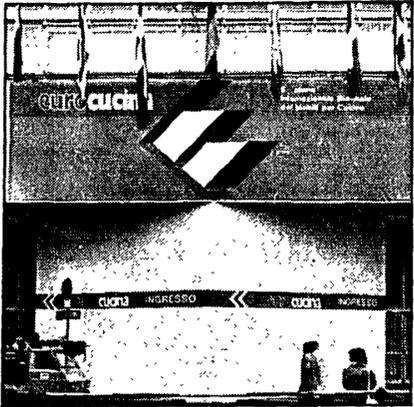


Ieri alla Fiera di Milano l'inaugurazione del 7° Salone internazionale

Eurocucina: spiccano le novità e l'inventiva degli italiani

180 industrie espongono su un'area di 35 mila metri quadrati - Protagonisti la micro-elettronica e, fra i materiali, i laminati plastici - Il ruolo primario della cucina nella nuova organizzazione della casa - Le iniziative del Cosmit per lo sviluppo dell'export

«Eurocucina, Salone internazionale biennale», settima edizione, da oggi fino a lunedì, 24 febbraio, in tre padiglioni della Fiera Campionaria di Milano, dove su un'area di 35 mila metri quadrati espongono 180 aziende, cioè la parte più significativa della produzione industriale di cucine italiana e interessanti rappresentanze dei «cuciniere» europei che sostanzialmente si ritrovano nell'industria della Germania Federale. Sono 140 le industrie italiane che espongono nei padiglioni fieristici, 5 gli artigiani. Questa scarsa presenza all'artigianato rispecchia la realtà nazionale di un settore che ormai sta all'avanguardia di tutto il comparto mobiliario sia sotto il profilo produttivo e tecnologico sia dal punto di vista della ricerca e della progettazione.



I «cuciniere» tedeschi, che si potrebbe dire costituiscono l'unica concorrenza seria alla produzione italiana sui mercati internazionali, a Milano sono rappresentati da 8 industrie.

Come si vede, il 7° Eurocucina si presenta come il panorama più completo non solo della produzione italiana ma anche e soprattutto delle novità più significative che sono emerse negli ultimi tempi in questo campo sul piano sia estetico che tecnologico. Le più importanti riguardano gli adattamenti alle esigenze della vita contemporanea sempre più intensa e frenetica in cui non c'è proprio abbondanza di tempo da dedicare alla tavola e in particolare alla colazione e al pranzo. Così la sala da pranzo ha perso importanza a favore della cucina, che è diventato il punto di incontro della famiglia, per una rapida colazione, un pranzo veloce e quindi momenti di conversazione. Qui si trovano le spiegazioni dei nuovi modelli che escono pure da vecchi schemi — base, pensili, colonna — per affidarsi a soluzioni meno rigide, più confortevoli e curate nell'immagine e nelle rifiniture per cui le attrezzature del lavoro, sempre più sofisticate, elettroniche, non solo accelerano la preparazione del cibo e danno a tutti la possibilità di fare il «cuoco», ma sono meno ingombranti e visibili. Insomma, non c'è la cucina robotizzata, ma c'è la cucina che sfrutta razionalmente la microelettronica, l'automazione in funzione pure dell'estetica complessiva e del miglior uso degli spazi.

Ma ciò non significa un ritorno all'uso del legno, o del finto legno: la preferenza emergente dal 7° Eurocucina, che fa testo per un paio d'anni, va ai laminati plastici che rispondono meglio ai problemi posti dalle nuove tecnologie, ai problemi dell'organizzazione dei piani di lavoro e della resistenza all'abrasione e al calore, senza trascurare l'esigenza di una modellistica piacevole e varia, cioè a livello delle migliori qualità del design italiano, un design ben rappresentato negli stand della Fiera.

Sotto questi aspetti, tirando le somme del grande panorama offerto dalla rassegna milanese, si può dire che la cucina svolge ormai un ruolo di primaria importanza nella casa di oggi. Infine, risulta pure chiaramente che la produzione italiana è di altissima qualità, degna dell'attenzione che sta suscitando tra gli operatori economici stranieri. E qui si apre un altro discorso, che questa volta è stato posto alla base dell'Eurocucina, quello riguardante il problema dell'export che nell'85 ha prodotto un fatturato di circa 65 miliardi, cioè un fatturato scarso rispetto ai valori dell'industria italiana.

