

Tendenze e attualità della distribuzione edile

youtrade

SPECIALI SOLAREXPO E SISTEMA TETTO

NON BASTA IL TAGLIAPANNELLO

IL DECRETO CHE LIMITA
I CONTRIBUTI AL FOTOVOLTAICO
NON BASTA A FERMARE
LA VOGLIA GREEN DELL'ITALIA,
DOVE NEL 2010 È STATO SEGNATO
IL +190% DI INSTALLAZIONI DI PANNELLI

GRIGLIATI
Baldassar

RIBES: LA RECINZIONE DELLE CASE PIÙ BELLE D'ITALIA

ATTUALITÀ

L'EDILIZIA VA SEMPRE PIÙ
VERSO IL RICICLO E IL RIUSO

STILI D'IMPRESA

IL FATTURATO AUMENTA
CON GLI INCENTIVI AI DIPENDENTI

ECONOMIA

TUTTI GLI ULTIMI DATI
DELLA PREFABBRICAZIONE

TREND

IL MARKETING
DELLA GALLINA

in a.p. - D.L. 353/2003 conv. in L. 46/2004, art. 1, c. 1 - DICB Milano Virginia Gambino Editore Srl - Viale Monte Cenere 60 - 20155 Milano



AZIENDE E PRODOTTI VISTI ALLA KERMESSE MILANESE PIÙ ATTESA DELL'ANNO

di Veronica Monaco

Salone e Fuorisalone: due eventi imperdibili per Milano che si riconferma anche quest'anno cuore pulsante della creatività e dell'innovazione: dal design alla moda, dall'arredamento alla ricerca di nuovi materiali, con un occhio sempre più attento alla sostenibilità ambientale e al risparmio energetico. Due manifestazioni che parlano da sé e che ogni anno trasformano la capitale meneghina in una babele fatta di immaginazione e voglia di stupire, di ricerca e sviluppo di nuove soluzioni per l'abitare, e di un pubblico straniero sempre più numeroso. Tanti i visitatori (solo per il Salone si parla di 320mila presenze), divisi tra una

piattaforma "istituzionale" che sembra non invecchiare mai, nonostante i 50 anni appena compiuti, mondanità, showroom ed eventi culturali sparsi per tutta la città. Una combinazione da cui emerge un 2011 fatto di ritorno alla bellezza e alla semplicità delle forme, di estrema cura del dettaglio e di spazi confortevoli, capaci allo stesso tempo di coniugare carattere ed eleganza. Bagni, mosaici ceramici, complementi di arredo ricercati e raffinati, testimoni di una tendenza che va verso una sorta di democratizzazione dell'oggetto di lusso e di design, non più simboli di status esclusivo, ma prodotti accessibili a una clientela sempre meno circoscrit-

ta. Altra parola chiave di quest'anno è il colore. Da Cap Arreghini a Oikos, molte le proposte incentrate sul tema del colore che diventa fulcro di uno studio approfondito e di un percorso emozionale alla ricerca di finiture che sappiano esprimere la personalità e il modus vivendi di chi la casa la vive quotidianamente. Tante anche le iniziative legate alla sostenibilità ambientale. Dall'uso di materiali naturali, biodegradabili o riciclati, alla sperimentazione di nuove soluzioni derivanti dal riuso degli oggetti, fino alla diffusione delle novità in tema di mobilità elettrica, con test drive su city car, personal movers, motorini e biciclette. **W**

56 - YOUTREND

MATTEO GIBERTINI
GARDENIA ORCHIDEA

«Dalla collaborazione con l'architetto **Roberto Semprini**, nasce la nostra presenza all'evento EcoMade in occasione del Fuorisalone 2011. Presentiamo in particolare i nostri rivestimenti, tra cui la linea Cristal Ker che si compone di elementi in extra fine porcellanato dallo spessore estremamente ridotto: 3 mm per il rivestimento e 4,5 mm per il pavimento. Una soluzione quest'ultima che rende Cristal Ker adatto alle ristrutturazioni, in quanto può essere posato su materiali preesistenti senza demolizioni o rimozioni, con un notevole abbassamento dei costi».



Cristal Ker Leather