludovica+Roberto Palomba, in cui si avvicinano tre grandi e diverse macroaree.

IL PERCORSO E LE COMPOSIZIONI

Un percorso accuratamente delineato mostra le sei composizioni principali del brand Elmar oltre alla cucina outdoor Libera, presentata al piano superiore in una cornice estremamente suggestiva. Nell’ampia zona d’ingresso si trovano le rivisitazioni dei modelli eroe: Easy, Slim, Playground e EL_01 diventano interpreti, rispettivamente, della cucina urbana, giovane, open space e internazionale. La collezione @home è invece protagonista dell’area centrale, grazie alle sue due isole dalla forte identità come il tavolo @home e isola 0 e alle molteplici personalizzazioni dei moduli ad ante

Ludovica+Roberto Palomba *Architetti*

“PARAFRASANDO LA FAMOSA CITAZIONE DELL’ARCHITETTO ERNESTO ROGERS “DAL CUCCHIAIO ALLA CITTÀ”, LA CUCINA DA SEMPRE RAPPRESENTA IL CUORE PULSANTE DELLA CASA, UN AMBIENTE CARATTERIZZATO DA GRANDI VOLUMI CHE È AL CONTEMPO IN GRADO DI DARE LUOGO AI PIÙ PICCOLI MOMENTI DI PIACERE... DA GUSTARE. È DA QUESTO CONCETTO CHE È PARTITA LA NOSTRA PROGETTAZIONE DEL NUOVO SPAZIO MILANESE”.



Credit: pic. Carlo William Rossi + Fabio Mureddu

rientranti: bar, caffè, gourmet, forni e lavaggio. Si tratta di una zona pensata come il palcoscenico degli chef e degli ospiti che si avvicenderanno durante gli eventi di show cooking. Nella terza area sarà infine presentato per la prima volta il nuovo modello Skin.

AEG EXPERIENCE AREA

Nello spazio polifunzionale è presente l’AEG Experience Area, dedicata all’esposizione degli elettrodomestici più innovativi del brand tedesco. Qui sarà possibile apprezzare le tecnologie hero del brand premium del Gruppo Electrolux: dal piano a induzione TotalFlex con superficie in vetro reattiva, che abbatte i confini delle zone cottura permettendo di gestire al meglio anche i menu più articolati, al modello ComboHob con



Manuela Soffientini
Amministratore Delegato di Electrolux Appliances Spa

“LA NUOVA AEG EXPERIENCE AREA RAPPRESENTA PER NOI UN IMPORTANTE LUOGO D’INCONTRO CON IL PUBBLICO NELLA CAPITALE DEL DESIGN, DOVE PRESENTARE LE ULTIME TECNOLOGIE INNOVATIVE E I PIÙ INTERESSANTI RISULTATI DELLA NOSTRA RICERCA ESTETICA. PERFORMANTI E DAL DESIGN SOBRIO ED ELEGANTE, I NOSTRI ELETTRODOMESTICI, ACCOMPAGNANO L’UTENTE IN UN VIAGGIO ALLA SCOPERTA DEL GUSTO DURANTE IL QUALE ESPANDERE LE PROPRIE ABILITÀ, CREANDO PIATTI IN GRADO DI SUPERARE OGNI ASPETTATIVA”.

cappa integrata, che combina in un solo elettrodomestico alte performance di cottura e aspirazione.

A rappresentare design e tecnologia del brand, anche la linea MATT Black, dall’elegante finitura opaca, con il forno a vapore SteamPro dotato di telecamera interna CookView® e funzione Steamify®, che abbina in maniera automatica la corretta percentuale di vapore al grado di calore. Infine, l’AEG Experience Area accoglierà, per la prima volta, i frigocongelatori più innovativi della gamma, che combinano una larghezza di 75 cm a una capienza senza precedenti sfruttando funzionalità intelligenti e le tecnologie più avanzate per preservare al meglio la qualità degli alimenti e le cantinette del brand, pezzi d’arredo per appassionati e intenditori di vino.





Marmo Arredo OLTRE LO SHOWROOM

CONCEPITO IN SINERGIA CON STEFANO BOERI INTERIORS, NASCE COME UNO SPAZIO ESPERIENZIALE AL SERVIZIO DI PROFESSIONISTI E APPASSIONATI. PROTAGONISTA UN'INEDITA COLLEZIONE DI COMPLEMENTI D'ARREDO.

Marmo Arredo, azienda italiana con oltre quarant'anni di esperienza nella trasformazione di marmi, graniti, pietre naturali e materiali compositi, continua il suo percorso di posizionamento e, in occasione del Salone, ha debuttato a Milano con un nuovo showroom, nato in sinergia con lo studio multidisciplinare Stefano Boeri Interiors.

Una collaborazione ambiziosa cominciata dalla volontà di raccontare come il quarzo sia un materiale trasversale e aperto a usi molteplici e finalizzata alla promozione di soluzioni innovative in grado di generare valore nel tempo nel rispetto della sostenibilità.

Protagonista, un'inedita collezione di complementi d'arredo sempre firmati dallo studio Boeri. *"Alla base di questo sodalizio professionale"*, ha spiegato **Marco Scapin, Art Director di Marmo Arredo**, *"c'è l'obiettivo condiviso di sviluppare soluzioni per l'ingegnerized stone che siano ecosostenibili e flessibili, in grado di adattarsi alle esigenze attuali e future del vivere quotidiano. L'affinità di pensieri e vedute riscontrate nell'ideazione dei complementi di arredo, ci ha spinto a coinvolgere Stefano Boeri Interiors anche nella progettazione dello showroom, ambasciatore sul territorio della nostra capacità creativa e produttiva in un conte-*



sto in grado di valorizzare la nostra realtà imprenditoriale”.

DENTRO LO SHOWROOM

Marmo Arredo Milano si articola su due livelli e si presenta come una location immersiva ed esperienziale, progettata per valorizzare la versatilità dei prodotti e mostrare la varietà delle loro applicazioni. La flessibilità è il criterio progettuale principe che ha dato avvio e guidato l'ideazione e lo sviluppo del layout espositivo, per spazi capaci di evolversi e trasformarsi senza perdere la loro identità.

La scelta di una presentazione dei materiali essenziale riflette, infatti, la volontà di privilegiare la qualità e l'eccellenza della produzione rispetto all'abbondanza.

Il piano terra ospita l'ingresso principale e si affaccia su una scala scenografica in marmo e metallo, i cui scalini sembrano sospesi, e che conduce al soppalco, dove sono ubicati i locali destinati agli uffici.

A sinistra, tramite l'ascensore o la scala, si accede al piano interrato, dove un'ampia agorà mette in risalto l'esposizione delle collezioni del gruppo e accoglie i visitatori.

Lo spazio prevede anche una sala proiezione



ph. Giovanni Gastel (right)

Giorgio Donà e Stefano Boeri co-fondatori di Stefano Boeri Interiors

“NEL PROGETTARE QUESTO NUOVO SPAZIO ABBIAMO VOLUTO CREARE UN LUOGO UNICO NEL SUO GENERE: UNA LOCATION ESPOSITIVA CHE FOSSE PERÒ FLESSIBILE ALLE ESIGENZE DI UN'AZIENDA DINAMICA COME MARMO ARREDO. CAPACE DI SODDISFARE LE NECESSITÀ DEGLI ADDETTI AI LAVORI MA ANCHE IN GRADO DI ACCOGLIERE PUBBLICI DIVERSI. NELL'IDEARLO ABBIAMO VOLUTO ESALTARE LA DIVERSA APPLICABILITÀ DI PRODOTTI CHE ABBIAMO REALIZZATO SULLA BASE DI UNA MATERIA PRIMA DI QUALITÀ, CHE MERITA, IN OGNI CONTESTO IN CUI VIENE INSERITA, DI ESSERE PROTAGONISTA”.

e un'area con una cucina funzionante a firma VezzKitchen, del gruppo internazionale VezzDesign. Realizzata con struttura in acciaio e caratterizzata dall'esclusivo sistema Klik-klak, che consente di sostituire agevolmente le ante con i materiali Quartzforms® a seconda dei gusti o per il desiderio di cambiare stile nel tempo, l'installazione garantisce versatilità e si presenta come un arredo unico e altamente personalizzabile. La varietà dei possibili impieghi dei materiali signature del brand è pienamente visibile nella parete di 14 metri al piano interrato rivestita da Tecla, la boiserie in quarzo, inedito complemento d'arredo ideato da Stefano Boeri Interiors e presentata in finiture diverse: innumerevoli sono infatti i pattern e gli effetti di lavorazione applicabili (lucidi, opachi, tridimensionali, etc.). La parete ospita anche il sistema di contenitori a moduli rivestiti con la medesima texture della boiserie, elementi inseribili in più forme nella progettazione.

Altro spazio caratterizzante dello showroom è il 'Mock up lab', un vero e proprio laboratorio di progettazione, dove prende vita la materioteca di prodotti Marmo Arredo: marmi e quarzi ma anche legni, metalli e tessuti, tutti a disposizione di architetti, designer e professionisti del settore interessati alla progettazione.

