

PROGETTO CUCINA

N. 9 - SETTEMBRE 2023
www.e-duesse.it

PERSONE · MERCATO
TREND · PRODOTTI

INCHIESTA

EXPORT E CONTRACT
COSÌ L'INDUSTRIA CRESCE

MISTERY SHOPPING

FEBAL CASA

A TU PER TU

LUDOVICA + ROBERTO PALOMBA

DESIGN TREND

TUTTO PER UNA CUCINA BLACK

Cucine al centro del progetto

APPARTAMENTI, RESIDENZE, VILLE. QUALUNQUE SIA LA DESTINAZIONE, LA CUCINA SI TRASFORMA, MUTA E SI REINVENTA PER TROVARE SEMPRE NUOVI LINGUAGGI ESTETICI. TUTTE LE ULTIME TENDENZE DEI NUOVI MOOD DELL'ABITARE CONTEMPORANEO

EXPORT E CONTRACT

così l'industria cresce

TASSI DA RECORD PER LE AZIENDE ITALIANE CHE PUNTANO SEMPRE PIÙ OLTRE CONFINE. **EDI SNAIDERO: "EXPORT IN CRESCITA. IL SETTORE AVANZA RAPIDAMENTE E SUPEREREMO LA GERMANIA. NECESSARIO DIFENDERE KNOW HOW E BRAND".** GLI OBIETTIVI DI **FEBAL CASA, MODULNOVA, STOSA CUCINE E VENETA CUCINE**

di *Serena Del Giudice*

È uno dei segmenti dell'arredo che mette a segno ottime performance anno su anno, con quella che sembra essere una crescita sempre più veloce. Parliamo della cucina che vede, tra i cucinieri italiani, aziende leader sui mercati internazionali capaci di crescere e avanzare tra realtà molto diverse tra loro, conquistando quote di mercato importanti. In che modo? Dispiegando quelle che sono, da sempre, le caratteristiche conosciute in tutto il mondo del made in Italy: design, funzionalità, materiali cui si somma una sempre maggiore attenzione alla sostenibilità, che non si concentra unicamente sull'ambiente ma anche nel sociale. Tema caro da sempre al settore del legno-mobile-arredo italiano, tra i primi a muoversi e agire in ottica green. Il fascino verso i prodotti italiani fa dunque da traino alla crescita del comparto, tanto che la produzione italiana di cucine ha confermato, nel 2022, il livello record di 1,5 milioni di unità. Crescita che si rintraccia nel valore delle esportazioni,

che ha segnato +12% in valore, arrivando a superare il miliardo di euro, e una variazione positiva, anche se più modesta, nel mercato domestico. Con questi numeri l'Italia vanta il 22% della produzione totale di cucine europee, piazzandosi al secondo posto subito dietro alla Germania che resta il primo produttore del vecchio continente con esportazioni per 2,7 miliardi.

Le aziende leader italiane presidiano molto bene, anche direttamente, i mercati esteri. Il primo mercato conquistato è la Francia, contesa da i due Paesi colossi in questo settore, Italia e Germania. Non solo export, dunque, ma una vera internazionalizzazione che è ormai la guida della crescita. Dopo due anni di corsa, e stime per un 2023 che chiuderà ancora con una variazione positiva, qualche accenno di rallentamento si percepisce. Del resto, l'inflazione, che ha raggiunto il massimo rispetto agli ultimi decenni, deprime il mercato locale, nel quale ci si attende un indebolimento della domanda. Ma il fenomeno colpisce anche

altri Paesi dell'area euro, generalizzando dunque la flessione. A questo si sommano i tassi di interesse, in aumento, e la contrazione di mercati come quello tedesco da sempre ai primi posti per l'export tricolore.

Fattori che le aziende considerano, ovviamente, ma che non paiono rovinare l'ottimismo con cui si guarda al futuro prossimo, studiando strategie per aggredire nuovi mercati o diverse nicchie di mercato, ad esempio il contract. Se le scosse che pesano sull'economia globale impattano su una parte della domanda, il settore residenziale, ripartito dopo il biennio condizionato dalla pandemia, presenta ancora nel mondo una fase dinamica su cui puntare.

