

PROPORSI IN MANIERA CREATIVA

Raccogliere commenti e impressioni sul Salone del Mobile fa parte del nostro lavoro di giornalisti del settore.

I primi elementi di valutazione sono pressoché sempre legati al fenomeno economico e quindi si esprimono sui metri quadrati espositivi, sul numero degli espositori, su quello dei visitatori dall'Italia e dall'estero, insomma su tutto ciò che può essere espresso con i numeri.

Numeri che sottolineano il successo di questa edizione e che giustificano il clima di un cauto ottimismo. Il fatto che i visitatori siano aumentati del 10%, è certamente un elemento di grande rilevanza perché, comunque lo si legga, rappresenta senz'altro un rinnovato interesse soprattutto verso la produzione italiana. In generale, però, mi sembra che non si sia parlato abbastanza del prodotto: prodotto che fino a pochi anni fa rappresentava uno dei motivi di maggior interesse per il visitatore.

Oggi le aziende hanno una struttura meglio definita e possono fornire una serie di servizi in grado di garantire comunque un buon rapporto con la loro distribuzione, il prodotto assume sempre più una valenza coerente con il resto del catalogo e la ricerca della "novità" risulta essere sempre meno importante, dando ormai per acquisito il valore del prodotto come una delle componenti che, assieme alle altre voci del marketing, identificano e definiscono la strategia aziendale. Ma per quelle aziende che, per dimensione, non hanno la possibilità di utilizzare tutte le leve del marketing, è ancora utile, se non indispensabile, avere un'offerta differenziata che riesca a fare la differenza.

In questi casi il prodotto ha ancora un'importanza determinante. Invece, molto spesso, le piccole/medie aziende che dovrebbero in qualche modo puntare sul prodotto, cercano di imitare le aziende "di successo" proponendo più o meno le stesse tipologie, senza però tutto ciò che sta attorno e che contribuisce a garantire una certa visibilità. Se i motivi di differenziazione sono nel prodotto, è necessario che le aziende facciano uno sforzo di originalità e provino a proporsi basando la propria partecipazione al Salone sugli elementi che sono in grado di differenziarle.

È necessario uscire dalla logica imitativa e ritrovare il gusto del progetto, per proporsi in maniera creativa cercando l'attenzione di tutti i visitatori potenziali clienti.

Flavio Maestrini

OTTIMI RISULTATI PER IL SALONE

"Finalmente possiamo dirlo, e non sotto l'effetto dell'entusiasmo del momento, ma confortati da dati indiscutibili: gli aumenti percentuali a due cifre non sono cosa da tutti gli anni." A parlare è Rosario Messina, Presidente di Cosmit. 189.655 i visitatori specializzati, oltre il 50% dei quali dall'estero (96.761 da 165 Paesi, in aumento di quasi il 15% rispetto al 2003; 92.894 invece gli italiani). 3.752 i giornalisti, di cui 1.800



stranieri da 68 Paesi e 17.235 i "non addetti ai lavori" di domenica 18 aprile.

Al solito ottima la performance del Salone Internazionale del Mobile (1.271 espositori italiani, 227 esteri, 142.277 metri quadrati netti) e del Complemento (153 espositori italiani, 20 esteri, 7.343 metri quadrati netti).

I settori Bagno e il Tessile per la casa hanno lavorato sinergicamente con la sempre effervescente Eurocucina (127 espositori italiani, 11 esteri, 27.868 metri quadrati netti), che, grazie alla sua biennialità, crea aspettative puntualmente premiate dalla qualità delle proposte. Confermata la bontà dell'introduzione del tema trasversale per Eimu (155 espositori italiani, 9 esteri, 19.488 metri quadrati netti).

L'insieme delle manifestazioni fieristiche della Milano Design Week ha quindi totalizzato 1.973 espositori su 196.976 metri quadrati.

AL VIA SASMIL E XYLEXPO

Dal 26 al 30 maggio i padiglioni di Fiera Milano ospiteranno Xylexpo/Sasmil, la biennale internazionale dedicata alle tecnologie e alle subforniture per l'industria del legno e del mobile.

Sono quasi 400, di cui il 23% stranieri, provenienti soprattutto da Germania, Turchia e Francia, gli espositori del Sasmil, mentre per quanto riguarda Xylexpo, è stata assegnata una superficie espositiva netta pari a 62mila mq, ovvero il 3,4% in meno rispetto al 5 marzo del 2002. Gli espositori sono 720 contro i 792 al 5 marzo 2002.

La biennale milanese raccoglierà da mercoledì 26 a domenica 30 maggio migliaia di proposte, prodotti, soluzioni,

in un nuovo lay out espositivo. Nei padiglioni 20 e 21 saranno di scena le tecnologie della prima lavorazione. Nel padiglione 11 spazio alla seconda lavorazione del massiccio, dal serramento al parquet, dalla sedia ai componenti per mobili, oltre alle tecnologie per l'ottimizzazione. I padiglioni 14/1, 15/1, 16/1 - e i vicini 13/1, 19 e 22 - accoglieranno le tecnologie più avanzate per la lavorazione di ogni tipo di pannello. Il padiglione 16/2 sarà sicuramente una delle aree caratterizzanti delle proposte di Xylexpo/Sasmil in tema di subforniture, forte di una vasta e qualificata presenza di espositori che proporranno tutto ciò che serve per la produzione di cucine.