Al centro del 'Mock up Lab', la proposta d'arredo che l'azienda ha presentata al Salone: Chiglia, il tavolo composto da due gambe in vetro, trasparenti e minimali, che valorizzano la lastra in quarzo del piano, disponibile in diverse varianti di colore e misure: la superficie sembra infatti fluttuare a mezz'aria, dotandosi di un impatto estetico senza eguali. Infine, la stanza 'wellness' che ricrea l'ambiente di una spa, funzionale a mostrare l'applicazione in un locale umido sia del quarzo a pavimento che del marmo a parete, proposti entrambi nei toni del verde.

Una nota particolare va all'illuminazione che è stata affidata a iGuzzini.

CARTOLINE dal Salone!

OLTRE 262.000 PRESENZE ALLA 60A EDIZIONE CHE SUPERA OGNI ASPETTATIVA IN TERMINI DI AFFLUENZA E SANCISCE IL **RILANCIO INTERNAZIONALE** DELLA CITTÀ E DI UN INTERO SISTEMA, CONFERMANDO LA FORZA CATALIZZATRICE DELL'EVENTO. ECCO DOVE SIAMO STATI, COSA CI È PIACIUTO E PERCHÉ.

*di Arianna Sorbara e Simona Bruscin
foto di Andrea Mariani, Diego Ravier*





I Salone del Mobile.Milano è tornato, ed è stato un successo. Non solo per le presenze registrate (oltre 262 mila) ma per la qualità degli eventi che hanno dimostrato quanto l'industria si sia messa in gioco. Per questo possiamo dire senza timore di essere smentiti che questa edizione ha sancito il rilancio internazionale della città e di un intero sistema, confermando la sua forza catalizzatrice.

Un'edizione che ha dimostrato, a distanza di tre anni dalla precedente, come l'arredamento di qualità trovi nel Salone la sua vetrina più importante a livello globale e quanto la Manifestazione sia in grado di attrarre talenti, raccontare creatività e progetti, essere un eccezionale luogo di incontro, scambio e condivisione di idee che hanno prodotto lavoro e business.

E concorda **Maria Porro, Presidente del Salone del Mobile.Milano**, che ha così commentato: *"La 60a edizione del Salone del Mobile.Milano è stata un successo internazionale ed è grande la soddisfazione per aver superato le attese. Le presenze rappresentano un risultato eccezionale per il quale abbiamo lavorato tanto. Questa edizione ha confermato il respiro internazionale della Manifestazione e la coesione della comunità del design.*

Un risultato importante che dimostra lo stato di salute e il contenuto valoriale del Salone del Mobile, a riprova di come la capacità di lavorare in squadra di un intero settore e del suo tessuto creativo e produttivo, possano produrre eccellenza, con grandi risultati anche nei momenti più complessi a livello internazionale.

Abbiamo investito sulla qualità e dimostrato la voglia di continuare a produrre innovazione e 'raccontare le storie' delle nostre aziende e dei nostri prodotti. Siamo stati il motore che ha riacceso nel migliore dei modi la città, con la quale il rapporto è sempre strettissimo". E continua: *"È stato prezioso e irrinunciabile il contributo di ICE, che ci ha supportato nell'apertura verso nuovi mercati, ed è stato cruciale il ruolo del digitale che, in questa settimana come nei mesi precedenti, ha permesso sia di entrare in contatto con nuovi Paesi sia di mantenere saldo il rapporto con chi non ha potuto raggiungerci".*

"Ringrazio tutti per l'impegno: le aziende che si so- →



QUESTA EDIZIONE HA SANCITO IL RILANCIO INTERNAZIONALE DELLA CITTÀ E DI UN INTERO SISTEMA, CONFERMANDO LA SUA FORZA CATALIZZATRICE. DIMOSTRANDO COME L'ARREDAMENTO DI QUALITÀ TROVI NEL SALONE LA SUA VETRINA PIÙ IMPORTANTE A LIVELLO GLOBALE.

no rimesse in gioco, gli organizzatori, gli allestitori, i progettisti che, insieme, hanno creduto nella Manifestazione. Confidiamo che questa edizione abbia dato nuova carica al settore e a Milano e che tutti abbiano percepito l'entusiasmo e la volontà di offrire un'esperienza globale e consapevole, in cui quello che conta sono le idee e lo scambio culturale, consci che pensare al futuro e anche alle nuove generazioni con il SaloneSatellite sia la via per costruire valore nel tempo", ha concluso Maria Porro.

SOSTENIBILITÀ: TEMA CENTRALE PER RIDISEGNANDO IL FUTURO DELL'ABITARE

Quest'anno, l'attenzione alla componente sostenibile sia a livello di organizzazione e gestione della Manifestazione, sia a livello di ricerca e proposta di valore e di soluzioni concrete e già attuabili – presentate da 'Design with Nature', dal SaloneSatellite e da moltissimi espositori – ha reso il Salone un palcoscenico internazionale per idee imprenditoriali e soluzioni tecnologiche capaci di contribuire alla tutela dell'ambiente, della casa e all'utilizzo più efficiente delle risorse, in linea con i Sustainable Development Goals stabiliti dalle Nazioni Unite.

"Abbiamo sperimentato il grande entusiasmo di ritrovare clienti e stakeholder dopo tre anni e due mesi dalla chiusura dell'ultimo Salone del Mobile. Tantissima la voglia di essere di nuovo in presenza, ma anche di tornare a fare business nella vetrina di eccellenza del nostro saper fare, in cui il pubblico qualificato è stato il vero protagonista, come dimostrano gli stessi imprenditori, soddisfatti di una settimana al di sopra delle aspettative. Tanti gli ordini, apertura a nuovi mercati e consolidamento di quelli tradizionali: il Salone ha confermato di essere una formula vincente da cui non si può prescindere", commenta il presidente di FederlegnoArredo Claudio Feltrin, parlando a nome di una filiera che raccoglie 70mila imprese, con 294mila addetti, che generano un fatturato di quasi 50 miliardi di euro.

"La casa intelligente, il rinnovo dei materiali, l'intreccio fra tradizione e innovazione puntando alla sostenibilità intesa sempre più come leva competitiva, sono stati la dimostrazione pratica di quanto le imprese abbiano continuato a investire in questi anni seppur così difficili, senza mai smettere di guardare al futuro con ottimismo. L'andamento

del mercato" – sottolinea Feltrin, "è ancora estremamente dinamico e in salute come evidenziano le rilevazioni di FederlegnoArredo, nonostante le incognite dovute allo scenario internazionale ci costringano a essere cauti, soprattutto volgendo lo sguardo al prossimo autunno.

Destano preoccupazione il tema del costo dell'energia, la difficoltà di reperimento delle materie prime, che sta diventando il tallone d'Achille della ripresa, e l'erosione del potere d'acquisto che potrebbe rallentare la domanda di un mercato ancora effervescente".

"Il settore legno-arredo sta rispondendo a un processo di cambiamento della società, che la pandemia ha accelerato e che ha portato le persone a riscoprire il valore della casa, nella consapevolezza che possiamo viverla in modo più confortevole, moderno e salubre, con prodotti di qualità e durevoli che rendano la nostra vita migliore. Non si tratta di una tendenza passeggera ma di una trasformazione strutturale. E i risultati premiano gli sforzi delle nostre aziende, che rappresentano nel mondo quel Made in Italy che ambisce a diventare leader della green economy, ridisegnando anche il futuro dell'abitare" ha concluso Feltrin.



DESIGN WITH NATURE

Successo di pubblico per Design with Nature, che ha riscosso il plauso di critica anche dai tanti designer, architetti e giornalisti che l'hanno visitata e che hanno apprezzato il racconto chiaro e diretto di come nel prossimo futuro dovremo saper collegare conoscenze, competenze e tecnologie in una nuova generazione di materie e di design.

Altrettanto consenso ha ricevuto il public program con voci illustri (tra architetti, innovatori e visionari), che ha visto il tutto esaurito ai talk. Segno che il desiderio di re-incontrarsi e confrontarsi sui temi fondamentali del progetto e del suo valore sociale e ambientale è più vivo che mai.

Lunghe file di partecipanti e curiosi si sono formate anche presso le Food Court di Identità Golose, aree dedicate alla pausa gourmet firmate dai grandi nomi della cucina italiana. Ottima anche l'affluenza a Palazzo Reale, dove il Salone ha messo in scena La Scatola Magica, un'esperienza multisensoriale e narrativa ricca di emozione, che racconta la qualità, l'innovazione, la creatività ma soprattutto la bellezza della Manifestazione milanese.

COMUNICAZIONE: SEMPRE PIÙ SOCIAL!

Infine qualche dato sulla comunicazione. Il piano di ingaggio del Salone del Mobile ha toccato tutti i touch point della piattaforma: sito, newsletter, app, push e i social network (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Youtube). I risultati raggiunti dalla piattaforma digitale durante i giorni della Manifestazione, supportati da un piano di attivazioni iniziato nelle settimane precedenti e

I NUMERI CONTANO

In fiera a Rho sono stati 2.175 i brand espositori, di cui il 27% esteri a cui si sommano 600 giovani designer. In termini di affluenza di visitatori, le presenze registrate sono state 262.608, in sei giorni, da 173 Paesi. Più della metà sono stati operatori di settore e buyer (il 61% provenienti dall'estero). Quasi totale la mancanza di cinesi e russi che, nel 2019, contavano più di 42.000 presenze. Oltre 3.500 i giornalisti accreditati da tutto il mondo.

sostenuti da una pianificazione quotidiana di contenuti programmati, sono più che positivi: sul fronte social, 13,5 milioni sono gli account raggiunti, più di 50mila i contenuti generati dalla community utilizzando gli hashtag ufficiali (#salonedelmobile2022 e #salonedelmobile60th), 600mila le views video, 120mila le interazioni con i contenuti e 25 milioni le impressions.

