COCINA INTEGRAL

TERCER TRIMESTRE 2017 - Nº. 112 / WWW.COCINAINTEGRAL.NET

ÓRGANO DE DIFUSIÓN DE AMC

TENDENCIAS
OBJETIVO: LLEGAR A LOS USUARIOS FINALES

PRODUCTO
LAS SUPERFICIES DE COCINA, CON BUENAS PERSPECTIVAS DE FUTURO

PRODUCTO
COCINA: LA ILUMINACIÓN MÁS APROPIADA PARA CADA ZONA

Luxe® by ALVIC PATENTED PRODUCT

Panel decorativo en alto brillo, de gran resistencia al rayado y fácil limpieza y durabilidad. Amplia gama de diseños y acabados que lo hacen versátil y aplicable en proyectos de mobiliario y decoración.

TR-MaX collection

Panel de tablero de partículas al que se le aplica laminado de alta presión (HPL) en ambas caras. Con un excelente comportamiento físico-mecánico se puede utilizar en diversas aplicaciones.

Finger-Pull Integrated handle

Puerta con tirador integrado disponible para superficies Luxe, Zenit o Syncron. Su diseño aporta elegancia y ergonomía adaptándose a la tendencia minimalista actual.

Syncron® structured pannel LINE

Selección de modernas estructuras aplicadas sobre diseños de vanguardia de extraordinaria naturalidad y alto nivel decorativo.

el equipo perfecto en tu cocina

LUXE · SYNCRON · ZENIT · FINGER-PULL · VIFORMING · TR-MAX · R3-SUPRA

www.grupoalvic.com

Disponible
APP LUXE BY ALVIC

Google play · Available on the iPhone App Store

Síguenos en:

Láser Technology · 10 años garantía · Producto 100% Alvic

LAS COCINAS son para el verano

Igual que las bicicletas y las vacaciones, muchas cocinas son para el verano. Y es que la paga extra (los que aún la tengan), poder disponer de mayor tiempo en casa para supervisar las obras, y poder disfrutar de la comida fuera de casa sin necesitar tanto los fogones, hacen que muchas familias se planteen y aprovechen precisamente la época estival para reformar sus cocinas.

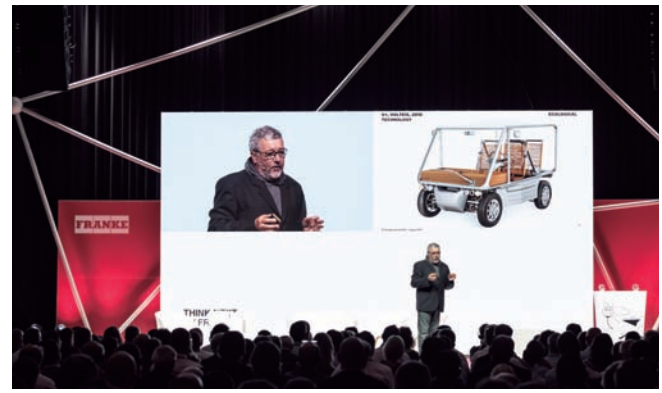
Así lo reconocía este verano el responsable de Novacuin en la prensa generalista, Alejandro Ferrando en declaraciones a "El Periódico del Mediterráneo", refiriéndose al incremento en la demanda de muebles de cocina recibido, tanto por parte de profesionales de la reforma, constructores, arquitectos e interioristas, como de clientes particulares.

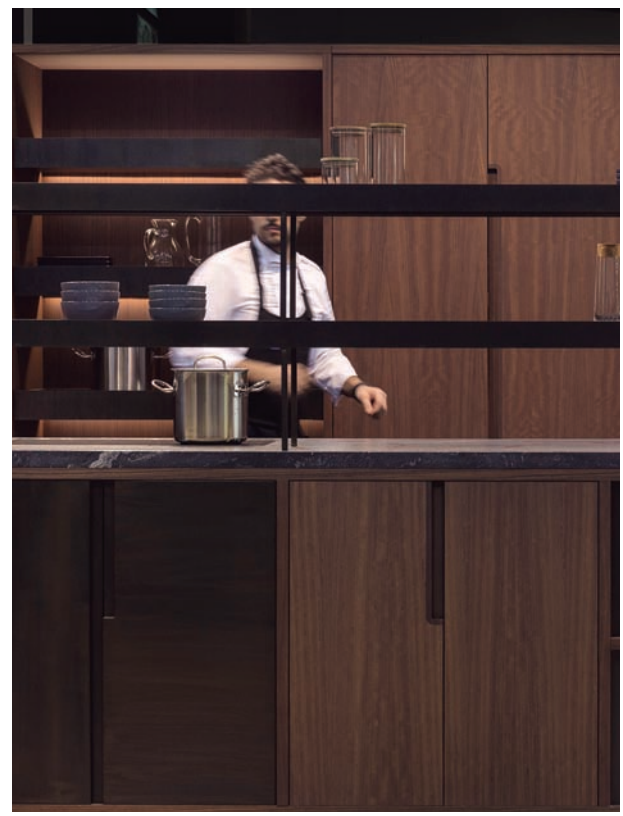
Está claro que las vacaciones, aunque incluyan viajes y salidas fuera, tienen un importante componente de disfrute del propio hogar y todos sabemos el protagonismo que aquí tiene la cocina.

En verano hay más tiempo para nosotros mismos y esto da pie a un mayor número de cavilaciones y reflexiones de todo tipo, también a "malos pensamientos", como el de cambiar la cocina. Y es que ya lo dice el refranero, que "el hombre ocioso es vicioso".

Si tenemos en cuenta que entre las actividades de ocio preferidas por los españoles se incluyen las compras, y que la situación económica ha mejorado con el descenso del desempleo, estamos seguros de que este verano habrán aumentado las ventas en el equipamiento de cocinas.

SUMARIO





SUMARIO

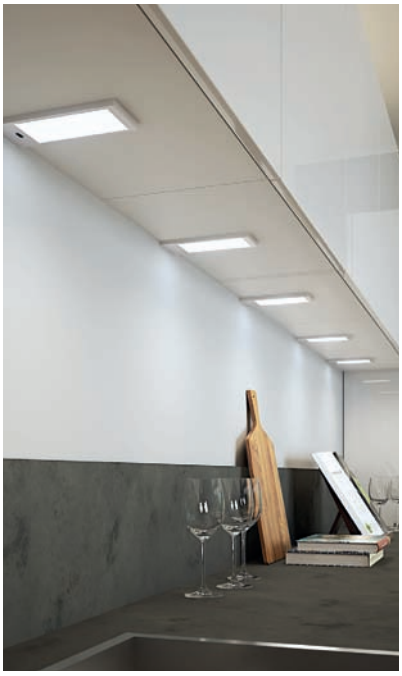
112

EDITORIAL
Las cocinas son para el verano ____ 3

SUMARIO 4-5

TENDENCIAS
Entrevista con DAKE ____ 6
Entrevista con Mobalco ____ 8
Entrevista con Kitchen Draw ____ 12
Entrevista con Antalia Valladolid ____ 16
Gutmann inicia una nueva etapa ____ 20
Más de 500 profesionales, en el primer Think Next By Franke ____ 22
Objetivo: llegar a los usuarios finales ____ 26
Breves ____ 42

AMC
Opinión ____ 46
Breves ____ 48



SICILIA, 93, ÁTICO - 08013 - BARCELONA (ESPAÑA) TEL. 902 887 011 - TEL. (INT.) +34 935 569 500
WWW.COCINAINTEGRAL.NET / COCINAINTEGRAL@ COCINAINTEGRAL.NET

¡SÍGUENOS!
FACEBOOK.COM/COCINAINTEGRAL
TWITTER.COM/COCINAINTEGRAL

DIRECCIÓN EDITORIAL / FINANCIERA
ADMINISTRACION@GLOBALCC.ES

REDACTOR JEFE JAVIER GÓMEZ
JAVIER.GOMEZ@GLOBALCC.ES

REDACCIÓN EVA DURÁN / ANNA UTGÉS
REDACCION@GLOBALCC.ES

DIRECTORA DE PUBLICIDAD LUISA PERALES
L.PERALES@GLOBALCC.ES

DIRECCIÓN DE ARTE / DISEÑO JAVIER LANZAS
DSGN@GLOBALCC.ES

SUSCRIPCIONES
CONTABILIDAD@GLOBALCC.ES

IMPRESIÓN COMGRAFIC, S.A.

D.L.: M-44234 - 1989

AMC ASOCIACIÓN DE MOBILIARIO DE COCINA
ÓRGANO DE DIFUSIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE MOBILIARIO DE COCINA

GENERAL RAMÍREZ DE MADRID, 8 - 28020 - MADRID (ESPAÑA)
TEL. 618 999 747
WWW.AMCOCINA.COM / AMC@AMCOCINA.COM

AMC_ASOCIACION
HTTPS://ES.LINKEDIN.COM/IN/AMC-ASOCIACION-4058A095

GERENTE SEBASTIÁN ACEDO - AMC
PRESIDENTE JUAN LUIS SALVADOR - ANTALIA
VICEPRESIDENTE MIGUEL DE ARGILA - DAKE
CONSEJO ASESOR JULIO FERNÁNDEZ - INFER COCINAS
CARLOS PÉREZ - COBAIN
ANTONIO MORILLA - 2AKÜCHEN
FRANCISCO JAVIER SALAS - DISCALSA
JESÚS CATENA - ACB
SANTIAGO ALFONSO - COSENTINO
FRANCISCO DÁVILA - MOBALCO
JUANA PINO - PEDRO PINO

PRODUCTO

Sonae Arauco añade nuevos acabados a su gama Innovus ____ 50

Las superficies de cocina, con buenas perspectivas de futuro ____ 52

Cocina: la iluminación más apropiada para cada zona ____ 68

FERIAS

Los electrodomésticos de cocción, protagonistas en la IFA 2017 ____ 76

Expo SICAM 2017 vuelve a superarse respecto a sus ediciones anteriores ____ 80

FIMMA-Maderalia se prepara para una edición 2018 de éxito ____ 82

Se espera una edición 2018 récord de Feria del Mueble de Zaragoza ____ 84

Breves ____ 85

Calendario ____ 86

ASOCIADOS ____ 88

ANUNCIANTES ____ 90

DAKE: la logística al servicio del cliente

MARC SABATÉS, OPERATIONS MANAGER DE DAKE, EXPLICA EN ESTA ENTREVISTA QUÉ BENEFICIOS APORTARÁ EL NUEVO GRAN CENTRO LOGÍSTICO RECIENTEMENTE ABIERTO EN MADRID, ASÍ COMO MUCHAS OTRAS INFORMACIONES INTERESANTES SOBRE LOS PRÓXIMOS RETOS DE LA COMPAÑÍA.

Desde mediados del pasado mes de septiembre está 100% operativo el nuevo centro logístico de DAKE, de 4.000 m², en el almacén que la empresa Moldstock Logística tiene en Alcalá de Henares. Marc Sabatés, Operations Manager de DAKE, explica en esta entrevista todos los detalles de esta nueva instalación, así como los planes de la compañía para el futuro.

¿Qué ha motivado la apertura de un segundo centro logístico de DAKE, precisamente ahora?

La voluntad de mejora en el servicio a nuestros clientes de Portugal. Nos hallamos en un momento en que las necesidades del mercado conforman un entorno en continuo cambio en el que hay que estar preparados para anticiparse o adaptarse lo más rápidamente posible.

En este sentido, el pasado año DAKE adquirió la distribución de la marca Blanco para Portugal, motivo por el cual esta decisión viene a reforzar la estrategia plateada desde entonces...

El mejor producto merece el mejor servicio, y por ese motivo se buscaron soluciones que permitieran mejorar y optimizar los plazos de entrega en Portugal. Con la apertura del nuevo centro de distribución en Madrid, ganaremos un mínimo de 24 horas en la entrega de los pedidos a los clientes portugueses, mejorando así el servicio y poniéndolo al nivel del resto de la península. Además, con el cambio de operador logístico, se podrá aplicar un sistema de mejora continua de los procesos, tales como gestión de albaranes, entradas de material, almacenaje o gestión de stocks. Estos cambios beneficiarán a todos los clientes de DAKE pues se podrá ofrecer una capacidad de respuesta mucho más ágil y eficaz.

Marc Sabatés, Operations Manager de DAKE.

Describa el nuevo almacén: superficie, ubicación concreta, capacidades y medios con los que cuenta (trabajadores, transporte...). ¿Qué inversión ha supuesto?

El nuevo centro de distribución de Madrid está ubicado en Alcalá de Henares, en una zona muy bien comunicada por carretera para facilitar el tránsito de mercancías. Cuenta con una superficie de 6.500 m², con un almacén de 4.000 m² y un sistema de gestión en tiempo real SGA que nos permite saber en todo momento el nivel de existencias, el estado de los pedidos de los clientes y el control de las expediciones. Tendremos de forma regular cuatro trabajadores con la posibili-

dad de ampliar la plantilla en momentos puntuales de mayor carga. El transporte de distribución a los clientes lo gestionamos con empresas externas que no tienen relación comercial con el operador logístico, integrando ficheros y etiquetas entre ambos sistemas operativos. En cuanto a la inversión, esperamos poder obtener en los primeros meses de su implementación los resultados esperados, pues en la satisfacción del cliente encontraremos nuestro beneficio.

■ A nivel logístico, además de la nueva sede de Madrid, ¿de qué otras instalaciones dispone DAKE?

La apertura del centro de distribución en Madrid ha conllevado el cambio del operador logístico de Barcelona, de forma que ambos almacenes estarán conectados entre sí, utilizando un único sistema de gestión de datos. Para atender los clientes de la zona este peninsular, Baleares, Andorra y Canarias, DAKE cuenta con otro almacén logístico en Mollet del Vallès (Barcelona), con una parcela de 7.500 m^2 y un almacén de 6.000 m^2. Por otro lado, DAKE dispone de otro almacén logístico en su sede central, desde donde, además de gestionar la logística inversa, se procesan los pedidos especiales del grupo.

■ ¿Qué objetivos se plantean conseguir con las nuevas instalaciones madrileñas en lo tocante a ampliación de cobertura geográfica, reducción de plazos de entrega, eficiencia operativa y otros?