A PAG. 7

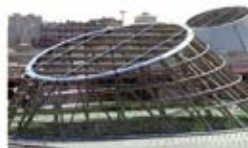
GOSSTANDART LA CERTIFICAZIONE PER LA RUSSIA E IL RUOLO DI ICILA

A PAG. 14

ACCESSORI, MECCANISMI E MINUTERIA PER MOBILI E ARREDI

A PAG. 18

IL NUOVO POLO FIERA MILANO



A PAG. 28

IL MADE IN ITALY ALLA CONQUISTA DELLA CINA

A PAG. 36

L'ANDAMENTO DELL'INDUSTRIA DEL MOBILE NEL 2003 SECONDO LA UEA

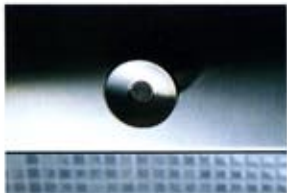
A PAG. 51



SPECIALE FERRAMENTA TECNICA E DECORATIVA

PAMAR

Tra le novità proposte dalla Pamar troviamo la maniglia MN958 a placca in zama, disponibile in varie misure e in diverse finiture, sia galvaniche



che nella gamma delle lacche epossidiche. Ideale per i mobili della zona giorno, si adatta con facilità anche a quelli della camera da letto e della cucina. Studiata nelle proporzioni e nel disegno, il pomolo PO434 Z esalta la forma circolare leggermente concava. Realizzato in zama, è disponibile con finiture in lacche epossidiche e nelle finiture galvaniche. Il suo design lo rende per i mobili della camera



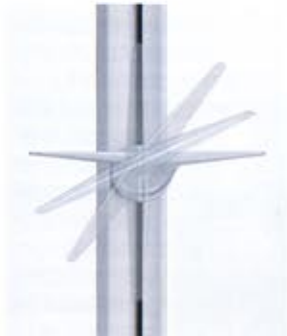
da letto e della cucina. Infine la maniglia MN 904 in zama caratterizzata dal corpo arcuato. E' disponibile in diverse misure e anche questa nelle varie finiture galvaniche e in quelle delle lacche epossidiche.

Pamar
Renate (MI)
Fax 0362 924612

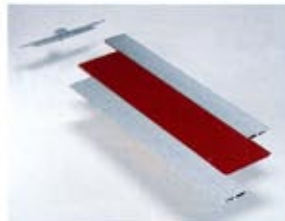
CAFIM

Il progetto "Logo" è espressione della volontà dell'azienda Cafim di rispondere alle esigenze dello spazio contemporaneo con un sistema che sia

armadio, dalla cucina al bagno, dai negozi all'ufficio. L'alluminio, leggero, resistente, ecologico, è il materiale che, in termini sia tecnici, sia funzio-



versatile, semplice e completo. Logo, disegnato dall'architetto Egidio Panzera, è un programma di strutture espositive in profilati d'alluminio, che permettono l'allestimento di spazi di svariata natura e attitudine, dal soggiorno alla cabina



nali, che estetici, rappresenta meglio l'idea di modernità. Con Logo, l'alluminio diventa mensola componibile, infatti tramite cinque profilati diversi permette di modulare le vostre mensole in termini dimensionali (lunghezza e profondità) e estetici con composizioni alterne dei profilati o con l'abbinamento ad altri materiali come vetro, plexiglas, legno, etc.



Dalla ricerca con il laboratorio tecnico Cafim è nato il "giunto" un nuovo e brevettato sistema che permette, senza alcuna vite a vista, di modificare la posizione e l'inclinazione delle mensole in qualsiasi momento.

Cafim
Misinto (MI)
Fax 02 96320959
www.cafim.it

Mensile per il recupero, il ripristino e la ristrutturazione

degli interni. RIABITA affronta tutti i problemi relativi al recupero, alla ristrutturazione e alla manutenzione degli interni e fornisce un'ampia documentazione sugli interventi effettuati, sui materiali e sulla tecnica



RIABITA è destinato agli architetti e geometri.

Agli uffici tecnici di Enti Pubblici, di banche, assicurazioni e finanziarie che abbiano un patrimonio edilizio. Alle imprese di costruzione, agli IACP. Ai rivenditori di articoli destinati alla ristrutturazione (materiali edili, serramenti, ecc.).

RIABITA

Rima Editrice Srl • 20126 MILANO • Viale Sarca, 243 • Tel. 02/66103539 Fax 02/66103558

Desidero abbonarmi per un anno (con decorrenza dal primo numero raggiungibile) a: Testata **RIABITA** - € 40,00 - Provvedo al pagamento: con assegno bancario n° _____ Banca _____

Con: American Express CartaSi Visa MasterCard Eurocard n° _____ Scadenza _____ Data nascita titolare _____ Firma titolare _____

Con versamento c/c postale n° 49170202 intestato a RIMA EDITRICE Srl Nome/Cognome/Azienda _____

Attività _____ Indirizzo _____ Città _____ CAP _____

Esatta ragione sociale per intestazione fattura (se richiesta) _____