Solo nell'ultima settimana, il sito ha registrato 4,8 milioni di pagine viste con una media di 100.000 utenze giornaliere (69,2% dall'Italia, 30,8% dall'estero) e un incremento del 42% di nuovi utenti registrati alla piattaforma. L'app Salone del Mobile. Milano ha avuto una media di 40.000 scansioni effettuate con il servizio di matchmaking, finalizzato a mettere in connessione diretta le aziende e i pro-

fessionisti in visita a Rho. Infine, il ciclo di podcast Design Voices – Salone del Mobile, trasmesso in diretta giornalmente durante i giorni della Manifestazione, si è posizionato al terzo posto nella categoria Arte su Amazon Music.

IL NOSTRO SALONE

Nella settimana del design siamo stati in fiera e agli eventi in città. Ci siamo divisi tra i padiglioni e le tantissime press preview. Avremmo voluto essere ovunque e partecipare a tutte le presentazioni... ma erano tantissime! Nelle pagine a seguire vi presentiamo una rassegna di quello che ci ha colpito maggiormente e dei prodotti più interessanti che si sono distinti per innovazione, design e tecnologia. Buona lettura!



Aran Cucine VOLARE

Nel nuovo restyling di Ulisse Narcisi, Volare si è ritagliata un ruolo centrale diventando fulcro e punto di incontro dell'ambiente circostante. Il blocco isola indipendente, posizionato al centro della cucina, rivela tutte le sue possibilità di utilizzo: la parte più operativa ospita la zona cottura con lavabo a una vasca dotato di rubinetto a canna e fornelli a induzione. Lo snack in noce di caracalla rende l'ambiente domestico ancora più dinamico: il fatto di doversi spostare per raggiungere i piani di lavoro, invita alla collaborazione e alla partecipazione non solo dello spazio fisico ma anche delle attività stesse che si svolgono al suo interno. Quella di Volare è una dimensione dello stare insieme costruita intorno alla presenza catalizzatrice del tavolo che, attraverso una linea di congiunzione invisibile, è in grado di unire tutti gli elementi dell'area kitchen. A completare la composizione, una configurazione lineare a parete pronta ad accogliere tanti accessori che rendono l'insieme ancora più funzionale. La scelta di materiali primordiali quali ferro, legno e pietra di questo restyling evidenzia i punti di forza della nuova soluzione mantenendo un equilibrio nell'intera composizione che rispecchia lo stile e l'estetica della vita contemporanea.

“Volare offre una perfetta organizzazione degli spazi per avere tutto a portata di mano e sempre in ordine senza rinunciare a un'estetica sofisticata, quasi architettonica”.

Pasquale Consola
Aran World Corporate
Marketing & Italy Retail
Director



La parte più operativa ospita la zona cottura con lavabo a una vasca dotato di rubinetto a canna e fornelli a induzione.



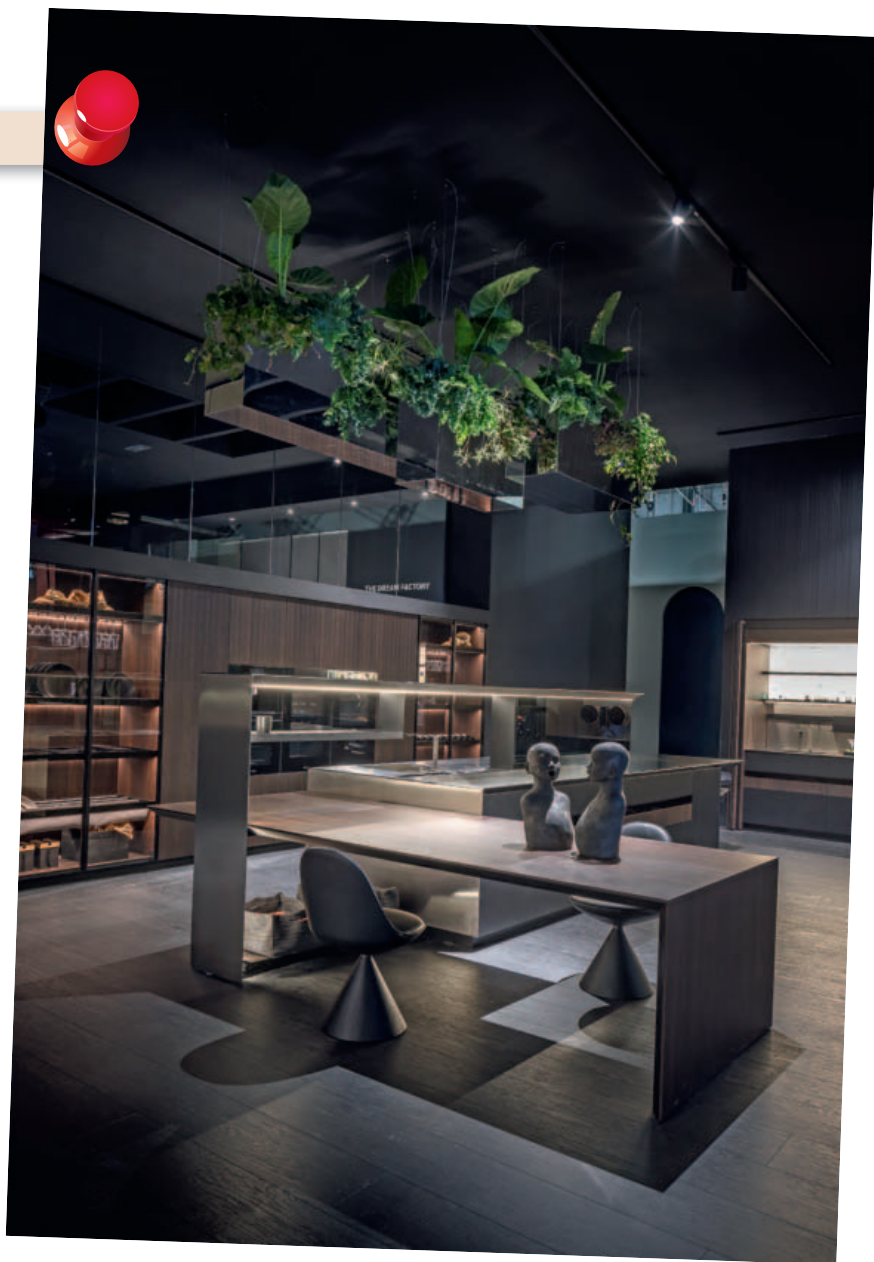
Abimis EGO

La finitura specchiata riesce a creare giochi di luce, riflessi e suggestioni che trasformano Ego in un elemento scenografico, capace non solo di integrarsi con l'ambiente circostante, ma di modificare la percezione dello spazio stesso, donando una maggiore sensazione di apertura. Progettata e realizzata su misura, la cucina è caratterizzata da raggiatura delle ante a filo battente, completamente integrata nella struttura, maniglie ergonomiche, zoccolo rientrato che consente una maggiore libertà nei movimenti e piano di lavoro privo di fughe per assicurare igiene e praticità.

Arredo3 GAIA

L'allestimento Gaia raggruppa elementi realizzati con materiali eco-compatibili, riciclati e sostenibili e nasce per offrire soluzioni rispettose della natura, in linea con l'evoluzione dell'azienda verso un percorso green. La composizione con isola operativa è realizzata con le basi Kali in Pet Amazonia riciclato. Il Pet è applicato a un pannello composto da particelle di legno riciclato. Le colonne Asia sono proposte nella versione mille-righe Nude, mentre per il top e lo schienale l'allestimento Gaia prevede Abitum, materiale ceramico riciclato nella finitura Calacatta Delicato che garantisce un'alta resistenza a macchie, graffi e calore ed è prodotto attraverso tecnologie innovative e processi sostenibili, con l'uso di fonti di energia rinnovabili.





Arrital NAUTILA

Nautila è il sistema cucina firmato da Franco Driusso, ispirato dalla conchiglia del mollusco Nautilus. Anima della collezione, è l'anta con supporto in cannettato di alluminio (spessore 16 mm) capace di conferire elevate performance di stabilità e leggerezza. Nuovi materiali danno luogo a differenti impatti estetici e tattili. Oltre ai rivestimenti nelle tinte unite del Fenix NTM® e nei laccati Sand e Lucidi, è proposto anche legno di Rovere Fumé disponibile nelle varianti Spazzolato o con lavorazione Fresato a listelli regolari o asimmetrici. L'anta è disponibile anche con la texture 3D su foglio in alluminio stampato su cui spicca il decoro romboidale laccato in varie tinte tra le quali il Nero Sand: una 'pelle' dall'aspetto sofisticato e audace, per un effetto hi-tech di massimo rigore e minimalismo. Scenografico ed elegante, grazie all'alternanza geometricamente perfetta di pieni e vuoti, il nuovo sistema a ponte è dotato di illuminazione a led integrata, può contenere gli utensili da cucina e supporta i principali accessori di servizio, come mensole porta oggetti e prese elettriche, mentre un elemento in vetro Fumé integrato protegge la zona cottura.