La sesta edizione dell'84 fu imperniata su una ricerca e una mostra, «Cucina e cultura». Dal fornello al computer, un percorso verso il 2000, promosso dall'Assareo e curata da Claudio Salocchi; il 7° Eurocucina invece ha puntato molto sullo sviluppo dell'esportazione, in particolare verso la Francia e la Gran Bretagna. Il Cosmit —

Comitato organizzatore del Salone del mobile e di altre 4 manifestazioni fieristiche, cioè Eurocucina, Euroluce, Elmu e Sasmil —, raccogliendo le indicazioni delle associazioni di categoria, ha orientato la sua attività in questa direzione, per popolarizzare meglio la nostra produzione sui mercati esteri e per fare affluire in Fiera il maggior numero di visitatori stranieri. Campagne pubblicitarie, diffusione di depliant, di inviti a Milano, di «Moba», una pubblicazione del Cosmit: a questa azione «tradizionale», che stavolta è stata ancor più estesa e qualificata, è stata aggiunta un'iniziativa particolare verso i due mercati più interessanti per i «cuciniere» italiani, Francia e Gran Bretagna, che è sfociata nella selezione di 200 operatori economici del 2 Paesi, che verranno in missione ufficiale all'Eurocucina. Anche questa selezione è stata attuata con la collaborazione di produttori e associazioni di categoria.

Per quanto riguarda i visitatori stranieri in generale, che due anni fa furono 2600 provenienti da 57 Paesi, si prevede un incremento di circa un migliaio. I visitatori italiani furono oltre 43 mila. Ma a tale proposito si deve precisare che si tratta di visitatori qualificati, di addetti ai lavori, perché da questi saloni molto specializzati è escluso il grande pubblico. È chiaro che tutta l'attenzione degli organizzatori, cominciando dal presidente del Cosmit, Antonio Castelli e dal segretario generale, Manlio Armellini, va in un'unica direzione: la crescita culturale e lo sviluppo economico della produzione mobiliare italiana.

A colloquio con i dirigenti del Cosmit

La specializzazione delle fiere come base di sviluppo del settore del mobile italiano

Le iniziative promozionali per il 7° Eurocucina e l'edizione del 1988 - Dichiarazioni di Antonio Castelli e Manlio Armellini



Antonio Castelli, presidente, e Manlio Armellini, segretario generale del Cosmit (Comitato organizzatore del Salone del mobile, Eurocucina, Euroluce, Elmu e Sasmil). Nelle due foto a sinistra, un ingresso e visitatori in un padiglione del 6° Eurocucina.

Lo stesso Eurocucina è nato per rispondere a esigenze della produzione. Insomma, qui non si lavora occasionalmente ma progettando sulla base di ricerche e stretti legami con gli operatori economici e culturali del settore. Sono in corso ricerche di mercato, sugli orientamenti dei visitatori. Castelli e Armellini infine ci dicono che «già oggi bisogna pensare all'Eurocucina dell'88». A quanto pare, c'è già un progetto per la creazione di una «serie di eventi polidisciplinari» attorno al «fenomeno cucina», per sottolineare l'importanza nella vita dell'uomo; eventi inclusivi riguardanti ogni aspetto del tema: dalla progettazione degli spazi, all'arte gastronomica; dalla personalizzazione dell'ambiente al decoro, alla razionalizzazione delle tecnologie, al «cost», eccetera.

Per capire bene non solo il ruolo ma anche il successo di certe rassegne di settore che hanno grande prestigio e risonanza sia in Italia che all'estero come quelle organizzate dal Cosmit (Comitato organizzatore del Salone del mobile, Euroluce — annuali —, dell'Eurocucina, del Sasmil e dell'Elmu — biennali), bisogna rivolgersi agli organizzatori, altrimenti si corre il rischio di non vedere la complessità e la delicatezza dell'impresa e delle sue motivazioni fondamentali. Per esempio: perché l'Eurocucina, in aggiunta al Salone del mobile? Ed è questa la prima domanda che rivolgiamo al presidente del Cosmit, Antonio Castelli.