Como ya he comentado anteriormente, la apertura de un nuevo centro en Madrid no sólo beneficiará a los clientes de Portugal, sino que, gracias a su situación estratégica, mejorará el servicio y los plazos de entrega de todos los clientes de las zonas centro, oeste y sur, reduciendo los plazos un mínimo de 24 horas respecto a los actuales. Además, el nuevo sistema de comunicación SGA permitirá una mejora continua de la gestión integral, optimizando las recepciones de material, las salidas y el control del stock, lo que redundará en una respuesta mucho más rápida ante posibles necesidades o urgencias puntuales de nuestros clientes.

■ En qué medida el nuevo almacén obedece a las necesidades de expansión de DAKE? Y, en caso afirmativo, ¿por cuánto tiempo?

Nuestra intención es que el almacén de Madrid sea un almacén de referencia para toda la zona oeste, centro y sur peninsular, y en especial para los clientes de Portugal. Siguiendo esta línea, desde DAKE siempre buscaremos las mejoras necesarias para así sumar el mejor servicio al mejor producto, por lo que su creación es por tiempo ilimitado, pues no responde a una necesidad puntual sino a una firme voluntad de crecimiento a largo plazo. En estos momentos disponemos de dos centros de distribución ubicados en las dos ciudades más importantes de España, Barcelona y Madrid, pero en el futuro no descartamos la apertura de un tercer centro logístico si las necesidades así lo requiriesen.

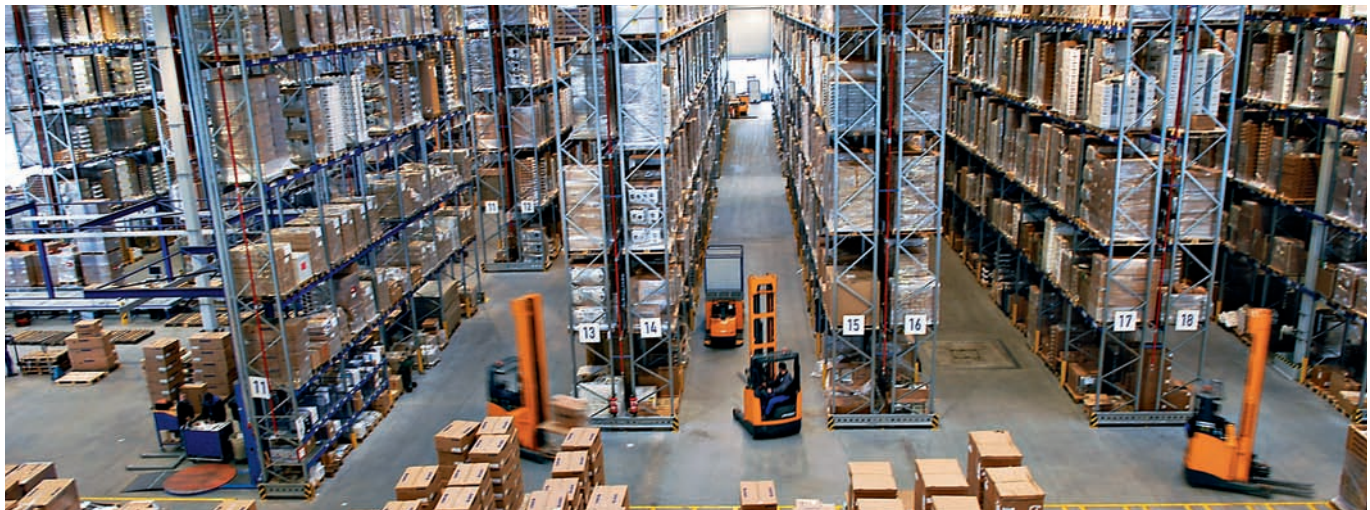
■ ¿Hay margen para la incorporación de nuevas marcas al portfolio de DAKE? Y si es así, ¿qué características habrían de reunir?

La política comercial de DAKE se fundamenta en la búsqueda de la excelencia en la relación B2B. Por ello, la incorporación de nuevas marcas al porfolio está muy condicionada a unos estándares de calidad y servicio muy exigentes, a fin de no retroceder ni un milímetro en el nivel que desde DAKE hemos brindado desde siempre a nuestros clientes.

■ ¿Cuáles son las previsiones de crecimiento para el presente ejercicio 2017?

En este sentido llevamos una muy buena progresión de ventas, que nos ha llevado a un crecimiento sostenido del 55% acumulado en los últimos cinco años. Las previsiones hasta final de año se prevén dentro de la tónica del primer semestre de 2017, con un crecimiento por encima del 15%. Estas cifras vienen a confirmar la precisa combinación de producto, servicio y equipo como eje principal de nuestra relación enfocada por y para el cliente.

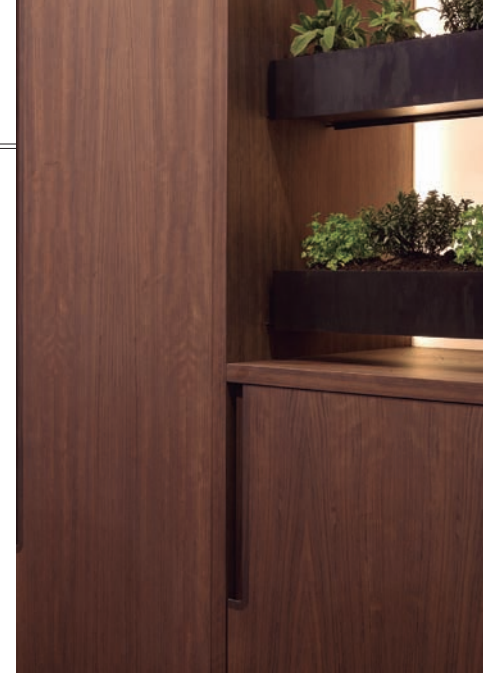
www.dake.es



Nuevo centro logístico en Madrid de DAKE.

"En **MOBALCO** hacemos cocina de autor"

COMO PUSO DE MANIFIESTO EN LA PASADA EDICIÓN DE ESPACIO COCINA-SICI, MOBALCO BUSCA POTENCIAR LA VUELTA A LO NATURAL, QUE INSPIRA UNA ESTÉTICA CERCANA Y AGRADABLE, BASADA EN MATERIALES PRÓXIMOS Y NOBLES, CON UN ESTILO DE VIDA TRADICIONAL Y SALUDABLE.



El fabricante gallego de mueble de cocina, Mobalco, ha logrado diferenciarse en el mercado con una clara y decidida apuesta por la naturaleza en todas sus vertientes, no solamente en lo que se refiere a sus productos, sino también como una parte intrínseca de su propia estrategia empresarial. Nos cuenta más cosas de la empresa su administrador, Francisco Dávila.

¿Cómo podríamos definir su producto en cuanto a posicionamiento de mercado, concepto, materiales y diseño?.

Nuestras prioridades son diseñar productos de gran calidad, con materiales de bajo impacto ambiental, y pensados para facilitar un cambio en nuestro modo de vida, orientándolo hacia una alimentación más sana y natural.

Para ello, trabajamos tanto en los materiales exteriores, descartando aquellos que consideramos incompatibles con nuestra filosofía, como en el equipamiento interior, con opciones específicas y únicas en el mercado.

¿Qué modelos de cocina destacaría? Describa su último lanzamiento.

Un buen ejemplo de lo anterior es nuestra colección Orgánica, diseñada en el año 2004, y, recientemente, la nueva colección Nature, diseñada por Francesc Rifé, fabricada íntegramente con materiales nobles y naturales como la madera, el acero pavonado o la piedra natural (en las imágenes).

TOPS ON TOP
Cindy Crawford on Silestone® Eternal Marquina
SILESTONE
by COSENTINO
On Top
Suede
Siente la nueva textura
Descubre más en silestone.com | Síguenos
UNIVERSO MUJER

Estas colecciones desarrollan la idea de integrar el huerto en la cocina e incorporan nuevos elementos como contenedores específicos para las plantas aromáticas, especias y plantas medicinales.

■ ¿Cuál es la política de expansión de la marca a corto y medio plazo?

Para nosotros el crecimiento es importante pero no es nuestra prioridad.

Nuestra mayor preocupación es no desvirtuar nuestro proyecto, porque estamos convencidos que éste es nuestro mejor activo.

Esto supone que necesitaremos una gran dosis de paciencia y, sobretodo, una gran perseverancia para poder crear una red de distribuidores que entiendan la importancia de ofrecer un producto exclusivo y con algunas características únicas en el mercado.

Debido al segmento al que nos dirigimos, nuestras cocinas requieren una distribución muy exclusiva y hemos de poner mucho cuidado en evitar la masificación de distribuidores.

Somos conscientes de la dificultad de posicionar una empresa española en el segmento alto del mercado, pues tradicionalmente este segmento se asocia a marcas alemanas o italianas y a veces tenemos la impresión de que llegamos siempre tarde ya que cuando surge la oportunidad parece que forzosamente se ha de acudir a fabricantes foráneos, pero estamos convencidos de que es posible hacerlo y pondremos todo nuestro empeño en conseguirlo.

Nuestro objetivo es continuar con la expansión internacional sin desatender la importancia del mercado nacional. Recientemente, hemos abierto nuevos distribuidores en Zumaia y Marbella y, en noviembre, inauguraremos nuestro nuevo showroom en Barcelona.

En el mercado internacional, actualmente, estamos presentes en Reino Unido, Irlanda, Hong Kong, Moscú, México, Francia y Estados Unidos.

■ ¿Qué esperan de 2017?

Este año nos hemos centrado en la reestructuración de todas nuestras colecciones y el desarrollo de nuevos modelos como la colección Nature. En octubre, finalizaremos nuestra nueva página web.

Esperamos cerrar el año con un ligero incremento sobre el año anterior y nuestras previsiones son de un crecimiento importante para el 2018, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

■ ¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación?

Nosotros ya habíamos formado parte de AMC hace algunos años pero no continuamos como asociados, porque no estábamos de acuerdo con el funcionamiento interno de la misma. Actualmente, el motivo de nuestra asociación es porque valoramos el esfuerzo que se está haciendo por parte de la actual directiva y la nueva gerencia. Nuestra impresión es que, realmente, se apuesta por un proyecto común donde todos podemos participar y aportar nuestras ideas.

■ ¿Cómo valoran la pasada edición de Espacio Cocina-SICI?

La valoración de la feria es positiva, en cuanto a que es un buen escaparate para mostrar las novedades del sector, pero, debido a los condicionantes de nuestro producto, necesitamos que se den una seria de factores para la apertura de nuevos distribuidores y es demasiado pronto para poder hacer una valoración mas ajustada.

Creemos que Espacio Cocina SICI ha sido un paso importante, debido a que no se había hecho nada en los últimos años, pero habrá que trabajar mucho de cara a la próxima edición si queremos que la feria se consolide. Ya que si no somos capaces de configurar una oferta suficientemente atractiva, difícilmente la respuesta del público va a ser positiva.

Tambien habrá que plantearse seriamente si la organización conjunta con Cevisama es lo mas adecuado. Nuestra impresión personal es que no se han generado esas sinergias que podrían esperarse. Más bien nos parece que el público de ambos eventos no compartía intereses y se comportaban como compartimentos estancos. También somos conscientes de la inoportunidad de estar haciendo cambios continuamente para que la feria se pueda asentar.

Por otra parte, se están produciendo cambios vertiginosos en la sociedad que hacen que haya que replantearse absolutamente todo el modelo de negocio, así que queda una larga y difícil tarea por delante.

www.mobalco.com

smeg
tecnología con estilo

Portofino

www.smeg.es

"Cada vez son más las tiendas que contratan nuestro servicio de REALIDAD VIRTUAL"

KITCHEN DRAW ES UNO DE LOS SOFTWARES MÁS UTILIZADOS PARA EL DISEÑO DE COCINAS. CON MOTIVO DE SU RECIENTE INCORPORACIÓN A LA AMC, HABLAMOS CON JUAN JOSÉ NICOLÁS, RESPONSABLE DE KITCHEN DRAW ESPAÑA, S.L.

El 18 de marzo de 2004 veía la luz, en la localidad murciana de Monteagudo, la firma de software para el diseño de cocinas, Kitchen Draw España, S.L.. Actualmente, con cinco trabajadores y una facturación anual cercana a los 400.000 euros, la empresa vende sus productos Kitchen Draw, Insitu, OfficeDraw y ShelDraw en España y Portugal.

■ Describa su principal producto para el sector cocina. Indique las ventajas que aporta y explique sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia.

Nuestros productos principales para cocina son KitchenDraw e Insitu. KitchenDraw utiliza, desde que se inició su comercialización en el año 2001, un sistema innovador para trabajar, ya que permite su descarga desde nuestra web con 20 horas de uso gratuitas. Para acceder a soporte técnico y catálogos de fabricantes o genéricos se pueden comprar paquetes de horas, lo que permite que pequeñas tiendas puedan acceder a un software completo sin necesidad de hacer una gran inversión. Insitu es una versión más potente que KitchenDraw y se comercializa por mantenimiento anual (sin límite de horas). Está pensada para tiendas especializadas que quieren conseguir mejores resultados. Insitu incorpora un rénder más potente, creación de panoramas 360º y panoramas 360º para Cardboard. También ofrece la posibilidad de realidad virtual con Oculus Rift y Htc VIVE.

Una característica importante que diferencia nuestro software de los de la competencia es la posibilidad de código abierto: KitchenDraw e InSitu tienen un SDK que permite a nuestros clientes y desarrolladores extender y personalizar el software. Por ejemplo, nuestros clientes utilizan el SDK para interconectar nuestro software con su ERP o sistema de producción, automatizar tareas repetitivas, hacer catálogos inteligentes, facilitar y asegurar el trabajo del usuario, etc.. También nos permite, a nivel de desarrollo, utilizar AppliCats para configurar objetos complejos o a medida, como una estantería, un conjunto de puertas correderas, etc..

■ Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos, ofrecidos por su empresa. ¿Cómo es su servicio de asistencia técnica? ¿Qué garantía tienen sus productos?

Nuestro soporte técnico es gratuito para todos nuestros clientes. Atendemos llamadas y emails solucionando todas las dudas sobre el funcionamiento de nuestras aplicaciones, también ponemos a disposición de todos nuestros clientes vídeos tutoriales explicando por apartados cómo dibujar una cocina de principio a fin. Ofrecemos, de forma gratuita, un tutorial interactivo (Wikinsitu) donde se puede acceder a todo el conocimiento de nuestro software.

deSANZ

En el caso de precisar por parte del cliente una formación más personalizada, ofrecemos formaciones remotas o presenciales que se pueden contratar según sus necesidades.