Creo Kitchens CONTEMPO

Eclettica, elegante, componibile e personalizzabile Contempo è un progetto contemporaneo che mescola i linguaggi tradizionali con intelligenti soluzioni organizzative e dettagli di qualità che ne aggiungono pregio e ricercatezza. Rievoca la tradizione grazie alle ante a vetro con inglesina e a quelle dogate, rispetta il benessere di chi la vive e dell'ambiente grazie all'utilizzo di vernici ad acqua e guarda alla funzionalità con l'inserimento di elementi high-tech. Ne è un esempio il tavolo scorrevole su top che amplia il piano di lavoro. È una cucina che può affascinare per la sua allure classica o conquistare per il suo stile più moderno.





Con Tangram è possibile creare isole cucina con geometrie inconsuete, composizioni addossate a pareti o anche soluzioni che abbracciano angoli.

Cesar TANGRAM

Tangram, design Garcia Cumini, riprendendo la logica modulare dell'antico gioco cinese di forme geometriche accostabili tra loro per formare figure diverse, porta una nuova idea di sinuosità nella progettazione della cucina. Evitando ogni linearità, esalta infatti la curva e le sue infinite possibilità combinatorie. Ad accentuare la fluidità della composizione, l'anta presenta una particolare lavorazione 3D denominata Groove. Tangram è composta da cinque elementi curvi che si possono unire a piacere ad elementi con anta dritta, per costruire isole cucina con geometrie inconsuete, composizioni addossate a pareti o anche soluzioni che abbracciano angoli.



Evitando ogni linearità, Tangram esalta la curva e le sue infinite possibilità combinatorie.

Dada TIVALÌ 2.0

Il concetto che ha guidato la progettazione di Tivalì 2.0 by Yabu Pushelberg è stato quello di disporre di una cucina, compresa in uno spazio lineare tra i 240 e i 300 cm, dove prevalesse l'elemento scenografico. Tivalì 2.0 si presenta dunque come un grande mobile chiuso: due ante scorrevoli a pacchetto in tamburato nido d'ape in alluminio custodiscono la scena e una volta aperte, grazie a sofisticati meccanismi, rientrano affiancandosi nella sagoma del contenitore, rivelandola. Configurabile in 3 diverse altezze e 2 larghezze, è caratterizzata dalle basi ad anfiteatro, dove il piano di lavoro arcuato in marmo o pietra e le basi terminali inclinate donano una spazialità inconsueta. Lo schienale rivestito in marmo funge da quinta teatrale e presenta una scaffalatura, dal disegno non convenzionale, lasciata a giorno per mostrare ciò che è necessario.

“Riflettendo sugli usi e sui rituali associati alla cucina e analizzando l'attuale design, il nostro approccio celebra Tivalì come un ambiente che infonde un senso di comunità e ne alimenta l'appartenenza. Invece che progettare la cucina come un luogo unico all'interno della casa, abbiamo rinnovato Tivalì pensandola come un ambiente aperto, espressivo e invitante, evolvendo il design del sistema cucina attraverso forma, proporzione e materiali”.

**Yabu
Pushelberg** designer



Tivalì, cucina integrata per tutti gli spazi progettata da Dante Bonuccelli nel 2004, è stata rivisitata da Yabu Pushelberg che ne ha fatto una versione 2.0 dove tecnologia e design si coniugano per dar luogo ad una proposta perfetta.



Doimo Cucine ASPEN D23

La cucina si esprime attraverso la trasversalità degli elementi in cui convivono i particolari elementi Aspen, dall'anta con telaio di alluminio interno, con elementi della D23, dove la D, ricordiamo, indica lo spessore dell'anta, in questo caso liscia 4 lati. Le colonne diventano elemento centrale, ridefinendo l'ambiente in aree funzionali: la cucina è convivialità da vivere nella sua essenza e alle ante rientranti è dato il compito di occultare elettrodomestici e aree operative. L'isola centrale con top e frontali in MDi Umbra crea un 'effetto monolite' delineato dalle ante a terra e alleggerito da un accorto dettaglio come il piano snack in TecnoLam noce Cannella che taglia in diagonale l'isola.

Ernestomeda SIGN

Ideata da Giuseppe Bavuso, Sign è un modello caratterizzato da una varietà straordinaria di materiali, finiture e strutture che offrono possibilità di personalizzazioni e combinazioni pressoché infinite, con circa 200 alternative di scelta tra finiture e materiali, dai naturali fino ai più tecnici e innovativi. Il nuovo progetto rimanda a un inedito modo di pensare e organizzare lo spazio della propria cucina, in grado di aprirsi e incontrare gli altri ambienti domestici, divenendo una estensione del living, fulcro della casa dedicato alla convivialità. Peculiarità del progetto è la parte superiore priva dei classici pensili chiusi che lasciano spazio a vetrinette e boiserie a giorno, vere e proprie aree espositive in cui ogni elemento ha una connotazione squisitamente decorativa. La composizione si caratterizza per l'isola in finitura Stone+ Nevada Cannelé, completata dai vani a giorno Daylight in hi-melamine Rovere Teide.





Euromobil KABIN SPACE

In cucina l'organizzazione degli spazi rappresenta il fulcro della funzionalità. Kabin Space è l'innovativo sistema che consente di ottenere con grande libertà zone di contenimento senza interventi strutturali. È costituito da mobili retrofiniti, concepiti come architetture e da un esclusivo elemento con ante scorrevoli, la cui particolarità è l'assenza di guide inferiori o superiori.

Falper SMALL LIVING KITCHENS™

Piccole, conviviali, prestigiose: Small Living Kitchens™ è un concept inedito che mantiene gli alti standard e le configurazioni conviviali tipiche delle grandi cucine, su metrature assolutamente ridotte, a partire da soli 2,5 metri quadrati. La foto ritrae Isola Model 1 caratterizzata da top e fianchi in acciaio inox con spessore 4mm, disponibile con larghezza 150cm e 180cm. I frontali, con laterali sporgenti, sono realizzabili nelle finiture legno e nelle laccature lucide e opache a catalogo. L'isola è disponibile nelle versioni con piano cottura e lavello, solo piano cottura o solo lavello. Il piano cottura è disponibile nelle versioni a gas o a induzione. I cassetti in noce massello, serie Blum Legrabox con stabilizzatori e soft close integrati, sono completamente estraibili.





Class esprime il fascino delle grandi cucine e conquista per la ricchezza di elementi funzionali e una disposizione che invita alla condivisione.

Febal Casa CLASS

La collezione Class interpreta le caratteristiche delle cucine all'americana, dove la polifunzionalità, la convivialità e la condivisione sono gli elementi principe. Il concept ruota intorno a un elemento must: l'anta a telaio, simbolo di uno stile transitional, capace di mixare eleganti elementi retrò con dettagli moderni e funzionali assolutamente attuali come i laccati opachi e aperture a gola, le maniglie a ponte e pomoli dal sapore industriale, per un effetto sofisticato e super-fresh.

Nella collezione Class la cucina diventa una forma fluida, spezzata da continui richiami al contemporaneo più essenziale. Ogni composizione è concepita per esaltare e dialogare con lo spazio specifico che l'ha ispirata, sia esso un ambiente classico, moderno o più di design metropolitano.

"Ciò che distingue una cucina da una cucina autentica è la capacità di accogliere e, allo stesso tempo, esprimere la personalità e il lifestyle di chi quella cucina la vive ogni giorno."

Andrea Federici
Art direction



Lube UNICA

Funzionale, elegante, raffinata con un design d'eccezione e materiali ricercati ed ecosostenibili certificati: è la cucina Unica, in grado di interpretare stili contemporanei diversi grazie all'ampia gamma di finiture disponibili. Le ante stondate nei lati verticali regalano ad Unica morbidezza e sinuosità mentre la particolarità delle diverse maniglie e dei sistemi di apertura caratterizzano le ante rendendole protagoniste mai banali dell'ambiente cucina. È dotata di diversi accessori per avere un ambiente accogliente e sempre in ordine a partire dalla boiserie Cover o l'estraibile Flap della collezione Genius-K dove riporre ogni tipo di utensile. Il mobile Break consente di avere ulteriore spazio contenitivo e impreziosisce le composizioni con isole e penisole: nella pratica vaschetta superiore si possono alloggiare utensili e piante aromatiche.



I colori soft sono in grado di creare un ambiente caldo e accogliente.



Funzionale, la cucina Unica è anche attenta all'ambiente grazie all'uso di materiali ecosostenibili.



Maistri K-TABLE

Il progetto K-Table ruota intorno alla tradizione del riunirsi in cucina, sostituendo però il tavolo con un'isola cucina funzionante dove non manca la praticità d'uso di una seduta. L'anima tecnica racchiusa nelle spalle del tavolo consente di portare l'elettricità al piano di lavoro, permettendo così l'inserimento di un piano cottura e delle prese elettriche, utili anche per caricare computer e smartphone. K-Table è una concept kitchen che vede l'isola cucina come elemento cardine del vivere quotidiano. È infatti possibile cucinare ma anche utilizzare il blocco come un vero e proprio tavolo dove compiere tutte le attività giornaliere.