«Perché ci risponde viviamo in tempi di specializzazione. Il Cosmit, che nel campo delle fiere di settore ha una lunghissima esperienza che risale al 1961, è nato proprio come organizzatore di rassegne specializzate. Il Salone del mobile prima, poi, con lo sviluppo notevole del mobilifero, sono sorte altre esigenze, altri problemi che potevano essere affrontati solo con altre specializzazioni, cioè l'Eurocucina, l'Elmu e l'Euroluce in particolare. Non bisogna dimenticare che si tratta di strumenti di promozione e di qualificazione professionale e culturale in campi specifici, che funzionano bene nella misura in cui sanno aderire alla dinamica di queste realtà».

Insomma, ci pare che questa sia la base delle scelte fatte finora dal Cosmit. È la carta vincente ci precisa Castelli. Ma, attenzione: noi non otterremo risultati se non avessimo la generale collaborazione degli interessati, dei produttori in particolare e delle associazioni di categoria, che sono pure rappresentati nel nostro consiglio di amministrazione. Non a caso quindi per il 7° Eurocucina abbiamo pigliato sull'acceleratore dell'export: l'industria italiana delle cucine avverte oggi l'esigenza di espandere la propria presenza all'estero. E noi cerchiamo di accentuarla la nostra opera in questo senso.

«Oltre alla pubblicità su oltre 100 testate italiane ed estere, abbiamo inviato per 2 volte nostri messaggi direttamente a 110 mila operatori commerciali, per non parlare degli inviti e della nostra pubblicazione che circolano in tutto il mondo. In particolare il nostro impegno promozionale è stato rilevante verso i mercati già aperti ai prodotti italiani e quelli che offrono prospettive di sviluppo al nostro export: Usa, Canada, Giappone, Singapore. Poi, c'è l'iniziativa particolare verso la Francia e la Gran Bretagna, cioè il mercato più interessante d'Europa, che non ha una grande produzione sua e consuma cucine di buon livello e un grande mercato di transito».

La scheda della mostra

Periodo di apertura: 21-24 febbraio 1988. Luogo: Fiera di Milano. Ingressi: da piazza 6 febbraio per le porte Abbigliamento e Elettrotecnica. Padiglioni: 30, saloni I-II-III; 31 platea; 33 platea. Espositori: 145 fabbricanti italiani, 9 fabbricanti esteri, 8 rappresentanti in Italia, 21 case editrici di riviste specializzate. Superficie complessiva: 35 mila metri quadrati. Superficie netta espositiva: 21 mila metri quadrati. Prodotti esposti: mobili per cucina ambientati funzionalmente; gli elettrodomestici rappresentano quindi solo un completamento indicativo.

Tipo del visitatore ammesso: commercianti, designers, architetti ed arredatori, tecnici, mobili per cucina ambientati funzionalmente; gli elettrodomestici rappresentano quindi solo un completamento indicativo.

per 43.285 italiani, 2.578 esteri provenienti da 57 Paesi. Servizi in mostra: banche, ristoranti, bar, poste, telefoni, telegrafi, informazioni computerizzate, agenzia viaggi ed ospitalità, ufficio consulenze brevettuali. Rappresentanze: associazioni di categoria, ICE. Ufficio stampa nelle immediate adiacenze dell'ingresso di Porta Elettronica.

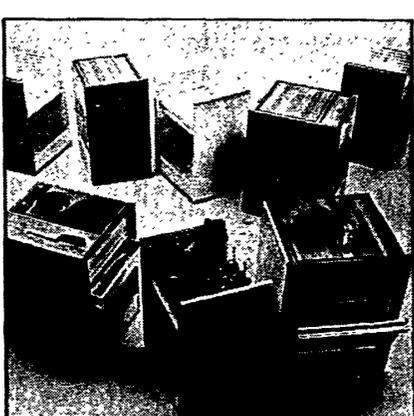
Alfredo Pozzi

Una coop di servizio che ti dà una casa armoniosa

Anche nella nuova cucina «Il Programma Arredo» ti evita errori e spese inutili

Le nuove tendenze dell'arredamento - La decadenza del «laboratorio del cibo»; cresce invece la preferenza per l'ambiente piacevole - Il problema degli «arredi fissi» Progetti per alberghi e spazi turistici