■ ¿Cuáles han sido sus últimos lanzamientos y qué respuesta están recibiendo por parte del mercado?

Las últimas novedades que incorporamos en nuestra aplicación Insitu 8.0 ha sido la creación de panoramas 360º para Cardboard y la realidad virtual con Oculus Rift y Htc VIVE. Cada vez son más las tiendas que contratan este último servicio, que permite al cliente final ver y pasear por su cocina.

■ ¿Con qué resultados cerraron el ejercicio 2016 y qué previsiones tienen de cara a 2017?

Nuestra facturación en 2016 está en alrededor de 400.000 euros y nuestra previsión de crecimiento para este año en curso es superar esta cifra en un 20%.

■ ¿Cómo les afecta la piratería informática y cómo lo remedian?

La piratería informática en la actualidad no es un tema que nos preocupe en exceso. Nuestros catálogos están protegidos para que no puedan copiarse de un equipo a otro y tienen una cierta caducidad para forzar la descarga desde nuestra web. Al realizar este proceso podemos comprobar si hay alguna incoherencia en el número de horas y se procede de forma automática a bloquear el software si detectamos horas ilegales.

■ ¿Qué opinan de la transformación digital? ¿Qué grado de implantación observan en el sector de la cocina? ¿En qué medida les afecta/ beneficia a ustedes?

Creemos que la transformación digital lleva en marcha varios años ya en el sector del mueble de cocina. Permite a los fabricantes intercambiar información con sus distribuidores de forma fiable y rápida. Los puntos de venta utilizan catálogos informatizados controlados o creados por los fabricantes. Los pedidos son enviados por los distribuidores de forma digital (envío de archivos) a los fabricantes. A través del software que los distribuidores utilizan, los fabricantes imponen métodos de trabajo y estándares de calidad a sus distribuidores. Esto significa que los fabricantes de cocinas están involucrados en la elección del software que será utilizado por sus distribuidores y que nuestros clientes, que una vez fueron únicamente los distribuidores, ahora son también los fabricantes. Indudablemente, si un fabricante selecciona nuestro software para integrar su producto, nuestras posibilidades de trabajo con sus distribuidores son mayores y, por tanto, tenemos más posibilidades de implantación en el mercado.

■ ¿Por qué han decidido darse de alta en AMC?

Es una forma de estar en contacto con fabricantes, distribuidores de productos relacionados con la cocina en general y estudios de cocina. Esto nos aporta una idea global de las necesidades y evolución de cada uno de estos grupos que componen el sector de la cocina. Indudablemente, somos parte de este grupo de empresas y somos uno de los softwares que utilizan los distribuidores de cocinas en España para mostrar el producto al cliente final (rénder, documentos comerciales, imágenes 360º, etc.), al instalador (planos acotados y de instalaciones) y al fabricante (pedidos y envío de archivos digitales). La opinión, tendencias y necesidades de este colectivo es de vital importancia para nuestra empresa.

■ ¿Qué esperan de la AMC y qué creen que pueden aportar a la asociación?

Esperamos una mayor unión de todo el sector de la cocina en general y que los muebles de cocina "Marca España" sean reconocidos a nivel internacional como un referente de calidad y diseño. Por otro lado, la unión o incorporación de otras asociaciones relacionadas con el mueble en general, para potenciar y unir un sector más amplio, lo vemos un proyecto muy positivo y nos puede ayudar a implantar nuestro software en otros sectores del mueble. Creemos que podemos aportar a los asociados información sobre las últimas novedades tecnológicas relacionadas con las presentaciones de espacios virtuales.

www.kitchendraw.es

faro
by Alvic

The new social Kitchen

10
años de garantía

"El estilo de cocina pensado para todos"

www.farobyalvic.com

ANTALIA VALLADOLID:

“el mueble de cocina ha dejado de ser un producto estático”

HABLAMOS CON JESÚS BENITO, GERENTE DE LA TIENDA EXCLUSIVA DE MUEBLES DE COCINA DE LA MARCA ANTALIA EN VALLADOLID.

La tienda Antalia Valladolid se puso en marcha el año 2015 y está ubicada en la calle Acibelas nº 11 de la capital vallisoletana, en pleno centro de la ciudad y a escasos metros de la zona peatonal. Con una facturación anual aproximada de 500.000 euros y tres trabajadores, esta tienda de Antalia también se ha sumado al proyecto de AMC. Hablamos con su gerente, Jesús Benito (en la imagen).

¿Cómo podríamos definir su producto en cuanto a posicionamiento de mercado, concepto, materiales y diseño?

Como distribuidores exclusivos de la marca Antalia, nuestro objetivo es poner al alcance de los consumidores la posibilidad de incorporar a su vivienda cocinas que se integren en su estilo de vida.

La cocina hoy en día es mucho más que un lugar de trabajo. Es un lugar de reunión de la familia, un lugar para conversar y, sin duda, la estancia en la que más horas estamos. Por todo ello, a la hora de diseñar un proyecto intentamos conjugar la parte técnica, ergonomía, materiales, facilidad de uso, durabilidad, etc con el estilo de vida y necesidades de cada cliente.

¿Cuántas referencias ofrece y qué modelos de cocinas son los mejor comercializados?

En Antalia ofrecemos más de 100 referencias de puerta en siete materiales base diferentes que van desde los más tradicionales, como estratificados, lacas o maderas, hasta los más innovadores como los acrílicos o compactos fenólicos. En nuestra oferta los frentes de PET son, sin duda, los que más aceptación tienen, por conjugar a la perfección una estética moderna e innovadora, inalterabilidad con el paso del tiempo, resistencia y además, por su composición con materiales reciclables, garantizar la protección de la biosfera.

NEOLITH®
CUSTOM MADE COLORS

Creatividad, Pasión, Personalización

ENIGMA: El nuevo espacio gastronómico de Albert Adrià diseñado por RCR Arquitectes (Premio Pritzker 2017) y Pau Llimona, en el que NEOLITH recrea un paisaje onírico con un diseño único, aplicado en todos los revestimientos, encimeras y pavimento del restaurante. Descubre todas las posibilidades de diseño y características extraordinarias que ofrece NEOLITH en **www.neolith.com**

¿Qué plazos de entrega y garantías ofrecen?

Nuestros plazos de entrega oscilan entre los 15 y los 30 días laborables, dependiendo del tipo de frente elegido. La garantía de nuestros muebles es de 10 años, somos miembros del instituto de certificación europeo del mueble, FIRA, y disponemos de las certificaciones ISO 9001, FIRA GOLD AWARD y PEFC.

¿Cómo es el perfil del cliente tipo que se acerca a su tienda?

Al ser Antalia una marca que apuesta por la adaptación y personalización de las cocinas, en base a las personas, la tipología de cliente es muy variada, ya que tenemos cocinas para todas las necesidades y presupuestos.

¿Cada cuánto tiempo renuevan la exposición de producto del establecimiento?

Estamos en renovación permanente. Antalia es una marca joven y muy dinámica y nosotros, como representantes de la misma en Valladolid, tenemos la obligación de trasladar este dinamismo a nuestros clientes.

El mueble de cocina ha dejado de ser un producto estático. Decir que se ha convertido en un producto de temporada sería quizás exagerado, pero en Antalia entendemos que el futuro va en esa dirección.

¿Cómo han cerrado el ejercicio 2016 y qué previsiones tienen de cara a 2017?

2016 fue el año de nuestra consolidación y nuestro crecimiento del 223% no es valorable al haber iniciado nuestra actividad en 2015. La previsión para 2017 es alcanzar un crecimiento sobre 2016 del 84%.

¿Por qué han decidido asociarse a AMC y qué esperan de la asociación?

Creemos firmemente que la unión de todos los actores que intervienen en el proceso de fabricación, distribución y venta del mueble de cocina y sus complementos es fundamental para la dinamización del sector y para conseguir ubicar el mueble de cocina en el lugar que le corresponde dentro del hábitat, dada la importancia que en la actualidad tiene en la sociedad el concepto global de "cocina".

¿Qué creen que pueden aportar Ustedes a AMC?

Intentaremos aportar nuestro granito de arena en lo referente a la visión cercana que de las necesidades del usuario final tenemos por nuestra tipología de asociado.

Pensamos que este aspecto es fundamental para desarrollar acciones en la asociación que permitan acercar los intereses de fabricantes y distribuidores a los de los consumidores finales.

www.antaliacocinas.com

NUEVOS HORNOS

WISH

POR FIN UN HORNO QUE HACE REALIDAD TUS DESEOS EN LA COCINA

Porque nuestro mayor deseo es que tú puedas cumplir los tuyos

✔ FÁCILES DE LIMPIAR

DUALCLEAN PYROLYSIS & HYDROCLEAN

DualClean
dos opciones de limpieza a la vez: Pirólisis o HydroClean®

✔ FÁCIL DE USAR

50 REZEPTE

Hasta 50 programas automáticos de cocinado

✔ MÍNIMO CONSUMO

A+

Consume un 20% menos gracias a su clasificación energética A+

www.teka.com

Teka

A REAL HOME

GUTMANN inicia una nueva etapa

LA MARCA GUTMANN, REPRESENTADA EN ESPAÑA POR DAKE, INICIA UNA NUEVA ETAPA TRAS LA RECOMPRA AL GRUPO ELICA POR PARTE DE SU FUNDADOR, MANUEL FERNÁNDEZ. EXPLICAMOS ALGUNOS DATOS DE ESTA NUEVA ANDADURA.

El 12 de septiembre, Albert Viladrosa, Export Manager de la marca Gutmann (en la imagen), visitó por la sede barcelonesa de DAKE, su importador para España y Portugal, para hablar de la reciente operación empresarial que ha supuesto la recompra de Gutmann a Elica por parte de su antiguo propietario y fundador, Manuel Fernández, por un importe de 2,5 millones de euros. A pesar de haber vendido Gutmann al Grupo Elica en 2008, Manuel Fernández seguía ejerciendo como Director General de la marca, lo que ha facilitado su recompra, que responde más a necesidades industriales de Elica que financieras.

Esta nueva etapa de Gutmann pasa por reafirmar su política de continuidad y estabilidad, para seguir siendo un referente en el segmento Premium. La marca se diferencia por ofrecer sistemas de extracción de humos fabricados prácticamente de forma artesanal. Así, su activo principal es la elaboración manual por un equipo humano altamente cualificado. De ahí que sea considerada una marca selectiva. Bajo el eslogan "We are Gutmann", la compañía inicia una campaña a nivel europeo donde se reafirma en la esencia y los valores que han situado a la marca en el lugar preferente donde se encuentra.

Gutmann mantendrá la misma plantilla de 120 trabajadores y tiene previsto trasladarse, antes de finalizar el año, a una nueva fábrica de 11.000 m^2 cercana a Mühlacker (Alemania) donde se encuentra la actual planta, de 6.000 metros cuadrados. La ampliación de las instalaciones tiene como objetivo expandir la marca a otros mercados internacionales. En la actualidad, la marca está presente en 46 países, pero se quiere reforzar en Europa, Escandinavia y Hong Kong, además de abrir nuevos mercados estratégicos como Estados Unidos.

El mercado principal de Gutmann es Alemania, destino del 60% de su fabricación. El 40% restante va a exportación. Los principales mercados internacionales de la marca son Holanda, Inglaterra y España. Nuestro país representa el 20% de la exportación total de Gutmann.

Gutmann, con una facturación cercana a los 25 millones de euros, tiene capacidad para producir unas 23.000 campanas al año, el 90% de las cuales son comercializadas con su marca y el 10% restante va a firmas OEM de segmento alto.

La fuerte alianza de la marca con sus importadores se traduce en una clara apuesta por los mercados locales, a través de la presencia en los showrooms de sus partners para acercar el producto a los clientes. Asimismo, en septiembre, la marca ha participado en la feria Área 30 , celebrada en Lohne (Alemania) con prototipos de campana islas experimentados con nuevos materiales como el hormigón, rebajado en su espesor.

Antes de fin de año Gutmann lanzará un nuevo catálogo 2018 con siete nuevos modelos: de techo, isla y pared, así como el nuevo modelo "Revolution" de aspiración integrada en la encimera. La apuesta importante de la marca es la posibilidad de regular de forma interactiva el tiempo de recirculación de sus campanas.

En la Península Ibérica, Gutmann espera este año un crecimiento del 12%, 8 puntos más que en 2016. Acciones como la feria SICI y el lanzamiento de novedades han propiciado el crecimiento de la marca de la mano de su importador, DAKE.

www.dake.es / www.gutmann-exklusiv.de/es

CADENA ELECCO, garantía de rentabilidad y futuro para sus asociados

CADENA ELECCO ES EL PRIMER GRUPO NACIONAL ESPECIALIZADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS DE GAMA BLANCA EN EL CANAL BUILT-IN.

La estructura de Cadena Elecco es la de un grupo de compra horizontal que incluye una central de negociación, marketing y servicios a nivel nacional, en la que trabajan tres personas, así como plataformas y socios de compra, además de puntos de venta asociados y clientes de mayor. Elecco basa su estrategia en el desarrollo de servicios y herramientas adaptadas a las demandas del canal especialista, tanto de mayoristas como de puntos de venta.

El grupo aporta soluciones integrales para la gestión del negocio de electrodomésticos, ofreciendo diferentes modalidades de compra: Directa a marcas (protocolos Elecco), a Plataforma Logística Nacional, o a ambas. Cadena Elecco se dirige a tiendas y estudios de cocina, a mayoristas y plataformas, a fabricantes de muebles de cocina, a grupo de tiendas especializadas y a profesionales del canal mueblista.

UN PROYECTO SÓLIDO

Cadena Elecco registró unas ventas en 2015 (sin IVA e incluyendo cifra de mueble de cocina de sus socios) de 14,9 millones de euros. En 2016, esta cifra se incrementó hasta los 17 millones de euros y las previsiones de ventas (sin IVA) para 2017 apuntan a los 17,8 millones de euros. Del total de ventas de la cadena en su apartado de electrodomésticos, la Línea Blanca representa el 96%, la Línea Marrón, el 1% ; el PAE, el 1%, y los productos de Climatización, el 2%. Elecco cuenta con un total de 67 tiendas asociadas que suman una superficie total de 10.400 metros cuadrados; además de 9 almacenes asociados con 21.500 metros cuadrados. Los socios de Elecco son ADM Talens, S.L.; Briforma (Cincocina, S.L.); Coblanca Group Doméstico, S.L.; Cuinsol (Soler Ruiz, S.L.); Duplokit, S.L.; Electrodomésticos Tomás, S.L.; Grupo Terracom (Terracota 119, S.L.); Nuor la Llave, S.L.; y Prokit Cocinas Sevilla, S.L.. Su área de influencia abarca las Comunidades Autónomas de Andalucía (Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla), Asturias, Cantabria, Castilla-La Mancha (Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo), Castilla y León (Palencia y Valladolid), Cataluña (Barcelona, Gerona, Lérida y Tarragona), Comunidad Valenciana (Alicante y Valencia), Madrid, Murcia, y País Vasco (Vizcaya).