Minotticucine MAYA

Le colonne del modello Maya sono presentate con una particolare disposizione 'a scala', composta sulla diagonale dell'angolo. Un'inclinazione che durante le diverse ore della giornata, ricrea sulla superficie dei giochi di luce che enfatizzano la durezza delle forme, in contrapposizione con l'effetto del metallo che, grazie alla sua caratteristica riflettente, permette alle colonne di mimetizzarsi con l'ambiente, dando vita ad una composizione armonica. La composizione non è solo il segno distintivo del progetto ma garantisce una funzionalità interessante, una sorpresa: con una semplice spinta la parte centrale si apre e le due ante scorrono sparendo completamente all'interno degli elementi laterali. Si apre uno spazio accessibile, completamente personalizzabile, che può essere adibito a pratica cucina di servizio, cantina vino, lavanderia, dispensa oppure essere trasformato in un passaggio verso un'altra stanza della casa e molto altro. Le colonne in pietra contengono un'area pensata per gli amanti del vino, completa di una cantinetta e una zona degustazione.



Modulnova SKILL



La linearità e il minimalismo che caratterizzano Skill si fondono con nuovi materiali ed elementi dal design ricercato, sviluppando una nuova percezione del rapporto tra forma, luce e materia. La nuova finitura Gold Brown, dalle tonalità del marrone, dona all'isola Skill Gres un piacevole aspetto materico, pur preservando le caratteristiche e le performance di un materiale di straordinaria resistenza e lo studio delle proporzioni e nuove geometrie ampliano le possibilità di personalizzare la composizione. L'elemento di connessione fra cucina e living Infinity in legno Noce Milano raw diventa un elegante complemento d'arredo grazie alle aperture a giorno su entrambi i lati e funge da appoggio per il tavolo rotondo Blade in gres. Sullo sfondo è protagonista la libreria Brera in cui l'alternanza dei volumi viene enfatizzata dalle finiture e dalle luci perimetrali.

Ornare ROUND

Ispirata alla sezione aurea, la cucina Round è caratterizzata da linee sinuose che levigano una forma apparentemente rigida. I suoi elementi e vani contenitori sono infatti contraddistinti da angoli concavi o convessi e ante ricche di texture, con onde delicate sia all'interno che all'esterno. La collezione comprende una serie di complementi freestanding ideali per qualsiasi esigenza organizzativa dello spazio.





Ocean Artic, dal colore bianco profondo e compatto, conferisce agli ambienti una singolare luminosità.

Quartzforms[®] OCEAN COLLECTION

Realizzata in quarzo tecnico a tutta massa, la collezione Ocean si compone di 4 proposte (Ocean Midnight, Ocean Artic, Ocean Lagoon e Ocean Reef) di lastre espressive e luminose che arricchiscono di una luce inedita gli ambienti nei quali vengono inserite.

Caratteristica innovativa è la vena larga, che si dipana con continuità e crea con le sue reti di piccole venature, pattern esclusivi sulle superfici, efficaci nell'evocare i moti ondosi e gli sciabordii propri delle acque oceaniche.

La superficie delle lastre Ocean Midnight si presenta con un fondo nero illuminato da bianche venature passanti di diverso spessore, da sottile a marcato, che tracciano un ondeggiante reticolo di segni che evocano l'azione millenaria del tempo.

Ocean Artic, dal colore bianco profondo e compatto, conferisce agli ambienti una singolare luminosità. Il fondo chiaro della lastra Lagoon è invece attraversato da un'impalpabile trama di sottili venature grigio-verdi. In Ocean Reef sottili venature rosso scuro si alternano ad altre, più sfuggenti, in un delicato grigio impreziosito da bagliori dorati.



Ocean Midnight.



Rossana HT50

Il sistema cucina HT50 propone diverse configurazioni d'uso, dalle più rigorose alle aggregazioni con isole a blocchi collegate dai grandi piani snack, fino al tema della cucina a portale, in cui lo spazio di lavoro è pensato come una nicchia, compresa tra le basi e i pensili. L'estetica minimale e raffinata del top dallo spessore invisibile, risultato dell'accoppiamento a 40 gradi con l'anta a 50 gradi, caratterizza la cucina, attribuendole un carattere fortemente contemporaneo. HT50 rivela un progetto dal design minimale, raffinato e innovativo, dove trovano spazio le più attuali tecnologie servo assistite per la gestione delle aperture, come le 'push-pull' elettrificate. L'altissimo grado di personalizzazione e di adattamento alle diverse situazioni d'uso, enfatizzato dalla poetica delle materie applicabili e dall'approccio sartoriale, completano gli elementi di questo progetto.

Scic LABIRINTO

La cucina Labirinto si ispira al celebre labirinto della Masone, situato nel cuore della pianura emiliana in cui a un maestoso labirinto di bambù si accostano edifici di ispirazione neoclassica.

L'estetica e la precisione stilistica propri di questo luogo riecheggiano nella linearità e nei volumi chiari e definiti della cucina caratterizzata da linee semplici e nette e da una particolare attenzione alla scelta dei materiali, attraverso l'accostamento di acciaio inox verniciato lavagna alle strutture in legno noce canaletto. Il progetto prevede un'ampia isola con basi chiuse da anta battente da 22 mm accostati a vani a giorno finiti con cornici in canaletto e illuminazione interna. Il top è in Labradorite, una pietra che presenta una naturale iridescenza metallica.





Lumina si presenta come una proposta dalla forte identità che valorizza un armonioso equilibrio tra volumi, forme e materiali.

Scavolini LUMINA

Pulizia formale, flessibilità e ricerca stilistica caratterizzano la cucina Lumina. Elemento caratterizzante del modello è l'anta inclinata a 45° per una maggiore ergonomia della presa in abbinamento a due tipologie di gola, Round o Flat. È stata introdotta inoltre la modularità di 75 cm per le basi per consentire una maggiore versatilità al progetto, risultando ideale all'inserimento di elettrodomestici a incasso di ultima generazione. La perfetta combinazione tra funzionalità e estetica ricercata è evidenziata anche dalla lamiera forata per i pensili o per gli elementi scorrevoli in appoggio oppure sospesi. È disponibile in nuove finiture, in tre nuance dall'effetto perlescente, in grado di definire ogni proposta con un design moderno e raffinato. Le ultime varianti colore vanno ad ampliare la gamma dei laccati, lucidi e opachi, anche per i frontali in vetro, oltre che con estetica canneté: in questo modo è possibile donare ad ogni singolo progetto una chiave di lettura personalizzata.



Stosa YOUNG

Young si pone come la soluzione perfetta per un pubblico giovane, smart e attento alle tendenze, che cerca design minimal e desidera abbinamenti di colori inediti con un tocco urban. Si caratterizza per geometrie semplici e lineari, con l'anta presa maniglia step, il pensile con anta curva e il vano a giorno di raccordo.

Come per le altre cucine proposte da Stosa Cucine è mixabile con altri modelli e le possibilità progettuali sono infinite. Ciò che la distingue è la capacità di essere attuale e fresca, in quanto prevede nella sua gamma colori e finiture abbinamenti insoliti.

Le finiture di Young comprendono legni, nobilitati effetto pietra e nobilitati tinta unita, mentre le ante disponibili sono quella squadrata e la Step, un'anta con presa maniglia integrata che simula il sistema gola per un'apertura comoda e veloce e un utilizzo semplice della cucina.



La cappa Trave in nobilitato Pietra Corallo viene abbinata al nuovo elemento di raccordo in nobilitato tinta unita Canyon.



Un trionfo dei colori caldi che spaziano dai rossi alle tonalità del corallo per una cucina che sa distinguersi per una personalità forte e decisa e per un progetto giovane e trendy.



Tm Italia AVIGNON

Si ispira all'opera di Pablo Picasso 'Les Demoiselles d'Avignon' la cucina Avignon disegnata da Nicola Gallizia, che fa della frantumazione dello spazio e delle funzioni il proprio filo conduttore. La composizione è lineare con isola e tavolo ad essa integrato. Due i materiali protagonisti di Avignon: il legno di Eucaliptus frisè, proveniente da specie legnose certificate FSC e lavorate con un processo di tintura privo di coloranti sintetici, utilizzato per tutte le ante e i frontali dei cassetti, e il marmo Dover White per i piani, gli schienali, il fronte dell'isola e per la vasca preassemblata, caratterizzato da forme fluide e sinuose nei toni del grigio e del bianco latte. L'isola ospita due volumi nascosti che fuoriescono dal piano a comando: uno contiene un monitor che può ruotare fronte tavolo o fronte isola, l'altro collocato accanto al piano cottura è studiato per riporre spezie e utensili da cucina.

