

172 ANNO 30 GIUGNO | LUGLIO 2006

ambiente **cucina**



BIMESTRALE - POSTE ITALIANE SPA - SPED. IN A.P. - D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 N. 46) ART. 1 COMMA 1 - DCB FORLÌ - TAXE PERQUE - TASSA R

eurocucina 2006 100 pagine dedicate alle novità presentate a milano

eurocucina 2006 100 pages devoted to the new products presented at milan

strategie parlano gli imprenditori del mobile e dell'elettrodomestico

strategies what the kitchen furniture and appliance makers have to say

elettrodomestici built in focus su cappe, piani di cottura e forni

rassegna stampa - ghenos srl 4, via Poliziano 20154 Milano

CONVEGNO SABAF

Risparmiare cucinando

In attesa che venga adottata l'etichettatura energetica anche per le apparecchiature per la cottura a gas, per fare il punto sullo stato delle tecnologie per la cottura domestica, Sabaf ha organizzato il convegno internazionale "Energy & carbon saving in cooking", con la partecipazione dei maggiori esperti internazionali coinvolti nelle problematiche del risparmio energetico. Il convegno, molto tecnico, travalicando il semplice aspetto della contrapposizione gas-elettricità per la cottura domestica, ha analizzato a fondo la questione in primo piano nell'agenda delle

istituzioni europee che lavorano alle problematiche energetiche: l'eco-design come fattore discriminante per ottenere maggiori efficienze nell'utilizzo dei dispositivi che consumano energia. In effetti, dopo gli anni del risparmio energetico genericamente inteso e quelli dell'uso razionale dell'energia che puntava alla maggiore efficacia del suo impiego, si è giunti a focalizzare l'attenzione sull'efficienza energetica, cioè sul miglioramento dei rendimenti. Il gas, da questo punto di vista, diventa la fonte energetica primaria con il migliore

rendimento, sia perché vi sono minori dispersioni nel suo impiego, sia perché l'energia elettrica viene prodotta con l'impiego di altri fonti energetiche. In termini di efficienza energetica, per esempio, i piani di cottura elettrici hanno una perdita di energia primaria del 60% contro il 40% dei piani a gas, fermo restando che le nuove tecnologie applicate agli elettrodomestici consentono importanti risparmi, come dimostra il risultato raggiunto con l'espansione delle apparecchiature in classe A, A+ e A++. Le posizioni e lo stato degli studi e delle

sperimentazioni non tendono quindi a privilegiare una fonte energetica o l'altra, ma spingono per adottare la migliore soluzione in funzione delle disponibilità economiche, delle varie forme di energia, dei costumi in materia di cottura dei cibi. Laddove l'elettricità deriva da fonti rinnovabili, come l'idroelettrica, l'elettricità rappresenta la migliore forma di energia per la cottura dei cibi. Ma dove l'elettricità viene prodotta da gas metano o altri combustibili, l'efficienza del gas in quanto fonte primaria appare priva di discussioni. Fabrizio Gomasca



PROMOSEDIA

Dal 2006 solo made in Italy

Il Salone Internazionale della Sedia compie 30 anni e li celebra con una edizione, in programma a Udine dal 9 al 12 settembre, che segna la trasformazione definitiva della manifestazione in contenitore esclusivo del made in Italy. Una rivoluzione concettuale ed espositiva della fiera (che nel 2005 ha registrato 11.250 visitatori) che si tradurrà anche in una serie di importanti iniziative.

PROMOSEDIA
CHANGES AND MUCH MORE
SEDE E MOLTO ANCORA
2006

International
Chair Exhibition
e Salone Internazionale
della Sedia

WHIRLPOOL

Acquisizione Maytag e crescita dell'utile

Lo scorso aprile Whirlpool Corporation ha concluso la transazione di acquisto di Maytag Corporation, operazione che creerà sostanziali vantaggi per i consumatori, i rivenditori e gli azionisti, attraverso lo sviluppo costante di prodotti innovativi, il miglioramento della qualità e del servizio, e una maggior efficienza in termini di costi. Il portafoglio di marchi Maytag, abbinato a quello di Whirlpool, permetterà di raggiungere un più ampio ventaglio di clienti, a vantaggio di entrambe le società. Maytag Corporation è un'azienda produttrice di elettrodomestici e apparecchiature professionali per un valore di 4,9 miliardi di dollari, focalizzata sul Nord America e su mercati internazionali mirati, i cui principali marchi sono Maytag, Hoover, Jenn-Air, Amana, Dixie-Narco e Jade.

Nel primo trimestre del 2006 l'utile netto di Whirlpool Corporation è aumentato del 36% fino a quota di 118 milioni di dollari Usa. Il fatturato è cresciuto del 10% fino a 3,5 miliardi di dollari Usa in quello che rappresenta un primo trimestre da