

il Giornale

**STILI DA ABITARE** Le novità dopo la «Homi» di Milano

# La casa degli italiani: quando la crisi è nera torna la voglia di colore

*Tinte pastello tra le mura amiche: anche nell'arredamento si cerca il riscatto. Negli anni '80 dell'edonismo trionfavano i toni neutri*

la tendenza

di Anna Caldera

**G**li italiani vogliono un mondo colorato, a partire dagli oggetti che abitano le loro case. Si capisce girando per *Homi*, la più grande manifestazione dedicata alla casa e al *lifestyle* che giusto ieri ha chiuso i battenti con segno positivo. Si scrive *Homi* ma si legge il nuovo grande *Macef*, perché dopo 50 primavere ecco il *restyling* nel nome e dello spazio espositivo.

Quello che salta subito agli occhi, girando per i padiglioni, è la voglia assoluta di colore. Pastello o a tinte forti è un trionfo cromatico, dalle porcellane per la tavola, ai bicchieri, ai complementi d'arredo fino agli elettrodomestici. Un caso o voglia di rivalsa in tempo di crisi nera? «Sì e no», precisa Ettore Mocchetti architetto, interior designer, direttore della celebre rivista di arredamento *AD* ma soprattutto conoscitore dei gusti degli italiani «proprio in tempo di crisi si riscopre la voglia di sperimentare

per cui oggi vale tutto e il contrario di tutto, quindi si al bianco ma anche ai colori pastello e vivaci». E ancora: «Tutto cambia velocemente, c'è voglia di *art design* e il colore entra dappertutto». La sperimentazione è anche «negli elettrodomestici in cucina, alle macchinette per il caffè che stanno diventando opere di design». Se oggi è il colore a farla da padrona, nell'arredo e relativi complementi, al contrario le pareti sono bianche, grigie o comunque di colore neutro. «Il motivo è semplice - continua Mocchetti -: oggi si tende ad arredare con oggetti d'arte o di design, quadri, mobili e sedute che hanno talvolta dei colori decisi e, quindi, le pareti devono essere il più neutro possibile per consentire il giusto distacco cromatico». Colore che ha contribuito a caratterizzare i nostri periodi storici, dal Dopoguerra al boom degli anni '60 fino ai giorni nostri.

Lucy Salamanca, designer e co-art director e progettista di *Homi* parte dall'allestimento della fiera per spiegare il binomio colore-epoca storica nell'arredo. «Gli allestimenti sono di colore neutri proprio per far risaltare i prodotti esposti. Non a caso la scelta del materiale è stata quella del legno di betulla e abete perché stiamo riscoprendo la

natura e il bisogno di vivere in armonia con essa, ed ecco che tornano i colori chiari. Se andiamo indietro nel tempo nel periodo che va al Dopoguerra al boom immobiliare prevalgono prevalentemente in legno con preponderanza di marroni». Poi la tecnologia ha portato i suoi progressi e hanno debuttato le materie plastiche, stiamo parlando degli anni '60. «Ed ecco che arriva il colore, soprattutto nelle cucine, con il laminato, e perfino negli elettrodomestici, la predominanza è il pastello, giallino, verdino - spiega - Quando parlo di plastica non è da intendersi quella di oggi ma parlo di vinile e bachelite. Il colore arriva sulle pareti con le carte da parati negli anni 50' e quelle serigrafate negli anni 60' con disegni quasi psichedelici». E si arriva agli anni '70 dove il colore diventa elemento decorativo. Sono gli anni di Joe Colombo, designer italiano che riesce a combinare plastica, colore e design. Poi ecco apparire l'epoca del *less is more* «celebre frase pronunciata a Ludwig Mies van der Rohe» precisa Matteo Sac-

chetti, architetto e docente a contratto del Politecnico di Milano «e coincide con l'inizio del minimalismo dove si riparte dal bianco e nero». Siamo a fine anni '70 inizio anni '80, rifiuto del colore decorativo: «Abbiamo fatto case bianche e nere fino a tutto il 2000». «Oggi il minimalismo non è ancora finito e ha avuto secondo me il merito/demerito di uniformare l'ostile delle case in Italia. È un periodo di transizione dove il colore sta tornando non come forma ma come materiale - conclude -. Colore non come decorazione della parete ma come definizione di un volume. Quindi il colore è materiale e il materiale è colore. Ad esempio il top della cucina è un piano in cemento color cemento, prima era solo un materiale povero, da nascondere. Il colore è materiale».