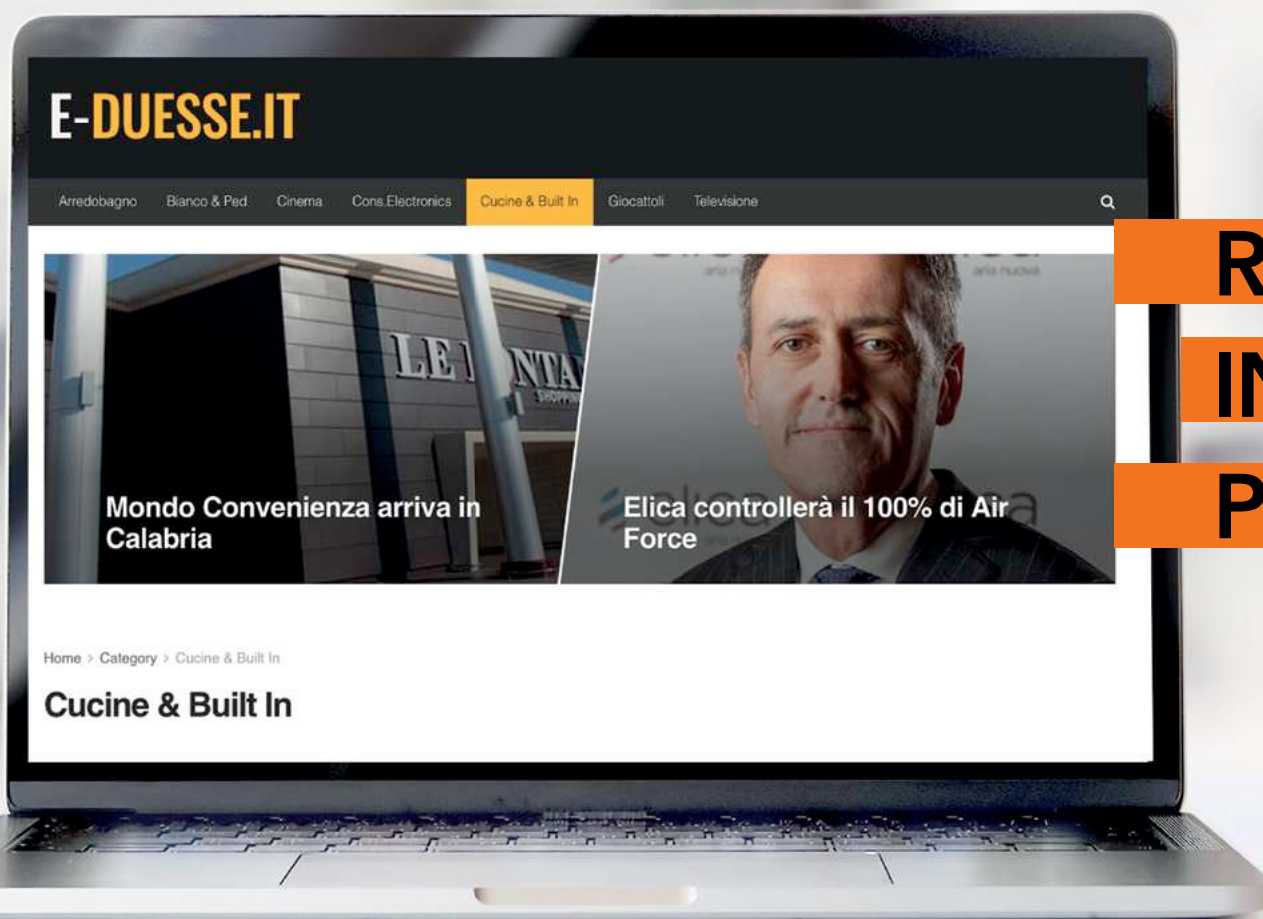
Valcucine ARTEMATICA SOFT OUTLINE

Artematica Soft Outline si presenta come un blocco unico, monomaterico, dove top, ante e fianchi si integrano in un tutt'uno armonioso e continuo impreziosito da un profilo in metallo. A definire il volume è la linea sinuosa e delicata che corre lungo i bordi: oltre a sottolineare la continuità delle superfici, completa l'immagine della cucina con raffinata eleganza. Inoltre i profili in alluminio anodizzato, disponibili in Nero, Rame e Bronzo, diventano dettagli di stile che impreziosiscono l'insieme. A completamento, il bancone Insula in bambù dal profilo rastremato e angoli arrotondati in linea con la sinuosità del profilo Soft Outline e il paraschizzi in vetro disegnato per dividere l'ambiente senza chiuderlo e per proteggere chi sta dall'altra parte dell'isola durante le fasi di preparazione/cottura del cibo.



E-DUESSE.IT SI RINNOVA

L'ATTUALITÀ DEI MERCATI
DI RIFERIMENTO IN UN'UNICA NUOVA
PIATTAFORMA CON NOTIZIE IN TEMPO
REALE E APPROFONDIMENTI.



RETAIL

INDUSTRY

PEOPLE



Cuore pulsante di Montebianco75 è il compressore Inverter ProSmart™ che assicura alta efficienza, maggiore durata e meno rumore.

Beko MONTEBIANCO75

Capiente oltre 400 litri, Montebianco75 è il combinato che rivoluziona il concetto di frigorifero. È dotato di tecnologia AeroFlow Total No Frost che mantiene un elevato livello di umidità nel frigo e allo stesso tempo un ambiente freezer secco. Il compressore Inverter ProSmart™ assicura invece alta efficienza, maggiore durata e meno rumore: adattandosi più rapidamente alle variazioni di temperatura, preserva gli alimenti freschi più a lungo e, allo stesso tempo, consente di risparmiare. Con questo frigorifero le vitamine di frutta e verdura si conservano a lungo, grazie alla tecnologia HarvestFresh™ che alterna fonti luminose colorate all'interno del cassetto Crisper per simulare il naturale ciclo solare di 24h. Il susseguirsi di stimoli luminosi differenti (4 ore luce blu, 2 ore luce verde, 6 ore luce rossa, 12 ore buio) aiuta la conservazione delle principali vitamine (A e C) e mantiene i principi nutritivi più a lungo.

Bosch

NUOVA GAMMA DI LAVASTOVIGLIE

La nuova gamma di lavastoviglie Bosch offre un'ampia scelta di modelli, sia da incasso che da libera installazione, nelle migliori classi energetiche (fino alla A), in diverse dimensioni, per adattarsi a qualsiasi cucina, con un carico fino a 14 coperti. L'esclusivo sistema di lavaggio e il motore senza spazzole EcoSilence Drive permettono di ottenere solo i migliori risultati, garantendo un funzionamento silenzioso e un impiego efficiente di acqua ed energia.

Grazie all'innovativo sistema di asciugatura PerfectDry con Zeolite vengono garantiti risultati perfetti in modo efficiente. La Zeolite, infatti, è un minerale che assorbe l'umidità per trasformarla in calore e dura per tutta la vita del prodotto, rigenerandosi durante ogni lavaggio. Una tecnologia distintiva che si completa con il flusso d'aria 3D garantendo un'asciugatura perfetta su tutti i tipi di stoviglie, anche quelle in plastica. Il controllo da remoto apre a un nuovo modo di interagire con gli elettrodomestici, all'insegna della comodità e della personalizzazione. Con l'app Home Connect, poi, gli elettrodomestici Bosch possono essere controllati e gestiti direttamente dallo smartphone o tablet.



L'esclusivo sistema di lavaggio, con numerosi programmi studiati per ogni esigenza, e il motore senza spazzole EcoSilence Drive, permettono di ottenere solo i migliori risultati.

Candy FRESCO

I frigoriferi Fresco, disponibili nei modelli free standing e da incasso, sono pensati per adattarsi a qualsiasi esigenza e stile di vita. Flessibili, hanno i ripiani e i balconcini regolabili fino a cento diverse possibili combinazioni per organizzare al meglio l'interno e, grazie alla tecnologia Total No Frost Circle+, l'omogeneità fra temperatura e umidità viene garantita in modo ottimale. Gestibili da remoto con l'App Candy hOn, permettono addirittura di avere traccia del contenuto e ricevere notifiche direttamente sullo smartphone sulle date di scadenza per evitare sprechi e ottimizzare le spese.



Candy Fresco è un frigorifero flessibile, disponibile nei modelli free standing e da incasso pensato per adattarsi a qualsiasi esigenza e stile di vita.

Electrolux MAXISPACe

Electrolux ha presentato una nuova gamma di frigocongelatori studiata per conservare al meglio gli alimenti, evitando gli sprechi e, al contempo, salvaguardare il Pianeta. Tra i modelli della nuova linea, c'è MaxiSpace, il primo realizzato con il 50% di plastica riciclata nelle pareti interne del rivestimento. Largo 75 cm, offre una capacità del 45% in più rispetto ai modelli tradizionali e, grazie al cassetto sigillato GreenZone frutta e verdura mantengono le vitamine fino al 95% anche dopo 11 giorni. Con una capienza di 287 litri, è provvisto inoltre del cassetto ExtraZone che tiene separati gli alimenti per una migliore organizzazione degli spazi e una minore diffusione degli odori. Per garantire la massima freschezza MaxiSpace è dotato anche della TwinTech® Total No Frost che sfrutta due sistemi indipendenti di raffreddamento per mantenere la temperatura ideale e il corretto livello di umidità in ciascun scomparto. Infine, con il nuovo Ecometer gli utenti sono incoraggiati a compiere scelte energetiche più consapevoli: a mano a mano che cambiano le impostazioni dell'elettrodomestico, il display LCD mostra l'impatto sul consumo di energia e li guida alla selezione di opzioni più sostenibili.