SERVICIOS

Los principales servicios que Elecco ofrece a sus asociados incluyen excelentes condiciones de compra; el mejor recorrido de rappeles del mercado; ofertas y acciones permanentes con las principales marcas; servicios de marketing y comunicación; Manual de Imagen Corporativa; Manual de procedimientos; folletos corporativos; planes de fidelización; Plv; acuerdos de financiación; logística; portal web corporativo; intranet corporativa; redes sociales; imagen corporativa nacional para el desarrollo de una estructura de asociados; enseñas nacionales 'Elecco Kitchen' y 'Deccokitchen'; plataforma logística nacional; compras centralizadas; publicidad corporativa en medios a nivel profesional y usuario; formación a equipos de ventas; ... En definitiva, un modelo de negocio que garantiza futuro y rentabilidad.

www.cadenaelecco.com

Plataforma Regional Madrid y Castilla - La Mancha, Coblanca Group Doméstico, S.L.

Plataforma Regional Jaén, ADM Talens, S.L.

Oficinas Centrales de Cadena Elecco.

DATOS GENERALES CADENA ELECCO GRUPO COBLANCA, S.A.:

- **ENSEÑAS COMERCIALES: ELECCO KITCHEN Y DECCOKITCHEN**
- **AVENIDA EUROPA S/N. EDIFICIO COBLANCA-ELECCO. 45710 MADRIDEJOS (TOLEDO) - TEL./FAX: 91 678 09 21**
  INFO@CADENAELECCO.COM - WWW.CADENAELECCO.COM - FACEBOOK.COM/CADENAELECCO/ - TWITTER.COM/CADENA_ELECCO

Más de 500 profesionales, en el primer THINK NEXT BY FRANKE

"THINK NEXT BY FRANKE", LA CONFERENCIA MUNDIAL DE LÍDERES DE OPINIÓN ACAECIDA EN LA SEDE CENTRAL DE FRANKE EN AARBURG, SUIZA, EL PASADO 31 DE AGOSTO, ANALIZÓ, DE LA MANO DE RECONOCIDOS EXPERTOS INTERNACIONALES, LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN ALIMENTACIÓN Y DISEÑO.

Franke ha tenido una original e interesante idea con la celebración de su primer evento Think Next by Franke, surgido de la necesidad de la marca de innovar, de estar a la vanguardia y de ofrecer un valor añadido a la sociedad. Con Think Next by Franke, la compañía ha creado una nueva corriente para ofrecer frescura, novedad, autenticidad y entusiasmo a los consumidores. Se trata de una apuesta enmarcada en su estrategia corporativa por generar ideas, networking, facilitar colaboraciones e intercambiar conocimiento, pensando más allá del producto. De esta manera, Franke pretende, también, tratar de cambiar la forma de dirigirse a los líderes de opinión.

Como explicó Alexander Zschokke, director-general de Franke Group, en la rueda de prensa previa al evento, "la digitalización es el gran tema presente en nuestros días. Todo va sobre `big data´, algoritmos, industria 4.0 o inteligencia artificial.... Éstos son grandes temas para nosotros. Sin embargo, nunca olvidamos que en la base de lo que hacemos, hay siempre, y principalmente, emociones".

Inspirándose en la vida diaria de los consumidores, Franke no diseña sus productos simplemente para rellenar espacios vacíos. La compañía crea soluciones que mejoran los espacios y ambientes donde se ubican. Estas soluciones influyen y afectan a la forma en que la gente disfruta de sus experiencias en el hogar y en su espacio de trabajo –de hecho, convierten una casa en un hogar, y un lugar de trabajo en un ambiente inspirador–. "Nuestra marca tiene muchos puntos de conexión con el día a día de las personas, así que tenemos el objetivo de entablar conversaciones e involucrar a gente que nos inspira. Esto lo llevamos a cabo durante la celebración de este evento, donde encontramos ideas, conocimiento y la visión necesaria que nos lleva hacia donde se dirige la sociedad", remarcó Zschokke.

CLAVES DEL EVENTO

Think Next by Franke fue más allá de los propios productos y se centró en la inspiración, las emociones y las experiencias. Casi 500 invitados de una treintena de países, entre ellos España, acudieron al evento. Reconocidos especialistas internacionales, como Claus Meyer, Philippe Starck (en la imagen), Matteo Thun, Marius Robles, Marije Vogelzang o Tyler Brûlé, compartieron sus conocimientos sobre cocina, diseño, hábitos de consumo, arquitectura, sostenibilidad y tecnología. Todos señalaron qué tendencias serán más relevantes los próximos años, qué les inspira más y cómo se les ocurren y generan las grandes ideas. Además de las ponencias, hubo debates abiertos acerca de asuntos controvertidos, insight sessions y talleres de tendencias.

En la conferencia de apertura, el gastrónomo danés Claus Meyer habló sobre la aventura que supuso su negocio personal. Empezando con su establecimiento Noma en Copenhague, nombrado mejor restaurante del mundo en cuatro ocasiones consecutivas. Meyer guió al público en un viaje emocional sobre su manifiesto por la nueva cocina nórdica. Claus Meyer explicó cómo, a raíz de una estancia como au pair con una familia francesa, que le despertó el interés por la gastronomía, se planteó la reinvención de la cocina danesa mediante la vuelta a las tradiciones y la naturaleza, sin la presión del tiempo y

¿Quieres marcar la diferencia?

Sabemos cómo convertir tu tienda de muebles de cocina en un negocio rentable.

- **Condiciones** de compra **inmejorables**, tanto en mueble como electrodomésticos.
- **Marketing y publicidad** en medios convencionales y on-line, tanto a **nivel nacional** como en el punto de venta.
- Programa propio de **diseño 3D**.
- **Logística avanzada**, con cobertura nacional preparada para recortar los plazos de entrega y almacén online 24h.
- Y una **marca propia** de muebles de cocina: **Keuken**, con un desarrollo de marketing propio.

En DECORactiva vas a encontrar el proveedor integral de servicios que tu negocio necesita.

www.decoractiva.com
C/ Serrano 19, 3º izq. 28001 Madrid · 902 333 991 · decoractiva@decoractiva.com
Síguenos en: TIENDASDECORactiva Decoractiva

TIENDAS DECORactiva
LA COCINA QUE QUIERES

apostando por los productos naturales de proximidad. A ello hay que sumar comprometidas acciones de responsabilidad social bajo el paraguas gastronómico, a través de la fundación Melting Pot, sin mirar tanto la rentabilidad como la propia satisfacción, el bien realizado y la ayuda prestada a los que más lo necesitan.

El arquitecto italiano Matteo Thun, la primera persona en colocar árboles reales en habitaciones cerradas, habló sobre la relación entre la arquitectura y la naturaleza con una arquitectura de kilómetro cero, con el menor número de emisiones de CO_2 y con cero residuos. Para él, la arquitectura debería integrarse en la naturaleza y no ser vista y tratada como un objeto extraño.

La diseñadora gastronómica Marjie Vogelzang invitó a los asistentes a una experiencia espectacular y multisensorial, redescubriendo alimentos como las mandarinas, los malvaviscos y el arroz con leche por medio del olfato, el tacto y el gusto.

Marius Robles, director general y cofundador de ReImagine Food, y Stephan Sigrist, director de W.I.R.E., presentaron "La influencia de la tecnología en el futuro de la cocina". Ambos quisieron desvelar que "la revolución" está próxima, y que los dispositivos, aparatos y sistemas inteligentes están dando forma a nuevas formas de cocinar, comer y comprar.

Melchior Lengsfeld, director ejecutivo de Helvetas, y Michael Lammel, diseñador y cofundador de NOA, ilustraron cómo desarrollar nuevos diseños y tecnologías para grifos. Lammel habló de la cada vez mayor concentración de población en grandes ciudades, lo que plantea retos como una mayor producción (y a la vez ahorro/reciclado) de agua, la sostenibilidad, la salud o la seguridad sanitaria. Asimismo se refirió a la digitalización como aliada para controlar la calidad o el consumo de agua, mediante sensores de ahorro o de detección de bacterias, por ejemplo. También mencionó posibilidades de autolimpieza, diferentes modos de uso de la grifería (dados los diferentes tipos de necesidades de cada miembro de una misma familia), con programas de individualización que incluyen temperaturas y caudales prefijados... con sistemas de iluminación.

El "broche de oro" a las ponencias lo puso Philippe Starck, el reconocido diseñador francés, involucró a la audiencia en una presentación que se centró en "El deber de la creatividad". Sus creaciones muestran una sofisticación profunda con conceptos excepcionales, como la desmaterialización y la biomecánica. Starck mostró, con sus productos, ejemplos de diseños creativos desarrollados con diversas finalidades como la de llegar a todo el mundo, como la de ser duraderos, terminando con la mentalidad del "usar y tirar", con calidad y atemporales. El diseñador y arquitecto galo habló también de usar la mínima cantidad de material necesaria, con criterios tecnológicos, una desmaterialización que, llevada al extremo, implica la desaparición del diseño dado que los objetos llegarán a integrarse en el cuerpo gracias a la tecnología biónica.

Philippe Starck dijo que la creatividad está al alcance de cualquiera, que no hay límites para crear y que es una obligación de todos. Preguntado por las dos estancias principales a la hora de diseñar una vivienda, no dudó en señalar la cocina y el dormitorio. La primera porque la considera el germen de la civilización, en tanto en cuanto el hombre comenzó a ser social cuando empezó a reunirse en torno al fuego, y el segundo, por ser, principalmente, donde nos reproducimos.

El día concluyó con un festival gastronómico con puestos de comida de todo el mundo. Los conocidos chefs René Schudel y Bruno Barbieri, así como la autora de libros de cocina Nadia Damaso, presentaron su arte culinario en un entretenido cooking show.

SATISFACCIÓN

Think Next by Franke subrayó el compromiso de Franke de hacer un poco más especial cada día. Como apuntó Zschokke, "este evento es sobre lo que pensamos acerca del futuro de la cocina, la alimentación y la vida (...) es importante para nosotros saber lo que las personas comerán y cómo cocinarán y vivirán en diez años. (...) Queremos crear momentos maravillosos, así que necesitamos empezar con la experiencia de la vida real de nuestros consumidores".

La cita resultó toda una experiencia para los participantes, dado el alto nivel de las intervenciones, tanto por las cuestiones planteadas, como por los ejemplos expuestos, así como por el desarrollo de los temas, que sirvieron a los presentes para reflexionar sobre cómo la innovación, la tecnología, la creatividad, o la sostenibilidad pueden hacer frente a los retos a los que se enfrenta la humanidad.

SHOWROOM

Los asistentes también tuvieron la oportunidad de visitar el nuevo showroom de Franke, de mil metros cuadrados en tres plantas, y diseñado por Carlo Colombo, que muestra productos de las tres marcas del grupo (Franke, Faber y KWC). www.franke.com

Essence
of a surface
Laminam
1620x3240x12mm
— Outdoor
Private Villa
Salento,
Puglia, Italy
Location:
Private Villa, Salento, Puglia
N 40° 42' 8" E 17° 39' 41"
Surface Outdoor Calce / Bianco
1620x3240x12mm
Laminam S.p.A
Via Ghiarola Nuova 258
41042 Fiorano Modenese
Modena / Italy
Showroom: Via Verdi, 5
20121 Milano / Italy
www.laminam.it
Visit us @ Marmomac 2017
September 27 – 30
Verona, Italy
Hall 11 Booth B5 – C5
LAMINAM

Objetivo: llegar a los USUARIOS FINALES

PARA LOS FABRICANTES, LA DISTRIBUCIÓN ES LA PRINCIPAL VÍA DE ACCESO A SU PÚBLICO OBJETIVO, LOS USUARIOS. PERO DENTRO DE ESE GRAN ENTRAMADO QUE SUPONE LA DISTRIBUCIÓN, EL CANAL ESPECIALISTA ES SIEMPRE EL CAMINO MÁS DIRECTO.

Para alguien que fabrica es fundamental tener muy claro quién es el principal consumidor de sus productos, el tipo de público al que se dirige. En el sector de la cocina, al tratarse prácticamente de commodities, el abanico es amplio y diverso, como enorme y variadas son también las vías para llegar a ese público objetivo.

Dejando de lado el fenómeno de las tiendas propias de las que, salvo Apple o algunos casos del sector de la alimentación, por ejemplo, no todos los fabricantes pueden vivir de manera exclusiva, dentro de lo que serían esos intermediarios entre el que produce y sus clientes objetivo encontramos lo que, a grandes rasgos, se conoce como la distribución, que no es otra cosa que las empresas que se dedican a comercializar el mueble y el equipamiento de cocina. En los últimos tiempos, sacudido por los cambios que han propiciado Internet y las nuevas tecnologías, el comercio se ha visto y se ve, frente a una importante tesitura: la de amoldarse a una nueva realidad en la que confluyen nuevos canales de acceso a los productos y las marcas y, de su mano, un nuevo tipo de usuario tecnológico, al que algunos expertos denominan *millenials*.

A pesar de que Internet sigue siendo aún un canal residual para el sector de la cocina, el concepto de omnicanalidad imperante en la

Eggo kitchen.

sociedad actual (que no es otra cosa que tener presencia en el canal físico y en el online, creando sinergias entre ambos) hace que el mundo online se convierta en un enorme aliado para las marcas, ya sean fabricantes, o distribuidoras, grandes corporaciones o pymes, porque si algo tiene Internet es accesibilidad prácticamente universal y cercanía geográfica. De esta manera, el universo online constituye un importante aliado a la hora de despertar interés por un producto y de generar tráfico en las tiendas físicas que es donde realmente "luce" y "entra por el ojo" una cocina.

EL CANAL ESPECIALISTA, PUERTA PRINCIPAL

El componente de adaptación o personalización que suele llevar aparejado el producto (cada cocina es un mundo en función del espacio disponible, las necesidades y los gustos de cada usuario), hace que el servicio, tanto de los fabricantes, pero especialmente de las tiendas, juegue un papel clave en la venta de cocinas.