**OUTDOOR**  
Accessori  
Sia: ancora  
colori

**CAMBIA LA CUCINA**  
Al top i piani in cemento,  
fino a ieri considerato  
un materiale «povero»

**L'ARCHITETTO**  
«Piace sperimentare  
sugli oggetti, a contrasto  
pareti bianche e grigie»



**PITTURA FRESCA**  
La tiera «A New Day»  
di Romero Britto by  
Picova (64 euro), il  
set di vassoi in  
metallo colorato  
Arlequin (79 euro) by Sia, Da  
Tessitura Randi copripiumone  
e lenzuolo Modus, tessuto  
fuego brevettato (185 euro)



FIERA DELLA CASA

Chiude Homi: 13 mila espositori  
proseguono gli affari on line

servizio a pagina 12



FIERA DELLA CASA Ieri l'ultima giornata

# Chiude Homi ma ora il business prosegue on line

*Dal 3 febbraio per un mese parte il negozio virtuale  
Si sono già iscritti 300 aziende e oltre 13 mila buyer*

■ Metti un servizio di piatti - anche bello - esposto in vetrina in un qualunque negozio di casalinghi accanto a pentole e posate. Un tempo bastava poco per attirare l'acquirente dentro i negozi. O per meglio dire: bastava la qualità per avere negozi pieni. Oggi non basta più. Ecco perché Macef ha passato il testimone a «Homi». Ed ecco perché Homi ha saputo cogliere l'obiettivo, puntando la sua nuova scommessa sul lifestyle, lo stile di vita italiano che il mondo intero ci invidia. Ieri si è conclusa la fiera dedicata alla casa, alla sua prima edizione nella veste rinnovata. E le aspettative non sono andate deluse.

Specialmente nella giornata di domenica c'è stato un vero e proprio boom di ingressi. Oltre 1500 le aziende che nonostante



IL NUOVO MACEF Ha chiuso ieri, in Fiera, Homi

la crisi hanno creduto nel progetto, hanno investito per qualche metro quadro di stand e «sono stati premiati», confermavano ieri gli organizzatori di Ho-

mi. Sono stati particolarmente apprezzati infatti i momenti dedicati a «sperimentare». Ad esempio quelli dedicati al «cake design». Ai negozianti so-

no state fornite idee e stimoli per trasformare il vecchio esercizio commerciale in un luogo non più statico ma sempre dinamico e pieno di iniziative per invogliare i clienti ad entrare e, dopo, quindi anche a comprare. Ieri Homi ha chiuso i battenti in Fiera, ma ben presto riaprirà le sue porte on line. A partire dal 3 febbraio prende il via «Homi più», vetrina on line che offrirà opportunità di business ancora per più di un mese ai buyer selezionati che si saranno registrati al sito. Per almeno otto settimane raccoglierà gli stand virtuali di oltre 300 aziende e di oltre 13.000 buyer, molti dei quali già presenti sulla vecchia piattaforma «Macef più». Nato da quest'ultima, «Homi+» è già visibile online all'indirizzo [www.homiplus.it](http://www.homiplus.it).

Sono solo i primi passi - anche se ben piazzati - di una fiera che ha già in programma diverse trasferte. Dopo la seconda edizione in Fier Milano a Rho a settembre prossimo (dal 14 al 17) Homi partirà per la Russia dove esporrà per la prima volta insieme al salone del Mobile milanese dal 15 al 18 ottobre. E qui sono attesi circa 50 mila compratori. Dalla Russia nel primo semestre del 2015, anno dell'Expo, Homi sarà lanciato anche in Asia (a Singapore) e negli Stati Uniti. Inoltre accoglierà con eventi speciali gli operatori che giungeranno nella nostra metropoli alternandosi a Tuttofood (Alimentazione) e Host (ospitalità Professionale).