EXPORT, C'È AMPIO SPAZIO DI CRESCITA

I cucinieri italiani sono conosciuti in tutto il mondo per la loro creatività e ingegno. **Edi Snaidero**, consigliere di **FederLegnoArredo** e presidente di **Efic** (la Federazione europea delle industrie del mobile),

si dimostra fiducioso nella crescita dei cucinieri italiani. *“Il trend è destinato ad aumentare, però è doveroso ricordare che siamo i secondi esportatori dopo la Germania, molto presenti nei Paesi limitrofi come Francia e Svizzera”*, afferma.

La quota di export dei cucinieri è in leggera crescita (+2,3 rispetto all'anno precedente) con una velocità simile a quella registrata nel 2019. *“Come volumi di produzione siamo ancora sopra al 2019, anno comunque molto buono. Il biennio 2020-22 è stato straordinario, grazie alla riscoperta della casa spinta dalla pandemia da Covid, che ha permesso che il nostro ambiente domestico diventasse protagonista di importanti rinnovi e ristrutturazioni. Questo 2023 è un anno di riassetto, comunque poco sentito dal settore delle cucine che vede davanti a sé un ampio spazio di crescita. Sicuramente possiamo osservare un leggero rallentamento causato dall'inflazione, che vede molte aziende costrette ad aumentare il prezzo di vendita”*, sottolinea Snaidero.

La prima meta per l'export nazionale è la Francia, seguita da Stati Uniti, Regno Unito (soprattutto Inghilterra) e Svizzera: *“un dato particolare, quello svizzero”* nota il presidente di Efic, che spiega co-



Edi Snaidero, consigliere di Federlegno e presidente di Efic

me i numeri vengano influenzati dai consumatori elvetici che vengono in Italia per acquistare mobili e prodotti a un prezzo inferiore di quello che potrebbero trovare nel loro mercato domestico.

I due Paesi di sbocco che presentano un calo delle vendite si trovano all'8° e 9° posto nella classifica: la Cina, che registra una flessione del 6%, e la Russia, con una percentuale molto più elevata (-20,6% solamente nei primi mesi del '23) a causa delle misure prese dopo l'invasione dell'Ucraina.

Come è risaputo, FederLegnoArredo attua numerosi piani per affiancare i cucinieri nel loro ingresso sui mercati internazionali. *“Alle esportazioni sono legati numerosi temi dedicati alle certificazioni e alle barriere di ingresso in alcuni mercati. FederLegnoArredo ha un ufficio che si dedica al supporto delle aziende nel caso in cui nel Paese in ingresso siano presenti limitazioni per materiali etc. Non possiamo dimenticare il Salone del Mobile, organizzato da FederLegnoArredo, evento di rilievo mondiale per il settore: sono più di 310 mila i visitatori che ogni anno si presentano a Milano per questa manifestazione, affluenza che sale a 400 mila presenze con EuroCucina. FederLegnoArredo non si dedica solamente all'organizzazione dell'evento”*, ricorda Snaidero, *“ma anche alle attività di accompagnamento delle aziende prima e durante il Salone. Una collaborazione importante è quella tra FederLegnoArredo e Efic, che aiuta e forma le aziende nella protezione intellettuale del loro know how, del design e dei marchi. Siamo un Paese molto creativo, che porta continua innovazione e si concentra costantemente sullo sviluppo ma che non dedica abbastanza attenzione alla difesa dei prodotti e delle idee”* avverte Snaidero.

Febal Casa 65 PUNTI VENDITA ALL'ESTERO ENTRO IL 2025

Un fatturato di oltre 300 milioni di euro e oltre 200 punti vendita: **Febal Casa** conquista il cuore e le case di tutto il mondo.

“Stiamo crescendo costantemente in tutte le aree che abbiamo identificato nel nostro piano strategico di sviluppo” esordisce **Giovanni Battista Vacchi**, Amministratore Delegato di **Colombini Group**, *“il mercato nordamericano è certamente molto interessante per le prospettive che offre e un'espansione in questo mercato ci consentirà di ampliare il nostro raggio d'azione anche in Centro e Sud America. In Medio Oriente siamo molto forti negli Emirati Arabi e stiamo valutando con gran-*

de attenzione l'evoluzione del mercato in Arabia Saudita”.

Nel 2022, l'85% delle vendite sono state realizzate in Italia, mentre la quota di vendite estere si aggira attorno al 15%, percentuale per la quale si prevede un rialzo al 20-25% nei prossimi anni.