El asesoramiento y la resolución de dudas y problemas para el usuario, junto a la rapidez de entrega y montaje son atributos hasta ahora casi exclusivos de las tiendas-estudio de cocinas que, por desgracia para ellas, empiezan a ser "copiados" por otros actores como las grandes cadenas, aunque, eso sí, con mayor o menor éxito.

> En los últimos tiempos, sacudido por los cambios que han propiciado Internet y las nuevas tecnologías, el comercio se ha visto, y se ve, frente a una importante tesitura: la de amoldarse a una nueva realidad en la que confluyen nuevos canales de acceso a los productos y las marcas y, también, nuevos usuarios.

Al final, en la distribución del mueble de cocina el precio es siempre secundario y cuando éste se pone en primer lugar, los resultados no suelen ser satisfactorios a la larga ni para el fabricante, ni para la tienda, ni para el comprador, por que las cosas bien hechas cuestan lo que valen.

En las páginas que siguen hemos querido tomar el pulso de la distribución española de mueble de cocina, e incluimos los testimonios de varios de los actores principales del sector especialista.

Eggo kitchen.

Decoractiva.

Ergo Kuchen.

Ergo Kuchen.

DECORACTIVA

Roberto Pérez, Gerente de Grupo Activa.

DECORactiva cerró 2016 con unas ventas de 153,91 millones de euros (sólo gama blanca), el 11,74% más que en 2015. Para 2017 esperan crecer un 6%. Hablamos con el Gerente del Grupo Activa, Roberto Pérez.

¿Podemos hablar de una recuperación sólida postcrisis?

No creo que podamos hablar de una sólida recuperación, sino de un pequeño repunte frente a estos años pasados. Creemos que este canal va a ser uno de los más favorecidos en la recuperación, que será muy lenta.

¿Cómo ha ido la incorporación de nuevos socios/puntos de venta en 2016 y cuáles son las previsiones?

Prácticamente, igual. En 2017 trabajamos para mantener el número de tiendas asociadas y, si podemos, conseguir alguna incorporación más.

¿Contemplan la venta online? ¿qué papel juega Internet en su modelo de negocio.

De momento no, pero consideramos Internet como una herramienta imprescindible para nosotros y el canal especialista. La cantidad de información que la red pone a disposición del cliente potencial, nos obliga a estar presentes en este medio en el momento en que una persona se plantea la posibilidad de cambiar su cocina. Hoy en día, todos buscamos por internet antes de comprar, sea una compra online o en tienda física, y por eso trabajamos mucho nuestra presencia en Internet.

¿Qué acciones de marketing y comunicación realizan para llegar a los clientes finales?

Es fundamental una inversión en publicidad y marketing para colarnos en las primeras posiciones de la mente del consumidor. Por eso realizamos una potente y continua inversión en redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram), que nos permite estrechar vínculos con nuestros clientes potenciales y reales. Asimismo, nuestra web y blog potencian nuestra presencia en los procesos de búsqueda por Internet, comentados anteriormente. A nivel de punto de venta, continuamos realizando promociones para cliente final, en colaboración con proveedores específicos del canal.

¿Qué servicios y garantías les ofrecen para fidelizarlos? ¿Qué porcentaje de clientes reincidentes tienen?

Nuestros clientes cuentan con un servicio de montaje incluido en el precio de la cocina, así como distintas opciones de financiación para pagar la cocina con toda comodidad. En cuanto al porcentaje de clientes reincidentes, ese dato es difícil de determinar, ya que nuestro producto no es de rotación. La media del tiempo estimado para cambiar la cocina supera los 10 años, por lo que es difícil saberlo.

¿Cómo gestionan la logística? ¿Disponen de flota de transporte propia?

Tenemos diferentes soluciones logísticas según las distintas plataformas, si bien en todas enviamos el producto al consumidor final mediante una flota de transporte que, en casi todos los casos, pertenece a las plataformas.

Describa el tipo de cocina más demandado por sus clientes en cuanto a formato, diseño, materiales y precio.

Varía por zonas geográficas pero, en términos generales, hablamos de cocinas con gola, principalmente en color blanco combinado con madera. Las puertas en materiales estratificados de cuatro cantos y herrajes de alta gama. Principalmente se demandan muebles de gran capacidad en los bajos. En encimeras, predominan las sintéticas sobre los estratificados o la piedra natural. Se siguen demandando electrodomésticos integrables para la familia de lavado pero no en frío, donde predomina la libre instalación.

¿Qué opina de la diversificación de producto en el punto de venta especialista? ¿Ve factible la convivencia del mueble de cocina con otros productos como el mueble de hogar, armarios, colchonería...?

Desde el punto de vista comercial, la diversificación puede dar un empujón a la facturación, y estas familias podrían convivir con el mueble de cocina, siempre que vaya acompañada de una formación específica y especialización en cada uno de los productos ofertados.

¿Por qué muchos actores de la distribución kitchen en España siguen el modelo de proveedor de cocinas made in Germany?

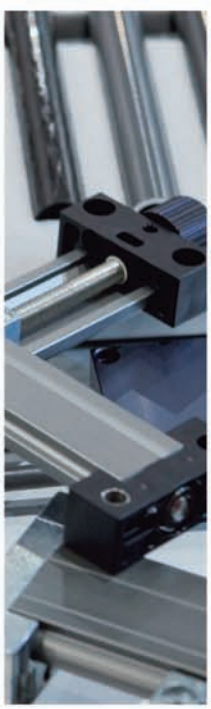
El mueble alemán continúa siendo muy fuerte dentro de la distribución en España, precedido por sus altos estándares de calidad y modernidad. Pero los fabricantes españoles han conseguido posicionarse fuera y dentro de España entre los primeros puestos, habiendo logrado aprovechar las ventajas del mueble Alemán con las peculiaridades de nuestro mercado. Ya sólo falta dar un paso más: saber vendernos e invertir en comunicación.

www.decoractiva.com

SICAM®
2017

SALÓN INTERNACIONAL COMPONENTES, SEMIACABADOS Y ACCESORIOS PARA LA INDUSTRIA DEL MUEBLE

10-13 de Octubre de 2017



FERIA DE PORDENONE

Exposicam srl
Via G. Carducci, 12
20123 Milan • (Italy)
Tel: +39 02 86995712
Fax: +39 02 72095158
info@exposicam.it

www.exposicam.it

CADENA ELECCO

José Luis Rodríguez (J.L.R.) Director General, y Jesús Escalona, (J.E.) Responsable de Marketing, nos cuentan lo último sobre Cadena Elecco, grupo nacional de compras de electrodomésticos especializado en el canal mueblista.

Resultados de 2016 y previsiones para 2017 ¿Hemos dejado la crisis atrás? (J.L.R.) La cifra conjunta de ventas 2016, con mueble de cocina, fue de 17 millones de euros. En 2017 esperamos llegar a los 17,8 millones de euros. Los signos macroeconómicos positivos aún no se reflejan al 100% en la económica doméstica, aunque la salida de la crisis está siendo mas palpable en otros sectores, como la restauración y el ocio. En nuestro sector, ahora toca plantear estrategias de crecimientos más sólidos y menos rápidos que en los ejercicios anteriores a la crisis.

¿Cómo fue la incorporación de nuevos socios/puntos de venta en 2016 y cuáles son las previsiones en este sentido? (J.L.R.) Hemos tenido varias incorporaciones en 2016, tanto de puntos de venta como de almacenes mayoristas, especialmente en el primer tramo del año, fruto de nuestra participación en Espacio Cocina, y tras nuestro reingreso en Segesa a través de Cenor. 2016 fue un ejercicio de transición y adaptación al nuevo escenario, además del año del lanzamiento de nuestro proyecto integral para puntos de venta "Deccokitchen", con mueble propio alemán y español. Nuestras previsiones en general son muy optimistas.

¿Cómo ven la venta online? La venta on line ha llegado para quedarse y no todos lo tenemos asumido. En el sector de la gama blanca va teniendo cada vez más peso. Aún no estamos en los niveles de otros países pero, sin duda, la venta online es referente de precio y además se está consolidando con la garantía de las tiendas físicas. En el mueble de cocina es más difícil que la venta online triunfe, por el grado de especialización que requiere y las grandes barreras de entrada que existen.

¿Cómo llegan a los clientes? (J.L.R.) Cadena Elecco se distingue por el marketing realizado y disponible para sus asociados: material PLV, folletos de buzoneo, merchadising, otros servicios como el programa de diseño online vinculado con la base de datos de marcas de muebles para presupuestos automáticos, etc... Estas herramientas ayudan tanto a nuestras plataformas mayoristas para captar puntos de ventas, como a nuestros puntos de venta.

¿Y para fidelizarlos? (J.E.) Nuestras tiendas asociadas ofrecen al consumidor herramientas y servicios como diseño y calidad en los productos a precios ajustados, calidad en la atención, asesoramiento profesional, alto grado de especialización en la medición, diseño y montaje de las cocinas, servicio post-venta, seguridad, confianza y cercanía. Todo ello, unido a ofertas y promociones, múltiples posibilidades de financiación, logística flexible, etc., En definitiva, un servicio integral que cubre todas las expectativas.

José Luis Rodríguez, Dir. General de Cadena Elecco Grupo Coblanca, S.A.

Jesús Escalona, Dir. Com. y MKT de Cadena Elecco Grupo Coblanca, S.A.

¿Cómo gestionan la logística? (J.L.R.) Ofrecemos diversas soluciones para la entrega del producto desde nuestras plataformas al punto de venta. Por ejemplo, Coblanca, empresa matriz del grupo, emplea un modelo mixto de entrega con transporte propio y agencias. Desde Elecco disponemos de protocolos con empresas nacionales de logística, con condiciones muy ventajosas para nuestros asociados.

¿Qué tipo de cocina es más vendido en cuanto a formato, diseño, materiales y precio? (J.E.) Los muebles laminados y polilaminados, dado que, además de un precio competitivo, son muy fáciles de limpiar y no necesitan una inversión de mucho tiempo en su mantenimiento. Son resistentes y su color permanece inalterable con el paso del tiempo.

¿Qué opina de la diversificación de producto en el punto de venta especialista? (J.E.) El futuro pasa por diversificar y explorar nuevas vías de negocio. Aprovechar la fortaleza de nuestra distribución en cuanto a encastre y gama blanca para mejorar nuestro posicionamiento en otras familias de producto. Deberíamos incorporar nuevas líneas de negocio que aumenten el tráfico de gente en el punto de venta y nos ayuden a sostener y potenciar las fortalezas de nuestro canal, como son la cercanía, la atención personalizada, el servicio postventa, etc..

¿Cómo ven el modelo de distribución kitchen basado en proveedores de cocinas alemanes? Nuestro modelo abarca tanto el mueble nacional como el made in Germany. En 2017, hemos renovado el proyecto integral Deccokitchen para tiendas y estudios especialistas, con dos nuevas gamas de mueble de cocina con marca propia: "SK, Spanish Kitchen", mueble de cocina fabricado en España por Pino Cocinas; y "GK, German Kitchen", mueble de cocina fabricado en Alemania por Nobilia. Ambas conforman la oferta de mueble Deccokitchen para cubrir las demandas de un amplio segmento de consumidores.

www.cadenaelecco.com

PLASMA MADE®

Absolute Science

Elimina el 95,85% de los olores, alérgenos y sustancias contaminantes.

5 AÑOS GARANTÍA

15 AÑOS VIDA ÚTIL*

Libertad de planificación

Ahorro energético

Autolimpiable

Reducción 25% de ruido

El nuevo estándar de recirculación de aire se llama PlasmaMade®: un filtro patentado que elimina olores desagradables, humo, grasa, polen, virus, bacterias y alérgenos en el hogar sin pérdida de energía.

www.plasmamade.es

Distribuidor ofician en España: FRECAN

www.frecan.es

* Vida útil de Plasma Made® calculada en base a un uso medio de 2 horas diarias.

ERGO KUCHEN

Responde Antonio Javier Abad, responsable de Ergo Kuchen.

Cifra de ventas de 2016 y previsiones 2017¿Podemos hablar de una recuperación sólida postcrisis? Nuestros centros han tenido un volumen de ventas en 2016 de unos 3.200.000 euros. En el primer semestre de 2017, hemos crecido un 32,5% y la previsión para el conjunto de 2017 es estar en torno a 4.250.000 euros. No sólo podemos hablar de una recuperación económica, es muy importante el trabajo de las tiendas que han apostado por reciclarse y adaptarse a las nuevas formas de venta en las cocinas.

¿Cómo encajan en un supuesto periodo de recuperación los casos de Fagor-CNA, Xey y The Singular Kitchen (TSK)? ¿Qué cree, a su juicio que ha fallado? Posiblemente no han sabido comunicar los cambios que había que hacer en las tiendas, puede que no tuviesen productos alternativos anti-crisis o, simplemente, la propia estructura de cada una de ellas no era factible.

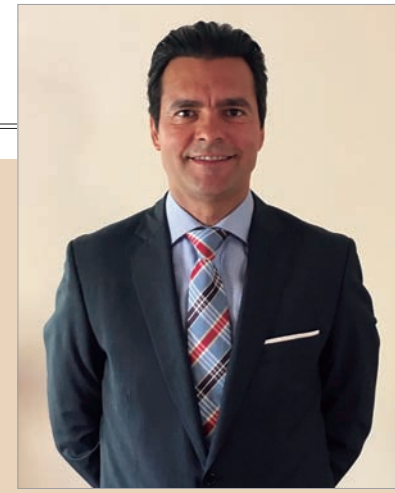
¿Cómo ha ido la incorporación de nuevos socios/puntos de venta en 2016 y cuáles son las previsiones? Estamos muy contentos por la incorporación de nuevos asociados al grupo ergo en 2016, y en el año 2017 se han unido 6 nuevos centros en España. Para 2018 queremos implantarnos en Portugal. El objetivo de grupo ergo son 100 asociados ergo en España y Portugal para 2020.

¿Contemplan la venta online? ¿qué papel juega Internet en su modelo de negocio. Por ahora no se ha contemplado, pero para 2018 queremos hacer un estudio y ver las posibilidades.

¿Qué acciones de marketing y comunicación realizan para llegar a los clientes finales? Anualmente, lanzamos cerca de un millón de folletos para buzoneo que llegan a muchos hogares. Estamos presentes en revistas muy conocidas del sector de la cocina a nivel nacional y también en los Newsletters de Cocina Integral.