I dirigenti del «Programma Arredo» non potevano perdere l'occasione del 7° Eurocucina per riproporre all'attenzione nostra, degli esperti e dei lettori una serie di temi e problemi riguardanti la casa, l'arredamento, gli ambienti puntando decisamente la loro attenzione sul tema della rassegna internazionale che si è aperta ieri alla Fiera di Milano. Ci siamo ritrovati così a svolgere un discorso particolarmente stimolante che aveva avuto inizio in settembre, in occasione dell'apertura del Salone internazionale del Mobile. Oggi la tematica è un poco diversa, più specifica, ma non per questo è meno interessante, anche perché l'ambiente cucina, col relativo arredamento, sta acquistando sempre più rilievo e importanza nell'organizzazione della casa, o dell'appartamento, se il termine cucina appare un poco antiquato.



Elena Guzzini, presidente del «Programma Arredo», ci spiega che questa coop di servizio è anche una «concentrazione di acquisti» che ha valigato la produzione e la serietà di circa 100 aziende stabilendo infine con le migliori direzioni rapporti diretti di fornitura. Così il nostro utente ha sempre la certezza di avere in casa prodotti qualificati e a prezzi ridotti. Poi, c'è la costante ricerca e attenzione verso i mutamenti e le nuove esigenze derivanti dall'evolversi di usi e costumi, del gusto. È il caso evidente dell'Eurocucina.

Sara Bianchi, vicepresidente, ci dà subito una conferma: «Il nostro lavoro, che riguarda un buon numero di utenti, e la nostra esperienza, che è ormai pluriennale, ci rivelano un rapido mutamento di valori nella gerarchia degli ambienti da cui emerge sempre più il ruolo primario della cucina. Tirando le somme della nostra opera, abbiamo scoperto infatti che i nostri utenti, proprietari di nuove case, o in attesa di arredare un nuovo appartamento, sono sempre più disposti a prestare una cura particolare, con relative spese e investimenti, alla cucina. La cucina appare ormai come il centro della casa».

Queste annotazioni, d'altra parte, trovano pure riscontro nelle stesse proposte che si possono vedere ora nei padiglioni della Fiera milanese. Sta scomparendo il «laboratorio del cibo», spesso ghetizzante, per le cosiddette casalinghe, sostituito da un ambiente sempre più piacevole e comodo tendente a dilatarsi. Ai dirigenti del «Programma Arredo» — che visitano l'Eurocucina non con lo spirito del commerciante ma in funzione della loro



professionalità, cioè per svolgere meglio i loro servizi all'utente —, inoltre, non sfugge la tendenza, che emerge dalle nostre, a mutare certe tradizionali caratteristiche costruttive di questi arredamenti. Per esempio, c'è maggior cura per l'estetica, per il comfort, per la gamma dei colori, nell'evitare il legno impiallacciato, o addirittura il finto legno. Non si punta più sulla cucina tecnologica, ma si tende a razionalizzare e ad organizzare le parti tecnologiche in un contesto ambientale che tiene conto degli accresciuti momenti di soggiorno, cioè del fatto che la famiglia contemporanea, sotto la spinta di impegni di lavoro o di studio, tende a ritrovarsi sia pure frettolosamente sempre più in cucina.

Ma tutto questo, i mutamenti di modelli di vita che si rispecchiano pure nell'organizzazione della casa, non esauriscono le problematiche tradizionali e le contraddizioni. Sara Bianchi ci segnala i problemi del montaggio, delle tipologie edilizie per piccoli appartamenti con cucine aperte e degli spazi reali, che sono sempre in contrasto con gli spazi enormi offerti dalle immagini pubblicitarie. Che cosa vuol dire esattamente. Cominciamo dal montaggio: la cucina tradizionale è fatta di base, pensili e colonne. I pensili si attaccano al muro, ma oggi, sia per ragioni di comodità e di compattezza sia per maggior sicurezza in

rapporto alla consistenza dei muri, i pensili sono guardati sempre più con diffidenza. Si tenga presente che si costruiscono divisori anche con pannelli in cartongesso: è chiaro che in questo caso il pensile non sta su. Pertanto va sostenuta la tendenza già in atto a produrre moduli a credenza, cioè con basi e pensili uniti, autoportanti.