L'obiettivo per il 2023? L'inaugurazione di 20 negozi monomarca in Italia e 15 all'estero, tra i quali il primo flagship store di Miami. Si prospettano inoltre aperture di oltre 65 punti vendita esteri entro il 2025. I mercati in cui Febal Casa è fortemente presente sono quello svizzero, quello francese e lo spagnolo. Anche la Cina rappresenta un mercato

in crescita in cui il brand è molto affermato. *“I nostri piani di crescita sono ambiziosi e estremamente sfidanti”*, commenta l'Amministratore delegato, *“perché vogliamo essere pronti per competere in mercati diversi da quello domestico portando i nostri prodotti di grande qualità, le nostre competenze e il nostro stile oltre Oceano”*.

Febal Casa non si concentra unicamente sulla produzione di cucine, che sono comunque il prodotto di maggiore successo del brand: il Gruppo si concentra anche nella proposta di un'offerta Total Home Furnishing, elemento chiave per riuscire ad accompagnare il cliente in ogni ambiente



della sua abitazione. *“Il brand nasce come marchio di cucine, successivamente nel 2009 è stato acquisito dal nostro Gruppo e abbiamo scelto di sviluppare un approccio generale della casa con proposte per i diversi ambienti. Con Febal Casa siamo in grado di arredare ogni spazio della casa dalla cucina, alla zona giorno, alla zona notte, fino ad arrivare alle numerose proposte di camerette per bambini e ragazzi. Febal Casa offre un’ampia trasversalità di soluzioni, forme, colori e materiali dalle caratteristiche diverse ma allo stesso tempo coordinate, per garantire un equilibrio e una coerenza stilistica tra i diversi ambienti dell’abitazione. Questo permette al cliente finale di combinare in estrema libertà tutti gli ambienti della casa. In generale abbiamo grandi stimoli che ci spingono a fare sempre meglio in un contesto globale particolarmente competitivo dove, per riuscire ad anticipare i trend di mercato, è indispensabile pianificare con continuità investimenti in sviluppo prodotti, innovazione tecnologica, strumenti a supporto della rete di vendita e grande attenzione ai clienti, con un approccio sempre più orientato alla sostenibilità”*, aggiunge Vacchi.

Febal Casa raggiunge la sua vasta clientela estera attraverso i suoi negozi monomarca. *“All’estero cre-*

sciamo soprattutto grazie ad accordi con partner che ci supportano nello sviluppo in tutto il mondo. Negli Stati Uniti abbiamo scelto di aprire prima una filiale e poi un flagship store che gestiremo direttamente”.

Colombini Group presenta, inoltre, una cross-brand Division: Colombini Group Contract specializzata nelle progettazioni chiavi in mano per ambiti residenziali e uffici, che solamente nel 2023 raggiungerà i 20 milioni di euro: risultato reso possibile dallo sviluppo di progettazioni in tutto il mondo. Tra i traguardi del Gruppo, i progetti contract nel mercato cinese, nelle città di Canton, Shanghai e Beijing, dove il Gruppo ha fornito oltre 500 cucine. Per il 2023 si prevede la consegna di 1.100 cucine, di cui 400 solo nella città di Canton, per lo sviluppo di New World. *“Come Gruppo Colombini, abbiamo chiuso il 2022 con un fatturato di 300 milioni di euro. In particolare Colombini Group Contract raggiungerà i 20 milioni di euro nel 2023 grazie allo sviluppo di progetti in ambito residenziale, senior living, co-living, student housing non solo Italia, ma anche in Paesi come Cina, Francia, Regno Unito e Stati Uniti”*, conclude Vacchi, *“abbiamo consolidato la partnership nel mercato francese con HomniCity che opera nel campo del senior living e prevede nel 2023 l’apertura di 11 nuove residenze,*



Giovanni Battista Vacchi, Ad di Colombini Group

da 80 appartamenti ciascuna, i cui arredi saranno forniti dalla divisione contract tramite partner locale (RBC). Sul mercato statunitense abbiamo avviato una prestigiosa partnership con Valor Capital che ci ha coinvolto nella fornitura dei walking closet per il prestigioso sviluppo Serena By The Sea a Clearwater in Florida”.