¿Qué servicios y garantías les ofrecen para fidelizarlos? ¿Qué porcentaje de clientes reincidentes tienen? Desde cada centro ergo, se le ofrece al cliente el mejor servicio de venta y postventa, desde la atención hasta el montaje, dando garantía de 5 años en nuestros productos y trabajos. Se dan muchos casos de antiguos clientes, que compran una nueva cocina ergo por el buen trato en su antigua compra y por la relación calidad precio.

¿Cómo gestionan la logística? ¿Disponen de flota de transporte propia? Lo tenemos todo muy controlado a través del sistema de entrega "Lieferavisierung" totalmente automático. Desde que se pasa un pedido a fábrica, automáticamente el sistema otorga una semana de entrega y a través de nuestra extranet cada cliente puede controlar el estado de su pedido: en fabricación, en carga, en transporte o entregado. Este sistema funciona las 24 horas, los 7 días de la semana.


Antonio Javier Abad, responsable de Ergo Kuchen.

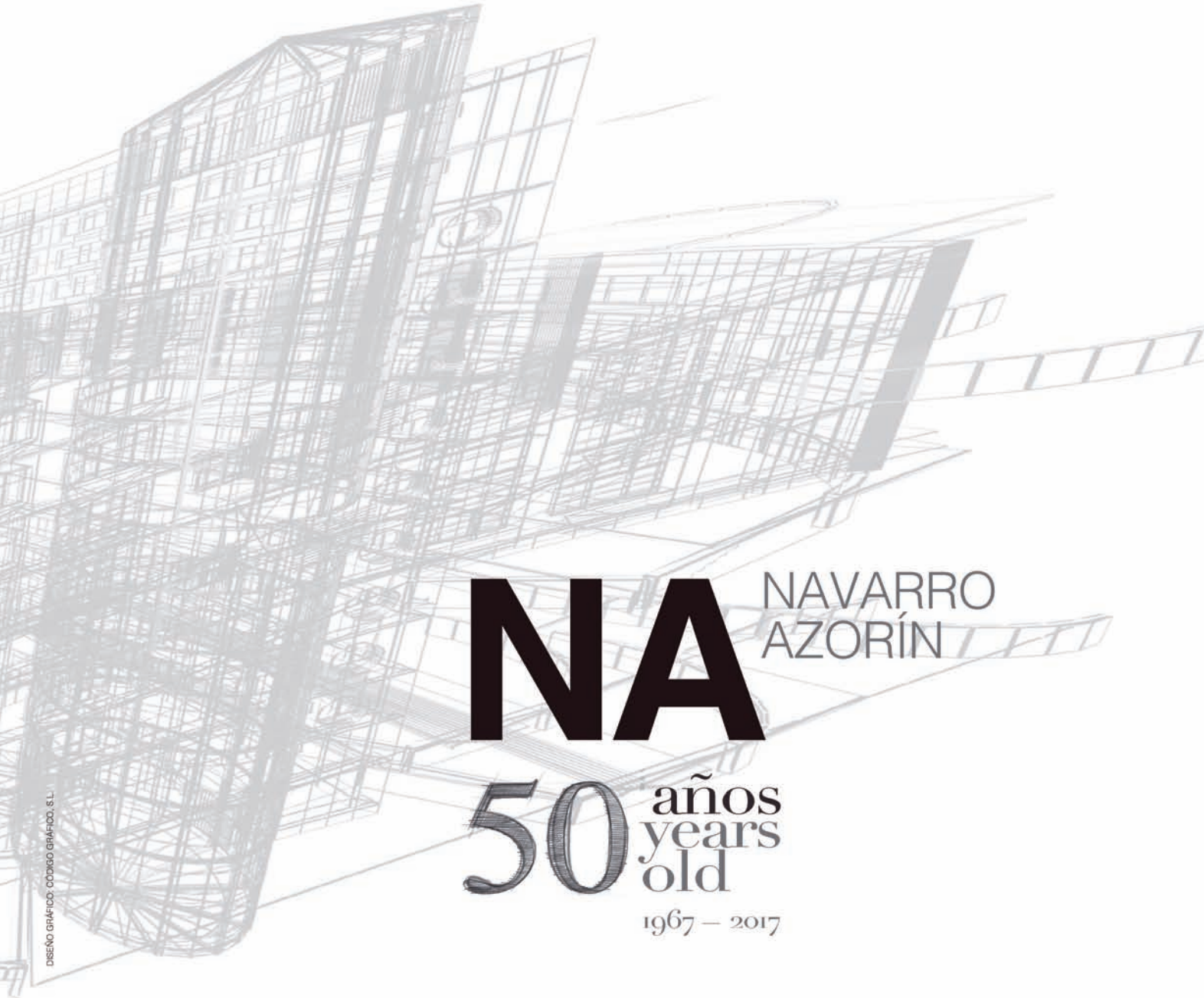
Describa el tipo de cocina más demandado por sus clientes en cuanto a formato, diseño, materiales y precio. El tipo de formato es tan relativo como las medidas de cada cocina. Una cocina media de 11,5 m², la opción normal es forma en "L" ; y a partir de 15 m² las tiendas optan por diseños más atrevidos como penínsulas o islas. El material, con un crecimiento de más del 30% en los últimos dos años, han sido los frentes lacados. Además, más de un 80% de nuestras cocinas van equipadas con nuestras encimeras de 38 mm de DUROPAL, laminado de alta presión, con una resistencia altísima al rallado y resistencia hasta 160 grados.

El precio de venta media en los centros ergo en 2016 fue de 5.950€, con encimeras y electrodomesticos. En 2017, está creciendo el promedio de la cocina un 13%. Los clientes finales están apostando por la calidad tanto en muebles como electrodomésticos.

¿Qué opina de la diversificación de producto en el punto de venta especialista?La especialización siempre ha estado bien vista por muchos clientes, pero está cambiando la percepción a nivel de tienda, viendo en la cocina una vía de captación de clientes muy importante. La convivencia con otros productos es, a mi parecer, simplemente saber integrarlo y hacer ambientes agradables y lo más reales posibles.

¿Por qué muchos actores de la distribución kitchen en España siguen el modelo de proveedor de cocinas made in Germany? En el caso de ergo se ha apostado por un solo proveedor de muebles, encimeras y electrodomesticos, siguiendo nuestro eslogan de "una cocina, una solución" es decir, con un solo proveedor tenemos todo, un pedido una cocina completa. Desde 2009 seguimos esa filosofía y en este caso sólo lo hemos podido conseguir con un proveedor alemán. No veo ventajas o inconvenientes. El producto español está muy bien visto a nivel europeo, simplemente nuestra apuesta fue por otro diseño, tipo nórdico. Tener un solo proveedor supone un ahorro de tiempo precioso para la tienda.

ergokuchen.com



ARTE, DISEÑO Y MATERIA

www.na-spain.com · info@na-spain.com

MASTER KITCHEN

Contesta Miguel Ángel Díaz, Delegado Comercial de HEPECASA.

Cifra de ventas de 2016 y previsiones 2017¿Podemos hablar de una recuperación sólida postcrisis? En 2016 tuvimos un crecimiento moderado en mueble de cocina. Para 2017, estimamos crecer un 5%. Sobre la recuperación, creemos que las ventas se apoyan principalmente en el crecimiento de la venta de inmuebles. En cuanto a la venta a particular, el crecimiento está muy ralentizado aunque con unas buenas perspectivas para finales de 2017 y comienzo de 2018, que es donde creemos que se empezará a notar la recuperación.

¿Cómo encajan en un supuesto periodo de recuperación los casos de Fagor-CNA, Xey y The Singular Kitchen (TSK)? ¿Qué cree, a su juicio que ha fallado? Basándome en lo expuesto anteriormente, y teniendo en cuenta que la recuperación es muy ralentizada, estos casos concretos son muy significativos. El caso de TSK es más complicado de explicar: se trata de un sistema de gestión centralizado de franquiciados, un modelo de negocio al alza.La única explicación es que se hayan producido situaciones internas que hayan llevado a esta situación.

¿Cómo ha ido la incorporación de nuevos socios/puntos de venta en 2016 y cuáles son las previsiones? 2016 ha sido muy positivo para Master Cadena y Master Kitchen, con numerosas incorporaciones, especialmente en País Vasco, Andalucía y Extremadura. Las previsiones a medio plazo son crecer en localidades concretas ya estudiadas y continuar fidelizando a los socios.

¿Contemplan la venta online? ¿qué papel juega Internet en su modelo de negocio. Actualmente Internet es un arma importantísima y necesaria en cualquier vía de negocio. En el sector del mueble de cocina es algo más delicado, pues se trata de una venta muy especializada, profesionalizada y personalizada. La venta online en el mueble de cocina tiene una complejidad alta por su proceso de venta en sí, la necesidad de un profesional que personalice el producto al espacio y gustos del cliente. Por ello desde Master Kitchen la web sirve de apoyo al punto de venta. Es imprescindible contar con un escaparate online accesible y actualizado que refleje la profesionalidad y el trabajo de la compañía.

¿Qué acciones de marketing y comunicación realizan para llegar a los clientes finales? Primero, es primordial dar un servicio excelente a los consumidores, principio de las tiendas Master. Nuestros socios son auténticos expertos en producto. Una vez trabajada la base, realizamos acciones de marketing para llevar consumidores a las tiendas, como catálogos, promociones, vinilos y otros materiales.

Miguel Ángel Díaz, Delegado Comercial de HEPECASA.

Sin olvidar la importancia del escaparate online mencionado.

¿Qué servicios y garantías les ofrecen para fidelizarlos? ¿Qué porcentaje de clientes reincidentes tienen? Es bien cierto que "un cliente satisfecho es la mejor publicidad", por eso incidimos en prestar una especial atención a la postventa. Un buen montaje e instalación conlleva la satisfacción y la garantía de conservación del cliente. Tenemos un gran porcentaje de clientes reincidentes porque en su día tuvieron una buena experiencia, además son muchos los clientes que llegan a nuestras tiendas o nos escriben por la web, pidiéndonos asesoramiento, recomendados por familiares o amigos. Sabemos que el plus es contar con tiendas especializadas que ofertan todos los servicios que el cliente necesita, adecuando la oferta a sus necesidades.

¿Cómo gestionan la logística? Cada punto de venta administra su propio sistema, aunque hoy en día la mayoría de fabricantes de muebles facilitan las entregas en el domicilio del cliente final. Existen casos puntuales en los que el punto de venta opta por desarrollar toda la logística para evitar posibles incidencias y controlar los tiempos de entrega y montaje.

Describa el tipo de cocina más demandado por sus clientes. Actualmente trabajamos mucho los laminados de alta presión, tanto en brillo como en mate ya que los acabados son prácticamente perfectos, también las planificaciones en gola, aportado sensación de amplitud y minimalismo a la cocina.

¿Qué opina de la diversificación de producto en el punto de venta especialista? Que es importante, siempre dentro de unos límites. La venta del mueble de cocina es muy especializada, debe ir de la mano de un profesional experto en producto. Pueden interesar los productos que fomenten la venta cruzada.

¿Por qué muchos actores de la distribución kitchen en España siguen el modelo de proveedor de cocinas made in Germany? El mueble made in Germany ofrece al consumidor fiabilidad, garantía y una buena relación calidad-precio. Por otro lado, los proveedores de muebles de cocina españoles son más accesibles, más rápidos en sus suministros y familiares, gracias al trato directo con el personal.

www.masterkitchen.es

SOLO LO ESENCIAL

Pacta

Bisagra para puertas abatibles compacta e innovadora.
Pacta permite un movimiento de abertura amortiguado y una bajada suave y progresiva.
Sus formas lineales y esenciales y su diseño revolucionario la hacen perfectamente adaptable en cada ambiente.

saliceespana.es

SALICE

ÈGGO KITCHEN

Respuestas ofrecidas por Alberto Terán, Director Comercial y socio fundador de la enseña.

Cifra de ventas de 2016 y previsiones 2017¿Podemos hablar de una recuperación sólida postcrisis? En 2016 nuestra facturación superó los 2 millones de euros (antes de impuestos). Para este año rebasaremos los 7 millones. Ello se debe a la apertura de tres nuevas grandes tiendas. Somos optimistas y tenemos sobrados motivos para asegurar que el sector ha superado la crisis, al menos para los nuevos formatos como el nuestro o para aquellos formatos más tradicionales que verdaderamente apuesten por el consumidor y se renueven. Por el contrario, para aquellos que no se renueven, la crisis no terminará nunca.

¿Cómo encajan en un supuesto periodo de recuperación los casos de Fagor-CNA, Xey y The Singular Kitchen (TSK)? ¿Qué cree, a su juicio que ha fallado? La entrada en concurso de cualquier gran operador de un sector no es nunca una buena noticia y esperamos sinceramente que todos logren salvar la situación. Más que a una mala gestión, lo más probable es que su tamaño, estructura y, por qué no, su "histórico" no les haya permitido reaccionar a tiempo y adaptar su modelo de negocio a los nuevos consumidores. Para caminar seguro hay que mirar hacia los lados y no solo hacia adelante, hay que saber lo que sucede alrededor: competencia, mercado, entorno y sobre todo con los clientes. Es muy complicado afrontar con éxito la relación con el cliente del siglo XXI con modelos, estructuras y estrategias pensadas para el siglo XX.

¿Cómo ha ido la incorporación de nuevos socios/puntos de venta en 2016 y cuáles son las previsiones? En 2016 iniciamos el desarrollo de la enseña a través de la franquicia. Antes de la expansión hemos estado tres años preparando, ajustando y probando el modelo èggo en nuestra tienda piloto de La Gavia en Madrid. El resultado son ya tres nuevas tiendas operando a pleno rendimiento y podemos adelantar que, en los próximos meses, habrá más, especialmente, en 2018.

¿Contemplan la venta online? ¿qué papel juega Internet en su modelo de negocio. De momento no contemplamos Internet como un canal de venta. Es un canal de información para presentar nuestras ventajas. Hoy, Internet es un canal generador de tráfico a las tiendas. Sin embargo, ya estamos pensando en el futuro, y sabemos que el cliente nos dirigirá a Internet. Ya estamos desarrollando herramientas que nos permitirán hacerlo sin perder nuestra esencia, una esencia que viene marcada por el trabajo en la planificación de la cocina "con el cliente y en base a sus gustos, necesidades y presupuestos".