Elica WAVE UX

Elica rinnova la gamma di cappe sospese. Nei modelli chiave Wave UX (nella foto) ed Easy UX del designer Fabrizio Crisà, è stata data grande attenzione al nuovo comando soft touch integrato nel pannello di aspirazione tramite una morbida curvatura sporgente che, pur restando nascosta, offre una ottima ergonomia di interazione e accesso diretto a tutte le funzioni. Per la cappa Wave UX un tasto dedicato offre possibilità di controllo indipendente della luce ambiente che si diffonde attraverso le onde, sinuose fessure decorative che caratterizzano l'intera superficie. Le finiture esprimono forte personalità: inox e nero effetto soft touch per entrambi i modelli, a cui si aggiunge il bianco per la Easy UX. Sospese a soffitto con cavi regolabili in altezza, questi modelli possono essere installati anche a parete, tramite supporto accessorio per offrire la massima flessibilità per adattarsi a tutte le esigenze.



Faber AIR HUB CEILING

Funzionale, sostenibile e allo stesso tempo di grande pregio estetico, Air Hub Ceiling unisce in un'unica innovativa soluzione il modulo di igienizzazione per l'aria con una classica cappa per aspirare fumi e odori in cucina. Il pannello perimetrale in acciaio inox da 120 cm va a coprire perfettamente il sistema integrato, formato da una cappa a tre filtri e dal modulo per igienizzazione dell'aria, che come gli altri componenti della gamma, garantisce un abbattimento di virus e batteri presenti nell'aria fino al 99,99% senza produzione di ozono. Inoltre, il dispositivo presenta due strisce Led posizionate nei due lati lunghi, che aiutano a illuminare la postazione cucina e l'angolo dei fuochi, per consentire la massima libertà d'azione e di sperimentazione.



Semplice, multifunzionale, elegante e giocoso, All-in è il sistema flessibile di preparazione dei cibi che offre un flusso di organizzazione più intelligente e senza interruzioni, dal tritare al conservare e persino al riordinare. Comprende un kit di accessori modulari universali appositamente progettato che si adatta a tutti i lavelli fino a 540 mm, capace di rinnovare l'intera cucina in un colpo solo, trasformandola sia dal punto di vista funzionale che estetico. Durevole, pratico e audace nella sua idea di design elegante e semplice, All-In racchiude 8 diversi prodotti in 1 per soddisfare tutte le esigenze: dalla preparazione degli ingredienti al processo di cottura vero e proprio, dalla pulizia dei piatti al perfetto riordino dello spazio in cucina. Sano e sicuro, è realizzato in Sanitized® per la sicurezza del contatto con gli alimenti ed è lavabile in lavastoviglie.

Franke ALL-IN



Falmec BRERA

Tecnologia invisibile. Sul piano di lavoro, Brera di Falmec si presenta come un elemento essenziale che nasconde un concentrato di tecnologia, con eccellenti performance di aspirazione, silenziosità ed efficienza energetica.

La sua configurazione offre inoltre una superficie di cottura ampia, versatile e uniforme. La zona cottura e quella aspirante sono unite da un vetro monocromatico, contraddistinto solo da una sottile fessura che definisce le due aree. Quando è in funzione, la parte posteriore si apre automaticamente per aspirare i fumi di cottura. In versione filtrante, Brera è dotata di filtri Carbon.Zeo inseribili direttamente dall'alto, con la massima praticità nella manutenzione.

Miele FRIGO-CONGELATORE

Frutta e verdura sono gli alimenti che vengono sprecati con più frequenza. Per questo Miele ha dotato il frigo-congelatore KFN 7795 D (nella foto) dell'innovativo sistema PerfectFresh Active, che sfrutta la tecnologia a ultrasuoni per nebulizzare questi ingredienti a intervalli regolari, aiutando a conservarli fino a cinque volte più a lungo. Il sistema di ventilazione DynaCool garantisce una distribuzione uniforme dell'aria e dell'umidità, mentre DuplexCool (con due sistemi di raffreddamento indipendenti per vano frigo e congelatore) evita la disidratazione e il passaggio di odori. Oltre alle sue caratteristiche sostenibili, il frigo-congelatore è dotato di un design elegante e flessibile, che consente di sfruttare al meglio gli spazi interni: l'ottimizzazione degli spazi Comfort-Size permette di inserire comodamente in frigo anche le teglie da forno e il ripiano con base girevole a 180° FlexiTray assicura un facile accesso anche ai prodotti posti sul fondo del vano.



Master Kitchen LINEA EDGE

La linea Edge, caratterizzata dall'abbinamento di acciaio e vetro nero, per un'estetica lineare, distintiva ed elegante, comprende i piani cottura a induzione da incasso, in particolare il modello da 90 cm, MKHI 906-ED 3BR BK (nella foto). Con 6 zone di cottura (da 1800 a 3000W) e 3 zone bridge, controllate da 3 comandi indipendenti che garantiscono l'uso di pentole di diverse forme e dimensioni, MKHI 906-ED 3BR BK ha la funzione booster che, massimizzando la potenza per un periodo di tempo limitato, permette di raggiungere velocemente il livello impostato. Grazie al timer, indipendente per tutte le zone cottura, il rispetto dei singoli tempi di cottura è garantito, mentre con la funzione Slide Touch basta scorrere il dito sui comandi per impostare la potenza delle zone di cottura e regolare il livello di intensità del calore. Anche la pulizia è semplice grazie alla superficie liscia del piano in vetroceramica con spessore 4 mm.



Piano cottura a induzione in vetro nero, larghezza 90 cm, 6 zone cottura indipendenti, comandi slide touch, luce a Led bianca e blu, 3 bridge.



Foto: Marco Ligabue e Matteo Girola, 2017 © FAI

Abbazia di San Fruttuoso,
Camogli (GE), restaurata dal FAI
e aperta al pubblico nel 1988



FAI
CORPORATE
GOLDEN
DONOR

IL PATRIMONIO ITALIANO D'ARTE E NATURA UN CAPITALE DA DIFENDERE INSIEME

Entra nel mondo Corporate Golden Donor del FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano, una grande rete di imprese con una visione sociale responsabile e lungimirante. Avrai la possibilità di tutelare insieme al FAI il patrimonio culturale e paesaggistico italiano e la tua azienda godrà di opportunità esclusive e vantaggi riservati.

**DIVENTA CORPORATE GOLDEN DONOR FAI.
AGGIUNGERAI VALORE ALLA TUA AZIENDA. E SALVERAI L'ITALIA PIÙ BELLA.**



FAI FONDO
PER L'AMBIENTE
ITALIANO

PER INFORMAZIONI FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano
Ufficio Corporate Golden Donor - tel. 02 467615 210
corporate@fondoambiente.it - www.ilfaiperleaziende.it



Flessibili, con funzioni vapore, di design e ancora più intelligenti: sono le quattro nuove serie di forni da incasso Samsung: Serie 4, Serie 5, Serie 6 e Serie 7.

Samsung

NUOVI FORNI

Il denominatore comune delle nuove linee Serie 4, Serie 5, Serie 6 e Serie 7 è il vapore che, grazie all'incontro con la tecnologia Dual Cook e Dual Cook Flex, dà vita a una nuova generazione di forni in grado di cuocere contemporaneamente al vapore e in maniera tradizionale. Infatti, con l'introduzione della funzione Vapore, le modalità di utilizzo della tecnologia Dual Cook raddoppiano, consentendo fino a 8 combinazioni di cottura in contemporanea: quattro tradizionali, suddividendo il forno in 2 scompartimenti autonomi con tempi, temperature e impostazioni diverse, e 4 modalità vapore che permettono la cottura di una pietanza 100% vapore nella cavità inferiore e una cottura arrosto in quella superiore, contemporaneamente. La funzione Air Fry permette inoltre, attraverso un accessorio dedicato e uno speciale sistema di ventilazione, di ottenere cibi croccanti e gustosi, senza grassi aggiunti e grazie alla funzione Sous Vide è possibile effettuare una cottura sottovuoto a temperatura bassa e costante. Tutti i modelli sono connessi e possono essere gestiti tramite la piattaforma SmartThings.

Siemens IQ700

Il design lineare della struttura che si affianca alla nuova maniglia ergonomica in vetro, permette ai modelli top di gamma di iQ700 di integrarsi senza sforzo nell'ambiente di qualsiasi cucina moderna. Ogni modello è connesso e potenziato dall'AI, per offrire risultati di cottura eccezionali e ha numerose funzioni intelligenti unite a un'interfaccia estremamente intuitiva e full touch. Il punto forte della gamma di forni iQ700 è il sensore di doratura, con cui si ha la possibilità di selezionare il livello preferito per il piatto che si sta cucinando su una scala da uno a cinque. Una volta raggiunto il livello desiderato, il forno si spegne automaticamente e invia una notifica tramite l'app Home Connect.



La nuova gamma di forni iQ700 è il focus della linea di prodotti premium di Siemens studioLine: ogni modello è connesso e potenziato dall'Intelligenza artificiale per offrire risultati di cottura eccezionali e un alto livello di flessibilità durante l'intera durata dell'esperienza in cucina dell'utilizzatore.



Il vino cantina sottopiano ha una capacità di 41 bottiglie e due zone regolabili per temperatura e umidità.