Origina di Febal Casa

Un Mystery Shopper da FEBAL CASA

QUESTA VOLTA IL MISTERY SHOPPER SI È RECATO NELLO STORE MILANESE DELL'AZIENDA SAMMARINESE. IL PUNTO VENDITA SI TROVA IN PIENO CENTRO E, GRAZIE ALLA PROFESSIONALITÀ E DISPONIBILITÀ DELLA CONSULENTE D'ARREDO, IL CLIENTE MISTERIOSO HA PORTATO A CASA UNA PROPOSTA BEN STUDIATA, NON BANALE, ED ECONOMICAMENTE SODDISFACENTE



Telefono al flagship store **Febal Casa**, brand del gruppo **Colombini**, in via Fatebenefratelli, a Milano, verifico la necessità di prendere appuntamento e, fortunatamente, l'attesa è breve: lo fisso per la mattina di due giorni dopo, concordando con la gentilissima addetta di attendere conferma telefonica e anticipare la foto quotata della cucina che intendo sostituire, in modo che, nel frattempo, possano lavorarci e abbozzare una proposta adeguata. Tutto molto professionale, anche se poi il pomeriggio precedente la visita toccherà a me telefonare per avere la conferma.

LA LOCATION

Eccomi dunque in via Fatebenefratelli, che fa parte della cerchia più interna della città. A pochi passi la sede di una delle storiche sartorie della dinastia Caraceni mentre a qualche centinaio di metri da una parte piazza Cavour, via Manzoni e il Quadrilatero della Moda, dall'altra la chiesa di San Marco, il quartiere di Brera.

Siamo quindi in pieno centro, in una posizione facil-

... COSA CI È STATO PROPOSTO

Linea: Modula

Finitura superfici: laminato di colore e finitura a piacere

Aperture: con gola nel cassetto/sportello

Piani di lavoro: grès di colore e finitura a piacere

Elettrodomestici: Indesit, Whirlpool, Hotpoint

Prezzo: 10.500 euro (compresi trasporto e montaggio; escluso il sollevamento al piano)

COSA ABBIAMO CHIESTO...

La cucina: sostituire una cucina che si sviluppa su 4 m (per 2,45 m di altezza) ma la parete è suddivisa in due parti da 2 m ciascuna, sfalsate di 36 cm.

Target: 35/40, maschio

La problematica: uno degli elementi attuali sporge molto ed è a spigolo vivo, che viene richiesto di eliminare. Dato che non si intendono modificare gli impianti, la posizione del lavello deve rimanere la stessa.

Elettrodomestici: è richiesta la sostituzione di tutti gli elettrodomestici a incasso attuali con: un piano cottura a induzione, lavastoviglie, forno, frigorifero combinato, cappa ed eventuale aggiunta del microonde.

Budget: 10 mila euro, inclusi gli elettrodomestici. Viene dichiarato solo se richiesto espressamente.

mente raggiungibile da tutta la città. La location è indubbiamente prestigiosa, come testimoniano molte auto sportive e di lusso parcheggiate nei pressi e lo stesso edificio in cui ha sede lo store Febal distribuito su due lati, con quattro grandi vetrine e un ampio ingresso ad arco.

ENTRIAMO IN NEGOZIO

L'interno del punto vendita è del tutto in linea con l'ambiente circostante: si vede già a prima vista che le composizioni di arredamento per i vari ambienti della casa sono di alto livello e mi viene il dubbio che il tutto sia un po' sovradimensionato rispetto all'esigenza da me prospettata (ma d'altra parte, nel mio storytelling sulla ricerca della cucina giusta per la nuova casa del figlio, questo marchio è una tappa decisa dalla madre, nonché ex-moglie...).

Vale quindi la pena di dire fin da subito che è merito del personale Febal aver fugato questo dubbio, fornendomi una bella proposta, pensata, dettagliata e del tutto in target quanto al prezzo, dedicandomi tutto il tempo necessario a verificare le principali esigenze per trovare insieme le soluzioni più adatte, e consegnandomi nero su bianco un pre-preventivo (per loro una proposta d'ordine).

Al mio ingresso sono accolto molto cordialmente dalla persona con cui ho preso l'appuntamento per telefono, dal figlio di responsabile del punto vendita, che mi lascia nelle mani della collega consulente d'arredo, a mia completa disposizione per le due ore successive, dato che per tutto questo tempo sarò anche l'unico cliente in carne e ossa. Terminato il giro per vedere le cucine esposte, abbastanza rapido perché sono solo tre (nello store il brand propone oltre alla cucina anche altri ambienti) il nostro colloquio sarà interrotto solo da un paio di telefonate risolte brevemente e dall'arrivo di un dirigente dell'azienda che, mi viene spiegato, ha gli uffici milanesi proprio sopra il negozio.