¿Qué acciones de marketing y comunicación realizan para llegar a los clientes finales? El primer paso es hacer las cosas bien. Con clientes satisfechos la cartera de recomendados está asegurada. El segundo paso es mantener el contacto con el cliente y reforzar esta comunicación para recordarle lo que está pasando con "la cocina de su vida". Por último, tener presente la evolución de los productos de su cocina y su entorno, fase en la que estamos centrando ahora nuestra actividad. De momento, en la tienda piloto el número de clientes que vienen recomendados por otros supera el 20%.

¿Cómo gestionan la logística? La central, la máster franquicia, ofrece una solución a las necesidades de logística de las tiendas a través de una empresa especializada, probada. No fue sencillo, pero hoy contamos con un proveedor que nos presta este servicio a nivel nacional, un servicio que ofrecemos y trasladamos, sin intermediación ni coste extra, a las tiendas èggo.

Describa el tipo de cocina más demandado por sus clientes. El color blanco lidera con diferencia las preferencias de los compradores con el 80% (en cualquiera de sus derivados: beige, blanco roto, magnolia, con acabados en mate o brillo). Entre los materiales, ganan los laminados, en especial las propuestas de estratificado y melaminas, siendo muy apreciados los acabados en imitación madera. Pero las lacas están subiendo posiciones, superando en nuestro caso ya el 20% de las ventas.

¿Qué opina de la diversificación de producto en el punto de venta especialista? El consumidor parece que va por otro lado. Lo que realmente busca y valora son marcas o distribuidores a los que les puede otorgar la etiqueta de especialista.

¿Por qué muchos actores de la distribución kitchen en España siguen el modelo de proveedor de cocinas made in Germany? En nuestro caso, desde el principio lo tuvimos claro. La aparición de Nobilia y la opción de asociarnos con ellos no hizo sino fortalecer nuestra decisión, y cada día estamos más satisfechos. Contar en el accionariado de la marca, de la máster franquicia española, con el líder absoluto del mercado alemán de la cocina nos parece una ventaja destacable.

www.eggo.es

ARENA select:
FUNCIONALIDAD Y DISEÑO UNIDOS.

Las nuevas bandejas ARENA select son otra síntesis, que crea tendencia, de madera y metal de Kesseböhmer. La bandeja básica tiene un borde bajo de metal o bien chapado en cromo brillo o recubierto con pintura en polvo en color antracita, que ahora mismo está marcando tendencia. El tablero base de aglomerado tiene un acabado en color antracita. Al igual que todas las demás bandejas ARENA, el tablero inferior está perfectamente unido al borde metálico. Un marco de madera maciza, con un precioso diseño, simplemente se introduce dentro del borde de metal. **www.kesseboehmer.es/arena-select**

KESSEBÖHMER
CLEVER STORAGE

GARANT MÖBEL

Como explicó a COCINA INTEGRAL el Director General de Garant Möbel España, Ramón Miranda, (en la imagen) la enseña prepara una serie de acciones, fruto de su estrategia de expansión, que implican una clara y decidida apuesta por el mercado español. Se trata de la primera fase expansiva de Garant Möbel en nuestro país desde su desembarco en 2011.

Garant Möbel basa su estrategia en una filosofía multimarca sustentada a nivel de producto sobre cuatro pilares: el mueble de cocina, el mueble de hogar, el baño y la colchonería. Entre sus puntos clave figura el respaldo de grandes fabricantes alemanes de mobiliario de cocina y hogar que suministran producto tanto de marcas conocidas como de marca blanca, adaptado al mercado español, además de un servicio de marketing y comunicación. A ello hay que sumar una amplia oferta de producto con opciones de exclusividad en algunos casos y el respeto por la individualidad de cada tienda.

Como explica Miranda, la nueva estrategia nace con unos objetivos muy ambiciosos en cuanto al incremento del número de puntos de venta, que actualmente es de 70, con Comunidades Autónomas en las que aún no tienen presencia. Para tal fin, la filial española de Garant Möbel reforzará su equipo de profesionales con nuevas incorporaciones.

Con el concepto de tiendas mix, Garant Möbel espera ampliar significativamente su presencia en España a lo largo de este 2017 porque, como explica Ramón Miranda, existe un mercado de reposición maduro, seguro y estable que necesita consumir producto.

La nueva etapa de la marca estará acompañada de acciones a nivel online y en redes sociales, con una nueva web, encaminadas a buscar el contacto directo con los usuarios.

www.garant-españa.es

SCHMIDT COCINAS

Cuando se cumplen 11 años de la llegada de Schmidt Cocinas al mercado español, la enseña francesa que sigue el modelo de franquicias cuenta ya en nuestro país con cerca de 60 tiendas en las que vende cocinas, baños y muebles de hogar.

Para los responsables españoles de Schmidt Cocinas su progresión a nivel nacional se debe al hecho de que se trata de una marca sólida, que inspira confianza, construida sobre un producto siempre innovador y de gran calidad, combinada con unos equipos comerciales competentes y volcados en la satisfacción total del cliente. De hecho entre las principales ventajas de las que hace gala la compañía destaca la capacidad industrial de construir cocinas a medida al milímetro sin sobrecoste.

El objetivo de la cadena de franquicias pasa por incrementar aún más su presencia a nivel nacional, dado que hay algunas áreas geográficas donde todavía no tiene ninguna tienda.

Recientemente, el pasado mes de agosto, Schmidt abrió un nuevo establecimiento en la localidad alicantina de Finestrat (en la imagen). Esta nueva tienda franquiciada cuenta con una superficie de 200 metros cuadrados.

www.schmidt-cocinas.es

Anunciado en TV
NADA ESCAPA A
SU FUERZA. NADA
Nuevo aspirador Blizzard de Miele, sin bolsa.
Su exclusiva tecnología Vortex de separación
del polvo garantiza una higiene perfecta.
Miele
Miele
IMMER BESSER
www.miele.es
Síguenos en nuestros canales.
YouTube

innovus®
Decorative Products
www.sondearauco.com

STUCCO | FUSION

Nuevas Texturas

SONAE ARAUCO

Taking wood further

NEOLITH, LA ELECCIÓN DE KARLOS ARGUIÑANO PARA SU NUEVA COCINA "Karlos Arguiñano en tu cocina" inaugura temporada y, con ella, una nueva cocina donde elaborará nuevas y ricas recetas. Por primera vez, el conocido cocinero ha escogido Neolith para vestir tanto la cocina interior, situada en el plató, como la exterior.

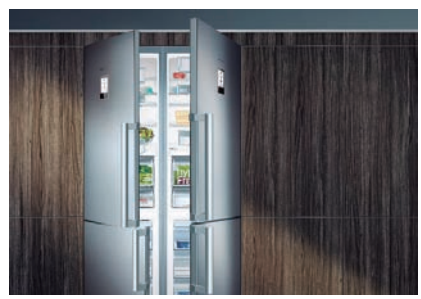
LAS COCINAS QUE PREFIEREN LOS ESPAÑOLES EN 2017 Èggo Kitchen House ha elaborado una encuesta que le ha permitido establecer las preferencias de los consumidores con respecto a la cocina. Entre las más demandadas destacan las abiertas y con barras altas, sin tiradores, la iluminación LED y las encimeras Cool.

MUEBLE DE COCINA TRANSFORMABLE MET, DE ARAN CUCINE Met (Metropolitan Future Kitchen), de Aran Cucine, es un mueble flexible, capaz de moverse y transformarse para adaptarse a nuevos estilos de vida y de consumo de un futuro de sostenibilidad ambiental.

SE DUPLICA LA DEMANDA DE ELECTRODOMÉSTICOS INTELIGENTES EN ESPAÑA Según un estudio de idealo.es, entre los productos más solicitados destacan las lavadoras inteligentes, con un aumento de la demanda del 160% y las neveras inteligentes, con un 120% más de ventas que el año pasado. Una de las causas de este incremento podría ser el paralelo descenso del precio que están viviendo este tipo de productos.

EL ERE DE EDESA INDUSTRIAL INICIA SUS NEGOCIACIONES El día 13 de septiembre, coincidiendo con la presentación del ERE en el juzgado, se celebró en la planta de Garagartza (Guipúzcoa) la primera reunión del periodo de consultas relativo al despido colectivo entre la dirección de Edesa y el comité de trabajadores.

SIEMENS RENUEVA SU GAMA DE FRIGORÍFICOS La nueva tecnología Full Skin Condenser que, gracias a su condensador integrado, consigue alcanzar las mejores prestaciones, se implanta ahora en los frigoríficos de Siemens. Todos los combinados de 60 cm de Siemens alcanzan la clasificación energética A++ o A+++.



CRECEN LAS VENTAS DE MUEBLES Las ventas de muebles alcanzaron los 2.660 millones de euros en 2016, un 7,7% más que en 2015. Las de muebles de cocina aumentaron un 6,3%, hasta los 269 millones de euros, según el Observatorio Sectorial DBK de Informa. Esta evolución se debe al aumento del gasto privado, el crecimiento del mercado de la vivienda y el incremento de la inversión empresarial.

INICIATIVA DEL SECTOR DEL MUEBLE PARA CREAR UN PORTAL DE VENTA ONLINE Representantes del sector del mueble y agentes comerciales presentaron el proyecto All for Habitat; un portal de venta online para fabricantes y tiendas de venta física para relanzar el sector.

SINUS KITCHEN, DE ATVANGARDE, UNA COCINA FUTURISTA EN HI-MACS Los dueños de una residencia de Chiajna, Bucarest, eligieron la colección Sinus de Atvangarde, fabricada en Hi-Macs, para crear una cocina repleta de reflejos. Hi-Macs, la piedra acrílica de última generación producida por LG Hausys, ha contribuido a la nueva versión de la cocina Sinus de Atvangarde.

BELLARIA, DE FALMEC, GANA EL EUROPEAN PRODUCT DESIGN AWARD Bellaria fue distinguida con el premio de Plata en la categoría Bienestar y Productos Relajantes en la última edición de los European Product Design Award. En este certamen anual se premia a los mejores productos por sus características, grado de innovación y respeto por el medio ambiente. Los premios fueron otorgados por un comité de periodistas de diseño, reunidos en el Parlamento Europeo en Bruselas.

FRECAN, CON LA GASOL FOUNDATION El día 19 de septiembre, Frecan compartió, junto a los hermanos Gasol y a Joan Roca, la inauguración de la Fundación Gasol en Sant Boi de Llobregat (Barcelona). La Gasol Foundation trabaja para reducir la obesidad infantil a través de la promoción del deporte y la actividad física, una alimentación saludable, las horas y calidad del descanso y el equilibrio emocional de niños, jóvenes y sus familias. Frecan colabora con esta causa solidaria con sus campanas, fregaderos y grifos.

sc herrajes®

Avd. de las Naciones, 31
45200 ILLESCAS, TOLEDO
T. 925 51 24 24 F. 925 54 08 74

www.sc-herrajes.com

BLUM: HERRAMIENTAS INNOVADORAS PARA FABRICANTES DE MUEBLES Con innovadores servicios y ayudas de montaje, el fabricante de herrajes austríaco Blum brinda apoyo a sus clientes en todos los pasos que requieren: desde el planeamiento y realización de pedidos, hasta la fabricación y montaje de muebles. Algunas de las nuevas herramientas de apoyo son "Cabinet Configurator" y "EasyStick", para el cálculo computarizado de posiciones de fijación de los herrajes Blum.

NUEVA APP DE REALIDAD AUMENTADA DE IKEA Ikea lanzará una aplicación para iPhone que permitirá ver cómo quedarían los muebles en casa del usuario antes de comprarlos. La App "Ikea Place" estará disponible para iPhone en otoño, según publica el *Diario Sur*, tras el lanzamiento de la actualización del sistema operativo de Apple iOS, previsto para octubre.

LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA DE MUEBLES AUMENTA UN 4,5% EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2017 La Asociación Nacional de Industriales y Exportadores de Muebles de España ha presentado el informe de resultados del comercio exterior del sector del mueble español relativo al periodo de enero a junio de 2017. A nivel nacional, la exportación muestra un crecimiento del 4,5% y ha superado los 1.048 millones de euros durante el primer semestre de 2017. Destaca el incremento de las ventas a mercados tan variados como el de Reino Unido, Estados Unidos, Marruecos o México.

JUAN DUYOS Y AEG DESFILAN JUNTOS EN LA SEMANA DE LA MODA DE MADRID Esta relación comenzó en el año 2015, fruto de la apuesta de ambos por el Slow Fashion, y la necesidad de concienciar sobre la importancia del cuidado de las prendas para que perduren, reduciendo así el impacto medioambiental. En el atelier de Juan Duyos, sus tejidos, elaborados y bordados artesanalmente, han puesto a prueba la nueva gama de lavado de AEG con tecnología SoftWater, que purifica el agua antes de lavar para obtener los mejores resultados de limpieza.

LIEBHERR RECIBE EL PREMIO REDDOT UN AÑO MÁS El Side by Side SBSes 8663 y el combinado CBNPes 5758 de Liebherr han recibido un reconocimiento por su diseño de alta calidad, al ser galardonados con el premio RedDot 2017 en la categoria de Product Design. Más de 5.000 participantes aspiraban al premio.

GRUPO ALVIC INAUGURA UNA NUEVA PLANTA INDUSTRIAL Y DE DISTRIBUCIÓN EN EE.UU. La apertura de esta nueva planta de Alvic ha venido impulsada por la necesidad de estar más cerca de sus potenciales clientes y acelerar los procesos de fabricación, una decisión estratégica incluida en el Plan de Expansión de la empresa.

LA EMPRESA DE GRIFERÍA BUADES, RELANZADA POR GBA GROUP Buades, empresa de grifería anteriormente perteneciente al Grupo Teka, ha sido adquirida por Hba Group. El grupo ha elegido la imagen de Judit Mascó para su campaña de lanzamiento y ha decidido mantener sus valores tradicionales: la ecología, el diseño de lujo, la calidad, la seguridad y la facilidad de montaje.

LA INDUCCIÓN DE BALAY, RECONOCIDA POR LOS CONSUMIDORES Como una organización de consumidores de referencia en España reconoce, las placas de inducción de Balay destacan por su ahorro de energía y tiempo, su seguridad, su capacidad de adaptarse a las necesidades y su fácil limpieza.

SILESTONE, EL MATERIAL ELEGIDO PARA LA COCINA DE COCO ROCHA La supermodelo internacional nacida en Canadá, Coco Rocha, ha renovado recientemente la cocina de su casa de Westchester empleando Silestone Blanco Norte. Ella y su marido tomaron la decisión por la gran elegancia del material y por su durabilidad y fácil manteamiento diario.

