

PROGETTO CUCINA

PERSONE · MERCATO
TREND · PRODOTTI

N. 7/8 - GIUGNO | OAGBBSIFA202021
www.e-duesse.it

INCHIESTA
ETICHETTA ENERGETICA,
A CHE PUNTO SIAMO?

A TU PER TU
PAOLA NAVONE

SPECIALE CUCINE
VERSATILI IDENTITÀ

ESSERE

MASSIMO BERTAMINO,
AMMINISTRATORE E
RESPONSABILE COMMERCIALE
DI CEDI SPA DI CASORIA (NA)

BRAND



Da sinistra: Giancarlo, Antonio, Gaspare e Fiorenzo Lucchetta, titolari di Euromobil

EUROMOBIL

“A NEW PLACE FOR A NEW ERA”

L'AZIENDA HA INAUGURATO A MILANO IL SUO PRIMO SHOWROOM. IL CONCEPT DEL PROGETTO, CHE PORTA LA FIRMA DELLO STUDIO MATTEO THUN & ANTONIO RODRIGUEZ, SI SVILUPPA INTORNO ALLA CUCINA.

Ha aperto in Corso Monforte 30/3, importante snodo del distretto del design meneghino, il primo flagshipstore italiano Euromobil. Il concept del progetto, che porta la firma del celebre studio Matteo Thun & Antonio Rodriguez, si sviluppa intorno alla cucina. Thun e Rodriguez, com'è noto, condividono con Gruppo Euromobil diverse collaborazioni, e la loro visione progettuale ben si prestava per quest'opera.

Non solo un negozio, ma “A New Place For A New Era”. I fratelli Lucchetta, titolari dell'azienda, raccontano così il progetto: *“Conosciuto nel mondo per le sue innovative cucine made in Italy, che fondono design, cultura e qualità, Euromobil porta nel nuovo showroom i suoi oltre 45 anni di know-how tecnologico e mestiere artigianale. Un'apertura strategica, per un negozio che si propone come piattaforma commerciale del brand veneto nel cuore storico della capitale economica italiana e culla del design mondiale, punto di riferimento di prestigio anche per i rivenditori stessi, ai quali offriamo una nuova opportunità per mostrare ai clienti i nostri prodotti in una cornice di pregio”*.

Quattro le ampie vetrine che catturano immediatamente l'attenzione dall'esterno. Dentro un mood all'insegna della convivialità e del calore: questi i concetti intorno a cui ruota l'essenza delle cucine Euromobil, ben rappresentata dal nuovo showroom. Oltre al cibo, che da sempre connette le persone legandole nella condivisione di emozioni gustative, l'atmosfera è il fil rouge su cui i designer dell'azienda lavorano per proporre modelli senza tempo.

La nuova “casa milanese” del brand è caratterizzata da un concept-design governato da leggerezza, trasparenza e flessibilità: gli spazi sono studiati per incorniciare al meglio le cucine creando ambientazioni inaspettate, nel rispetto di alcuni canoni architettonici tipici della cultura veneta, madre patria del brand, come i pavimenti con terrazzo alla veneziana al piano superiore e con la tecnica del pastellone in quello sottostante. *“Il tutto, ovviamente, rivisitato in chiave contemporanea - ha sottolineato l'architetto del Gruppo, Roberto Gobbo - nell'ottica di valorizzare le nostre origini alludendo al passato ma con uno sguardo al futuro”*.

Vissivamente privo di elementi separatori, il negozio è concepito su 2 piani di 300 metri quadrati in totale, di cui uno interrato, nel quale la luce naturale sapientemente valorizzata gioca un ruolo fondamentale, così come i materiali e i volumi neutri, che garantiscono leggerezza e versatilità. A ciò si aggiunge un cortile che, nella stagione estiva, costituirà un valore aggiunto per eventi e iniziative. Lo showroom, infatti, è stato concepito non solo come spazio espositivo di prodotti, ma come luogo dinamico, in cui dar vita a proposte culturali, incontri e show cooking.

All'interno dello showroom, una selezione delle migliori cucine - come Sei, Telero e Antis - presentate con differenti finiture e in diverse versioni oltre a uno spazio interamente dedicato al progetto della cucina denominato “kitchen tech”. La scenografia è arricchita dall'integrazioni di arredi degli altri brand del marchio: Désirée e Zalf, ma anche di oggetti di design, elementi floreali e tessuti. In questo modo i visitatori potranno immedesimarsi in contesti verosimilmente domestici, immaginandosi e sognando la propria casa ideale. 