Le cucine esposte non sono in linea con il budget (vedi box), però permettono alla consulente di darmi alcune indicazioni utili per trovare le soluzioni più adatte alle mie esigenze: per esempio il grès per un piano di lavoro a prova di figlio appassionato di cucina e quindi di piccoli e grandi danni da utilizzo, mentre un altro spunto viene da un'interessante cappa a incasso nel piano di lavoro. Sono tutte e tre (due a piano-terra e la terza, più piccola, nel seminterrato in cui è simulato un intero appartamento, completo di porta blindata) belle ed eleganti, di aspetto moderno, con elementi e finiture curate nei dettagli, ma, soprattutto quelle di sopra, una a isola e l'altra a ponte, non adatte a sostituire 4 metri di cucina, suddivisi in due parti uguali sfalsate di 36 centimetri per la profondità, in un locale non molto grande.

Al termine del giro, vengo fatto accomodare a un ampio tavolo a centro negozio, dove si trova già il computer della consulente e in breve tempo compariranno campioni di colore e finitura superficiale di pannelli, sportelli e piano di lavoro, ma soprattutto un monitor grazie al quale, partendo da quanto da lei abbozzato, ragioneremo insieme sul da farsi e faremo le modifiche necessarie per arrivare al pre-progetto su cui basare la proposta d'ordine con il preventivo economico di massima.

LA PROPOSTA

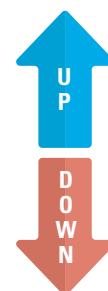
Il mio scetticismo iniziale è subito fugato da una prima proposta decisamente efficace e adeguata nella composizione, considerando il potenziale utilizzatore giovane, ma soprattutto abbordabile nel prezzo e ampiamente a portata del mio budget. Ci dedichiamo alla messa a punto, soprattutto per quanto riguarda gli elementi di raccordo tra le due parti della cucina, in quella attuale molto brutte, squadrate, spigolose e per questo pericolose per gomiti, fianchi e ginocchia: alla fine concordiamo di eliminare sia il mobile di base sia i pensili sovrastanti, sostituendoli con una boiserie corredata di mensole che dà respiro all'ambiente e movimentata la composizione, pur non essendo esclusivamente decorativa. Altro elemento importante è il passaggio dal piano di lavoro in laminato al più resistente grès, consentito, nonostante il costo unitario maggiore, dall'estensione relativamente limitata e dal margine rimasto rispetto al budget di riferimento. Ultimo punto di rilievo affrontato è quello del forno a microonde: il consiglio è di evitare quello da incasso e inserirne uno normale in un apposito scomparto dei mobili, risparmiando qualche centinaio di euro da destinare ad altro.

PASSIONE, NON SOLO PROFESSIONALITÀ

Colgo fin da subito che la consulente è appassionata del suo lavoro e mette nelle proposte molta della sua personalità e dei suoi gusti (anche se a volte scivola su qualche eccesso aneddotico e insiste un po' su alcuni suggerimenti di tipo estetico come, per esempio, sulla finitura del grès a effetto marmo Calacatta). Avendo il tempo necessario a disposizione, un colloquio così esteso e approfondito risulta sia piacevole sia produttivo, fornendomi un pre-progetto ben studiato e fondato insieme a un preventivo di massima affidabile e credibile. Tutto sommato, due ore ben spese!

VALUTAZIONE

- Posizione e locali di standing elevato; cucine esposte di ottimo effetto; consulente d'arredo molto professionale e disponibile (anche in termini di tempo dedicato al cliente); modalità di preparazione della proposta d'ordine/preventivo di massima molto partecipativa grazie all'impostazione professionale della consulente e al supporto del monitor su cui seguire i vari passaggi della progettazione; proposta adeguata alle esigenze e con soluzioni interessanti; attenzione ai tempi di produzione e consegna.
- Focus su una sola linea senza presentazione al cliente di eventuali alternative; limitata attenzione agli elettrodomestici.



Voglio una casa arredata così.



CUCINA. GIORNO. NOTTE.
FEBALCASA.COM

febal
casa