Signature Kitchen Suite VINO CANTINA SOTTOPIANO

Capace di contenere 41 bottiglie, il frigorifero vino cantina sottopiano è stato progettato con un'attenzione particolare alle prestazioni di conservazione: la Wine Cave Technology™ garantisce la massima protezione da luce, vibrazioni, variazioni di temperatura e di umidità che potrebbero compromettere la qualità delle bottiglie. Ha due zone regolabili separatamente per temperatura e umidità, ciascuna con evaporatore dedicato e barriera divisoria in acciaio inox, e 4 ripiani in legno di faggio naturale che conferiscono stabilità, aiutano a eliminare odori e sostanze che possono alterare le proprietà del vino e che fungono da regolatore naturale della temperatura e dell'umidità interne. Il compressore Linear Inverter è silenzioso e riduce al minimo le vibrazioni, estremamente dannose per la conservazione. Infine, il triplo vetro oscurato e opaco delle ante protegge dai raggi UV, evitando alterazioni date dalla luce. Attraverso la Signature Sommelier™ App è possibile avere informazioni e consulenza digitale per la perfetta conservazione.

Smeg AREA

I piani a induzione Area Vivo Screen Max SIA1963D (nella foto) e SIA1963DS, disponibili nelle cromie nero e silver, impreziosiscono l'ambiente cucina con un'estetica raffinata e minimale e sono la soluzione ideale per funzionalità e flessibilità d'uso. Dotati di una superficie in vetro ceramico Glassy con serigrafie sottovetro, hanno una lucentezza di gran lunga maggiore rispetto ai tradizionali vetri per l'induzione e risultano totalmente lisci, per uno spostamento delle pentole silenzioso, agevole e una facile pulizia. I comandi TFT 7" ad alta risoluzione offrono una vasta gamma di funzioni personalizzabili. Il display mostra la posizione, la dimensione e la forma della pentola per un controllo del piano semplice e intuitivo, la funzione Follow Pot consente di spostare le padelle sul piano mantenendo le impostazioni iniziali, senza doversi attenere ad aree di cottura preimpostate e quella Auto-Pot Detection ne riconosce automaticamente la posizione sul piano.



Silverline LIGHTLINE

Con i suoi prodotti ecologici, tecnologici e funzionali, Silverline integra le tecnologie della cucina del futuro e le ultime tendenze del design per avere uno spazio abitativo non solo funzionale ma anche bello da vivere. È il caso della cappa a isola Lightline in vetro e alluminio, caratterizzata da un design elegante, dall'altezza regolabile con telecomando e anche da App. Lightline ha un sistema di ventilazione integrato e illuminazione a Led che fornisce una luce naturale ma che è anche possibile regolare per avere la tonalità e intensità desiderata. Quando non è utilizzata, Lightline diventa una elegante plafoniera di design.



Steel ENFASI MISTRAL

Enfasi Mistral è la prima cucina freestanding con sistema di aspirazione totalmente integrato e controllato tramite comandi slide. Il motore brushless da 700 m³/h ad alte prestazioni e bassa rumorosità (max 63 dB) cattura infatti immediatamente vapore e odori. Regolabile a quattro velocità tramite comandi slide sul piano, il sistema di aspirazione è dotato anche di un timer di spegnimento automatico. Il forno da 91 litri ha il sistema brevettato di ventilazione Innvent, generato da due ventole che ruotano in senso opposto assicurando una perfetta omogeneità di cottura. Infine, il programmatore elettronico permette un controllo esatto e puntuale della temperatura, garantendo una scelta tra 9 funzioni diverse, di cui una dedicata unicamente alla pizza e alla panificazione, che raggiunge i 315°C.



Unox Casa SUPEROVEN

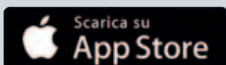
SuperOven (che si compone di due modelli: Model 1 e Model 1S) offre prestazioni professionali e permette di effettuare ogni tipo di cottura, anche quelle impossibili da fare a casa, come: grigliatura, frittura, a vapore, sottovuoto, affumicatura, arrosto e disidratazione. In più, grazie ai sensori che monitorano continuamente la percentuale di umidità all'interno della camera di cottura, è possibile cuocere il cibo in modo uniforme e tre volte più velocemente rispetto a un normale forno. I forni SuperOven sono dotati di un pannello digitale in grado di attivare oltre 400 processi di cottura automatica, per i quali basta semplicemente impostare il risultato desiderato e i forni determinano in automatico il programma ideale, adattandolo alla quantità di cibo infornata.

I due modelli sono dotati della stessa tecnologia: Model 1, il monolite che sfrutta la potenza e la versatilità di due forni sovrapposti; Model 1S, la configurazione più compatta, dotata di una singola camera di cottura. Entrambi sono dotati di un sistema di ventilazione integrato che elimina tutti gli odori e i vapori e della funzione di lavaggio automatico.

DIGITAL EDITION

PROGETTO CUCINA

SI PUÒ SFOGLIARE
SU SMARTPHONE E TABLET
IOS E ANDROID.
ANDATE NEGLI STORE
DEI VOSTRI DEVICE
E SCARICATE L'APP GRATUITA:
SARETE COSÌ SEMPRE
PUNTUALMENTE INFORMATI
DOVE E QUANDO VORRETE.
BUONA LETTURA!



PROGETTO CUCINA

PERSONE-MERCATO
TREND-PRODOTTI

progettocucina@e-duesse.it

N. 7/8 LUGLIO/AGOSTO 2022

Direttore Responsabile Vito Sinopoli

Caporedattore Arianna Sorbara

Hanno collaborato Francesca Amé, Simona Brusca, Marilena Del Fatti, Cecilia Lulli, Nicol Re

Grafica e fotolito Emmegi Group - Milano

Caposervizio Redazione grafica Alda Pedrazzini

Coordinamento tecnico Paola Lorusso
plorusso@e-duesse.it

Traffico Elisabetta Pifferi
elisabetta.pifferi@e-duesse.it

Informativa resa ai sensi degli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 GDPR
(General Data Protection Regulation)

Duesse Communication Srl, Titolare del trattamento dei dati personali, liberamente conferiti per fornire i servizi indicati. Per i diritti cui agli articoli 13 - 14 Regolamento UE 2016 / 679 e per l'elenco di tutti gli addetti al trattamento, rivolgersi al Responsabile del trattamento che è il Titolare di Duesse Communication Srl - Viale G. Richard 1/Torre A - 20143 Milano. I dati potranno essere trattati da addetti incaricati preposti agli abbonamenti, al marketing, all'amministrazione e potranno essere comunicati a società esterne, per le spedizioni della rivista e per l'invio di materiale promozionale.

Publicazione mensile 8 numeri l'anno. Spedizione in abbonamento postale 45%
art. 2 Comma 20/B, legge 662/96 - Fil. Milano.

Registrazione Tribunale di Milano n. 350 del 02/05/05. Iscrizione
al Registro Nazionale della Stampa n. 9380 del 11/4/2001 ROC n.6794

Stampa Galli Thierry Stampa srl, Milano

Prezzo di una copia € 1,55 - arretrati € 7,55 + spese postali.

Abbonamento annuale per l'Italia € 25,00 via ordinaria

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

DUESSE COMMUNICATION S.R.L.

Viale G. Richard 1/Torre A - 20143 Milano,
tel. 02277961 - fax 0227796300 (www.e-duesse.it)

Amministratore Unico Vito Sinopoli

Publicazioni Duesse Communication

AB - ABITARE IL BAGNO, BABYWORLD, BEAUTY BUSINESS,
BEST MOVIE, BOX OFFICE, BUSINESS PEOPLE, PROGETTO CUCINA,
TIVÙ, TOY STORE, UPTRADE, VISION.BIZ, VOILÀ, YOU TECH

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

ABBONATI, TI CONVIENE!



**SCOPRI TUTTE LE OFFERTE
DI ABBONAMENTO SU:**

<http://abbonamenti.e-duesse.it>
servizioabbonamenti@e-duesse.it
Tel. 02/277961



STAMPATO SU CARTA PRODOTTA CON CELLULOSE
SENZA CLORO GAS PROVENIENTI DA FORESTE CONTROLLATE
E CERTIFICATE, NEL RISPETTO DELLE NORMATIVE ECOLOGICHE VIGENTI



thewashingmachine.it

UNO SPETTACOLO DI TARGET.

La pubblicità al cinema: semplicemente il meglio per il tuo brand.
Qualunque sia il tuo settore commerciale, le sale DCA (UCI e The Space Cinema) hanno il pubblico giusto: segmentato, profilato e informato, pronto a emozionarsi e disposto a recepire il tuo messaggio con un livello di attenzione del 55% in più rispetto al mercato*.
Lo dice la ricerca GfK: investire in pubblicità sul grande schermo conviene.



Il tuo spot al cinema.
Tratto da un'emozione vera.



CAPPA CON PURIFICATORE INTEGRATO

IKONA MAXXI PURE

IL BENESSERE INIZIA DALLA TUA CASA

ELICA AIR PURE

Riprenditi il tuo spazio con Ikona Maxxi Pure, due prodotti in uno che si prendono cura dell'aria indoor per tutto il giorno. La cappa rimuove odori e vapori durante la cottura mentre il purificatore d'aria libera l'ambiente da allergeni come acari e pollini, oltre a inquinanti rilasciati da muffe, prodotti per la pulizia e rivestimenti per la casa.

Regala una sensazione di benessere a te e al tuo spazio.

Ikona Maxxi Pure | Design Fabrizio Crisà
Scopri tutti i vantaggi su elica.com



 **elica**
aria nuova