

La cucina si sgretola in “boiserie” e colonne da 4 metri il nuovo lusso secondo Eurocucina 2026

Milano, salone del Mobile 2026. Nei padiglioni 2 e 4, la biennale Eurocucina non si limita più a esporre mobili, ma assorbe completamente il suo alter ego tecnologico, il FTK (Technology For the Kitchen), fondendo ante e chip in un unico flusso espositivo.

Qui, i 106 brand provenienti da 17 paesi raccontano una cucina che, sebbene mantenga il suo ruolo di “centro” gravitazionale della casa – come ribadito da Emanuel Colombini, presidente del gruppo che controlla Febal Casa – in realtà esplosione fisicamente verso l’alto e si dissolve nei muri.

La vera rivoluzione, infatti, è silenziosa e verticale: si chiama ingegnerizzazione degli spa

Cosa significa questo per chi progetta e per chi, semplicemente, vive? I “cucinieri” abbandonano la concezione del blocco unico per proporre composizioni modulari dove persino la maniglia diventa un oggetto di culto personalizzabile.

La tendenza più radicale, osservata negli stand, vede la proliferazione di vere e proprie architetture domestiche: boiserie che sfiorano i 4 metri di altezza, capaci di nascondere una dispensa o un locale lavanderia, e colonne autoportanti che non hanno bisogno di appoggiarsi al muro.

Tutto questo è reso possibile da materiali resistenti ma sorprendentemente leggeri, un paradosso tecnico che libera il progettista dalla gravità dei pesi. Se l’arredo diventa architettura, la tecnologia prende una strada diametralmente opposta: quella dell’invisibilità o, al contrario, della servitù umana. Nel settore degli elettrodomestici, l’intelligenza artificiale e i sistemi smart non sono più un optional, ma il cardine della nuova esperienza sensoriale.

Si guardi al caso di Smeg, che ha portato a Rho il prototipo “Neo”, un robot-maggiordomo destinato a interagire fisicamente con le superfici: lo abbiamo visto aprendo sportelli e caricando stoviglie.

Una presenza fisica, quasi umanoide, che cozza volutamente contro la tendenza di altri marchi, come quelli del colosso Beko, a mimetizzare l'elettronica in finiture opache o "matt".

A proposito di Beko, la sua presenza a Eurocucina 2026 rappresenta un caso di studio industriale piuttosto chiaro di come si affronta un mercato complesso. Con un fatturato consolidato da 10,7 miliardi di euro e 28 centri di ricerca sparsi per il globo, il gruppo ha scelto di non mettere tutte le uova nello stesso paniere.

Nel padiglione firmato da Mario Cucinella Architects – un organismo sinuoso sormontato da un "velario" tessile destinato a essere riciclato come scenografia teatrale nel carcere di Volterra – coesistono quattro anime distinte.

C'è Whirlpool, che gioca la carta del lusso "mass plus"; Hotpoint, che si tiene calda e rassicurante nel cuore del mercato; Bauknecht, solida e germanica; e Beko stessa, posizionata su un rapporto qualità-prezzo aggressivo.

Una copertura quasi totale dei target, che Massimo Pedrazzini, responsabile del design studio Milano del gruppo, sottolinea essere guidata da un forte investimento nel "made in Italy" progettuale, testato e nato a Cassinetta.