**ALLA FIERA DI RHO-PERO** Aperta fino a mercoledì

# Addio al Macef, apre Homi la casa tra storia e tecnologia

*Dopo cinquant'anni solita folla per il battesimo del nuovo salone  
In mostra lo stile italiano che vuole ancora conquistare il mondo*

**Elena Galardoni**

■ Credete ancora che costruire una casa sia la cosa più bella del mondo? Si è salato, oggi il mattone è salato più che mai, il mercato immobiliare è fermo ma gli italiani, si sa, ne hanno un vero culto e benché oggi si dovrebbero recitare «Casa, amara casa», «Homi», l'esposizione dedicata all'ambiente domestico che ha aperto ieri alla fiera di Rho - Pero per rimanervi fino a mercoledì 22 gennaio, vuole riportarci a dire «Casa, dolce casa». Antichità e tecnologia abbinate in un nuovo connubio di bellezza e funzionalità, interpretate nei colori più rilassanti della natura come il beige, il marrone, il verde, compongono questo evento che è l'evoluzione del «Macef» e che raccoglie 1.488 aziende esposi-

trici da ogni continente, su una superficie di 80 mila metri quadrati.

«Cerchiamo di portare ottimismo. Il bando regionale «Lombardia Concreta» è una misura che offre 100 milioni di finanziamenti con un ribasso del 3% dei tassi grazie all'assistenza del consorzio di garanzia Fidi per le imprese che chiedono soldi alle banche» ha detto l'assessore alle attività Produttive della Regione, Alberto Cavalli. Affinché le aziende continuino a creare idee come «IToch», dei «toch», come si dice nel mantovano, di legno disegnati per ottenere un'amplificazione superiore del 30% dell'iPhone e dell'iPad; sono pezzi di tronco, intagliati dall'orecchio di un esperto liutaio, che non hanno nessun collegamento elettrico ma riescono a diffondere i suoni provenienti dai compagni te-

cnologici a noi più vicini in modo armonioso.

Gli oggetti di design italiano sono suddivisi in dieci «pianeti» diversi, dedicati al «Living Habits», l'«Home Wellness», «Fragrance & Personal Care», «Fashion & Jewels», «Gifts & Events», «Garden & Outdoor», «Kid Style», «Home Textiles», «Hobby & Work». Traducendo alla nostra maniera: a «Homi» c'è tutto, dai dettagli cari all'occhio ai profumi e gli odori, ai suoni e i rumori che trasformano lo spazio nel nostro irrinunciabile nido.

La tavola, questa nostra amica, disdegna il celere pasto del perdente «fast food» per dedicarsi ad uno «slow food», un mangiare solenne, composto di coccole e di sapori cotti dalle donne sui fornelli per fare del cibo una vera e propria scena di convivialità curata da Luca

Trazzi. E poi il giardino, questo nostro respiro, insegna che la dimora di «Homi» non dimentica tutto il corredo che viene dall'interstoria dell'abitare umano questo pianeta foriero di doni. Nel tessile brillano i colori dei tappeti orientali, che aprono al mondo dell'hammam, dei broccati italiani, delle sete stampate a motivi floreali o negli autunnali colori dei boschi. Un satellite è completamente dedicato ai bambini. Giochi, camerette, le prime scrivanie dove i piccoli imparano a colorare, ma lo stile bambino spazia anche in oggetti dedicati agli adulti affinché non dimentichino che la casa è soprattutto gioco, divertimento, scambio di emozioni. E quale senso ci dà più emozione se non l'olfatto? In fiera dei «nasi» esperti guidano i visitatori alla conoscenza delle essenze che non soddisfano solo il senso più antico e complesso dell'uomo.

## LE TENDENZE

**La cucina torna «slow»  
Designer in giardino  
e camerette per i bimbi**

## IL LIUTAIO

**Pezzi di legno intagliati  
per amplificare il suono  
dei nostri iPhone e iPad**



## I numeri

# 1.488

Sono le aziende di tutti i continenti che espongono a Homi, aperto nella fiera di Rho-Però e dedicata alla casa del futuro



# 80mila

È il totale della superficie su cui si estende lo stile di vita made in Italy, a cui «Homi» riserva un'attenzione particolare



## I PADIGLIONI

Porte aperte alla Fiera di Rho-Però per Homi. A sinistra l'assessore Alberto Cavalli



# 10

Gli oggetti sono suddivisi in dieci «mondi» o «satelliti». Dal Living Habits al «Kid Style», dallo stile per bimbi al «Garden»

# 100

Sono i milioni di finanziamenti con tassi agevolati offerti dal bando regionale «Lombardia Concreta» alle imprese