Per quanto riguarda le tipologie edilizie per piccoli appartamenti, e quindi con locali destinati a cucina con 3 pareti, cioè normalmente aperti verso il soggiorno, si deve dire che l'esperienza della coop Il Programma Arredo ha dimostrato che prima di procedere all'acquisto di arredamenti si devono risolvere diversi problemi. Chi ha creduto di procedere nell'opera di arredamento acquistando una cucina completa, anche la più bella, alla fine si è accorto, naturalmente se aveva un minimo spirito di osservazione, di aver commesso un errore: l'ambiente stonava, o faceva a pugni col locale attiguo, oppure addirittura disturbava il resto della casa. Insomma, questo è proprio un caso che mette in evidenza la grande utilità del servizio offerto dal «Programma Arredo», consistente sostanzialmente in una collaborazione di esperti nell'allestimento degli ambienti, che può cominciare nella fase di progettazione edilizia, prima dell'acquisto di mobili, quando sorgono problemi complessi come quelli delle



«cucine aperte», che a volte sembrano addirittura senza soluzione.

A tale proposito Sara Bianchi ci porta qualche esempio. Tavolo e sedie non da cucina, posti ai margini del locale, hanno permesso di creare un senso di armoniosa continuità tra i due spazi abitativi aperti di una villetta. L'uso di piccole librerie affine al soffitto per creare almeno l'idea di un divisorio, in un altro caso, ha contribuito molto a trovare l'armonizzazione degli ambienti. Però, la diversità del tavolo e delle sedie rispetto al modello della cucina, funziona sempre, va tenuta presente in ogni caso. Poi, bisogna prestare un'attenzione particolare alla modularità e all'uso del colore.

Infine, c'è il contrasto tra la realtà delle dimensioni reali della cucina che si scopre nel nuovo appartamento, e quindi che si deve arredare, e l'immagine di una cucina ideale offerta spesso dalla pubblicità che altera il senso delle proporzioni anche di un mite. A volte, bisogna pure fare i conti con le cucine iperdimensionate che si possono vedere nelle vetrine di qualche show-room. Va a finire che la nuova cucina, quella reale da arredare, risulta stipata di mobili e priva di spazi vivibili.

«Anche in questo caso — ci dice Sara Bianchi, mentre visitiamo l'Eurocucina — noi possiamo intervenire non solo per evitare errori grossolani e sper-

pero di denaro, ma anche per dare sistemazioni soddisfacenti ed eleganti anche ad un locale non molto spazioso. Tutto dipende dalla conoscenza che abbiamo, per non parlare ancora della nostra professionalità, della produzione italiana, conoscenza che un singolo privato non può avere, anche se perde un mese di lavoro per girare le mostre di mobili in cerca del suo arredamento».

Poi, c'è un discorso più generale che riguarda i costi, i prezzi, la qualità e la durata dei mobili, che il Programma Arredo ci segnala con forza, rivolgendoci pure con insistenza ai progettisti, ai costruttori di case, sia privati che delle cooperative, ai produttori di mobili. Si può cominciare dall'uso dei materiali, dando la preferenza per i laminati plastici, i piani antigraffio, i lavelli in ceramica, ecc., per arrivare agli «arredi fissi» e quindi alla collaborazione tra produttori di case e il Programma Arredo. Specialmente nei locali destinati a cucina l'arredamento fisso non solo può ridurre notevolmente le spese — la quantità prodotta sempre risparmi — ma rispondere a esigenze di razionalità e sicurezza. Ovviamente, quando si entra in cerca di una idea, si riesce pure a creare una serie di varianti alle offerte di base attraverso la varietà dei colori, delle finiture, delle modularità e così via.

Insomma, «Il Programma Arredo» ha ben presente tutti i particolari di una problematica di grande interesse come quella della casa e di altri tipi di alloggi, ci precisa Elena Guzzini, cioè anche di residenze collettive come le multiproprietà, gli alberghi e altri spazi abitativi del settore turistico, come i villaggi. Noi abbiamo pure alle spalle esperienze come queste, in cui gli spazi-cucina sono ridotti e i problemi da risolvere non sono pochi. Tutto questo ci dà pure forza contrattuale consentendoci di fare notevoli risparmi sugli acquisti sempre a vantaggio della nostra utenza».

programmarredo

IL PROGRAMMA ARREDO 20127 Milano - viale Brianza 20 - telefono (02) 28.70.541