FE DE ERRATAS

En la página 69 del pasado número de nuestra revista (COCINA INTEGRAL 111) se incluía una información relativa a la marca Hailo en la que se decía que estaba representada en el mercado español por la empresa Cucine Oggi, de Valencia. A dicha información hay que añadir que, además de Cucine Oggi, Hailo cuenta en España con otros dos distribuidores oficiales que son DG Herrajes (Berriz, Vizcaya) y Häfele Herrajes (Madrid).

FIORO

LOS EXTRAÍBLES AHORA SON PERSONALIZABLES

Distribuido en España por

lamiplast

Avda. de Europa, 6
46026 Valencia (Spain)
www.lamiplast.com

WWW.PEKA-SYSTEM.CH
Combinación de innovaciones inteligentes con calidad suiza desde 1964.

"Los **NÁUFRAGOS** no eligen puerto"

Cuando estudiaba, tenía un profesor que decía por aquella época que "todos buscamos un vuelo low cost, un sofá low cost, una cocina low cost", etc. Todo con esa coletilla. "Y si además es de outlet", apostillaba, "mucho mejor". Tras estas afirmaciones, acto seguido, nos preguntaba: "¿a que a ninguno de ustedes le gustaría un salario low cost?" Y lo hilaba con otra frase que también mencionaba con frecuencia: decía que "España es un país de rebajas", donde hasta si nos bajan los impuestos, nos entran ganas de pagarlos (algo que se cumple cuando nos ofrecen un 50% de descuento por pronto pago a la hora de abonar las multas), pero en este caso es porque no queda otro remedio...

Tras esta primera consideración sobre el concepto del low cost y de las rebajas, me parece que es necesario arrojar luz sobre sus consecuencias. El mercado nos está demostrando que todos los precios low cost no están salvando precisamente a las empresas, sino más bien, todo lo contrario. Además, lejos de darle valor a lo que hacemos, esta idea de bajada continuada de precios, lo desprestigia y, a la larga, supone cavar la propia tumba.

Creí que la crisis nos había enseñado que para no tambalearnos en tiempos de tormenta, era necesario disponer de estructuras bien asentadas de empresa y saber diferenciarnos en algo (o en mucho) más que en el precio.

No podemos tirar los precios porque esta práctica se ha demostrado que no beneficia a nadie. Pero la reflexión nos debe llevar más allá. No se trata sólo de esto, de dar un precio más barato que el competidor. El análisis ha de ser mucho más profundo y llevarnos al origen.

Se supone que la crisis debería habernos enseñado cuáles son todas las variables que tiene que tener en cuenta una empresa para poder alcanzar el éxito en el mercado y sobrevivir con holgura en tiempos complejos. Unas enseñanzas que, una vez superada la crisis, sirvieran como esos palos rojos que en las zonas de montaña, cuando nieva mucho, nos indican por dónde está el camino. Lecciones para no volvamos a cometer los mismos errores que antes.
Pero pasa la crisis y el ritmo frenético, la inmediatez del día a día con la acuciante necesidad de tener que sacar los pedidos adelante, nos lleva a olvidarnos de lo aprendido, a dejar de lado lo que teníamos en mente para más adelante porque "eso no hace que entren pedidos en la fábrica...."

Y resulta que esa filosofía de empresa de tener las cosas claras y saber hacia dónde vamos, sin importar las corrientes ni las prisas de cada momento, teniendo siempre la oreja en el mercado, es fundamental, porque nos aporta perspectiva. Ahora, por ejemplo, que algunas empresas han tenido la desgracia de caer, están surgiendo otras, "oliendo aún la sangre", intentando captar ese hueco de mercado en base a la cultura del "pelotazo", pero no todo vale.

Porque no todo vale, tenemos que encargarnos de darle valor a lo que hacemos, porque si no, vendrán de fuera a enseñarnos cómo, y luego nos quejaremos de que en España no se hace nada...

Es tan importante cuidar a las personas con las que trabajamos, tener un plan de negocio claro y planificado con diligencia y organización, para saber qué queremos producir y hacia dónde queremos ir, impregnar a toda la compañía de la idea de empresa que tenemos y que ello se proyecte en una marca fuerte. Porque ello nos dará estabilidad sin crecimientos rápidos pero sí estables. Porque si no, como dicen los ingleses, "easy come, easy go..".

Proyectemos empresas bien estructuradas con raíces fuertes que, seguro, darán sus frutos. Con ilusión por mejorar en productividad y competitividad, y sobre la base de la calidad y la innovación.

SEBASTIÁN ACEDO. DIRECTOR GERENTE DE AMC
WWW.AMCOCINA.COM

LO QUE NO VES LA HACE ÚNICA

40 scilm

40 AÑOS DE INNOVACIÓN

Es Scilm. Desde hace 40 años el valor añadido de las mejors cocinas Italianas.

Nuestra experiencia en la fabricacion los components: **patas**, **ganchos de zocalo**, **golas**, **zocalos**, **catenarias**, aseguran la calidad, facilidad de montaje y duracion. Nuestro futuro y objetivo es consensuado y global: conseguir que todos los ambientes del hogar sean duraderos.

LES ESPERAMOS EN SICAM (PORDENONE, ITALIA)
DEL 10-13 DE OCTUBRE 2017 - PABELLON 5 STAND C9

Scilm está presente en las mejores cocinas modernas: una empresa laboratorio especializada en tecnología para muebles y en la producción de perfiles de aluminio. Un mundo de soluciones funcionales, para cocebir de una nueva manera el espacio en el que vivimos.

WE CARE

scilm®
[FURNITURE TECHNOLOGY]

Tomás Eceiza Castillo - D,tec
Agente para España y Portugal
Tfno 00 34 943 30 83 25 | Fax. 00 34 943 30 81 62
email: tomas@dtecsl.com

www.scilm.it

ALTAS ASOCIADOS Este año 2017, se han producido 17 nuevas incorporaciones, con lo que el total de asociados a AMC asciende a 60 (se puede ver el listado completo al final de esta revista). Las nuevas firmas asociadas son:

• DEQUM ACCESORIOS. A través de las marcas Dequm y Azero, la nueva empresa asociada a AMC, en la categoría de Componentes, se dedica a la fabricación y comercialización de todo tipo de herrajes para mobiliario y muebles de cocina, así como complementos para su máximo aprovechamiento, con unos altos estándares de calidad y lo último en diseño para armarios y cocinas.

La empresa tiene su sede en la localidad alicantina de Muro de Alcoy, donde cuenta con unas instalaciones de 2.500 m² y un servicio logístico destinado a garantizar la entrega de sus productos, en cualquier parte, en el menor tiempo posible, y en un estado impecable.

• FACCE. Firma dedicada al diseño, proyecto y comercialización de mobiliario de cocina y electrodomésticos, fue creada en los años 80, y es pionera en la distribución de cocinas integrales y funcionales. Desde entonces, trabaja la cocina como un proyecto único y diferente. FACCE, que cuenta con un showroom en la calle Juan Bravo de Madrid, lleva realizado más de 40.000 proyectos con promotores, decoradores y arquitectos en todos estos años. El trato personalizado al público, marca de la casa, surge con un doble objetivo: acercarse al usuario final y también ofrecer a los clientes un servicio de postventa rápido y eficaz.

BOLSA DE EMPLEO La web de AMC, www.amcocina.com, se ha modificado para incluir una nueva pestaña de Bolsa de Empleo, con las ofertas de trabajo de nuestros asociados para que los interesados puedan aplicar directamente. Igualmente, se mantiene la opción de que manden sus CV como candidaturas espontáneas las personas que a título personal estén interesadas en trabajar con empresas de AMC. La asociación reenvía esta información a sus miembros de acuerdo con la LOPD, Ley Orgánica de Protección de Datos. De esta manera, AMC puede canalizar el desarrollo de esta bolsa de empleo y suministrar a los asociados los CV's que más se adapten a sus necesidades. Por otro lado, también en la web de AMC, se han insertado las fotos y el vídeo de la última Asamblea General, con el vídeo de la mesa redonda, muy recomendable por el interés en los contenidos que aporta.

JORNADA DE TRABAJO EN DISCALSA AMC celebrará una jornada de trabajo el 10 de octubre en las instalaciones de Discalsa en Santo Domingo de la Calzada (La Rioja). La jornada tendrá el mismo formato que en ediciones anteriores: una mesa redonda en la que se podrán tratar temas del sector que interesan a todos los asociados; un recorrido por las instalaciones de Discalsa para conocer la oferta de productos y servicios del fabricante ; y un almuerzo tipo cóctel en un ambiente distendido que fomentará el networking, para potenciar la comunicación y el intercambio de información. La intención de AMC, con eventos como éste, es conseguir una asociación fuerte y unida que represente al sector y tenga entidad para potenciarlo y capacidad para ser el punto de unión, cohesión y referencia de todos los miembros implicados en el mundo de la cocina.

CONVENIOS CON ESCUELAS DE DECORACIÓN AMC ha llegado a acuerdos de colaboración con diferentes escuelas de decoración con el objetivo de promover y acercar la cocina fabricada en España y hacer pedagogía de ella en dichas escuelas y a los futuros prescriptores de las mismas. Con este tipo de acciones, AMC busca además:

• Que la cocina sea considerada desde el inicio y tenga el protagonismo que merece como una de las principales estancias del hogar.

• Generar profesionales formados y empleables, que conozcan las fábricas de España y cómo se trabaja en ellas.

• Acercar a los alumnos los métodos de trabajo para que sea más fácil su incorporación al mercado laboral, a la vez que crear bolsas de profesionales.

Entre las diferentes acciones que se llevarán a cabo para promocionar las marcas de AMC se realizarán jornadas técnicas formativas, habrá asignaturas en diseño y conocimiento de materiales; las escuelas tendrán gratis programas de software con catálogos genéricos; se establecerá una bolsa de prácticas en empresas; se realizarán rutas de diseño por las empresas, en las que se visitarán fábricas, showrooms, etc.; se promoverá su participación y colaboración en concursos de diseño y, de todo ello, se hará difusión en los diferentes medios y en las redes sociales. Por último, los profesionales relacionados con las empresas asociadas a AMC obtendrán descuentos en caso de querer realizar estos estudios como alumnos. Hasta la fecha, las dos escuelas con las que AMC está colaborando son el Máster en Arquitectura y Diseño de Interiores de la Universidad de Salamanca y el Grado Oficial Universitario en Diseño de Interiores de ESNE, Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología, de Madrid.

COCINA INTEGRAL

¡Síguenos!

Imagen: Creado por Freepik

SONAE ARAUCO añade nuevos acabados a su gama Innovus

LA COLECCIÓN INNOVUS ES LA MARCA DE PRODUCTOS DECORATIVOS DE SONAE ARAUCO, FRUTO DEL ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS GLOBALES EN DISEÑO, MOBILIARIO, UNICOLORES, PATRONES Y TEXTURAS.

Sonae Arauco tiene como objetivo ofrecer una mayor gama de soluciones a los diferentes segmentos. Para lograrlo, apuesta por un desarrollo continuo de nuevos productos basados en la innovación, la funcionalidad, la calidad y el diseño.

Con esta finalidad, Sonae Arauco ha creado dos nuevos acabados de Innovus, su gama principal, en los que las texturas son las protagonistas. Se trata de Stucco y de Fusion, dos acabados para tableros de melanina y HPL para interiores que se caracterizan por su textura exclusiva y distintiva.

ACABADO FUSION

El acabado Fusion presume de una textura cálida y natural que recuerda a la madera trabajada a mano. Asimismo, Fusion puede utilizarse en todo tipo de materiales, creando así ambientes acogedores. Otra de las ventajas, que comparten ambos acabados, es que pueden aplicarse en un gran abanico de espacios: habitaciones, salones, cocinas, cuartos de baño, restaurantes, hoteles e incluso en revestimientos o puertas.

Stucco.

ACABADO STUCCO

Por su parte, el Stucco es una textura de cemento inspirada en entornos industriales, lofts urbanos y materiales naturales. Presenta un tacto exclusivo y un brillo equilibrado y permite crear ambientes con reproducción de paisajes rocosos. Además es sostenible medioambientalmente, ya que recrea el aspecto del cemento sin necesidad de usar este material.

www.sonaearauco.com

¡Una armonía perfecta!

Los amantes de la sencillez prefieren los colores suaves de la naturaleza. Estos colores siguen estando de moda para los muebles en combinación con ópticas de madera naturales. Atribuyen un ambiente natural y un toque relajado también a viviendas en entornos urbanos.

La elegante campana de isla se maneja por telemando.

La semi-isla es un divisor de espacio, ideal para una fución de mesa.

La tecnología integrada LED, garantiza una iluminación uniforme.

Cómodo sistema de separación de residuos bajo el fregadero .

¿Quieres marcar la diferencia en tu negocio?
Llámanos y únete a ergo küchen.

www.ergokuchen.com / info@ergodimension.es / Tlf. 950 221 900

ergo:küchen

Las **SUPERFICIES** de cocina, con buenas perspectivas de futuro

LOS NUEVOS DESARROLLOS EN ENCIMERAS Y LA EXIGENCIA CRECIENTE DE LOS CONSUMIDORES HA PROPICIADO TENDENCIAS AL ALZA EN ESTE MERCADO A NIVEL MUNDIAL, SEGÚN EL ESTUDIO DE FREEDONIA "GLOBAL COUNTERTOPS BY MATERIAL, MARKET AND TYPE" (SEGUNDA EDICIÓN), PUBLICADO EL PASADO MES DE ABRIL.

Se prevé que la demanda mundial de encimeras subirá un 2,3% anual hasta 2021, y que llegará a cerca de 500 millones de m^2. Los fuertes avances en los mercados en desarrollo como China, India y Brasil darán cuenta de la mayoría de la demanda. Esto lo afirma el estudio de la consultora Freedonia *Global Countertops by Material, Market and Type* (segunda edición), publicado el pasado abril.

La piedra acrílica experimentará el crecimiento más rápido, impulsada por el creciente interés en este material y la expansión de su capacidad de producción y, por tanto, de su disponiblidad, por lo que también su precio se hará más asequible. La superficie sólida, ahora líder en el mercado de la encimera en términos de ventas globales en cuanto a volumen, también ganará cuota de mercado, debido principalmente a su uso intensivo en los mercados de rápido crecimiento de la región de Asia y el Pacífico.

El mercado de las encimeras está apoyado por el gran mercado residencial de estos países en crecimiento, pero otro gran apoyo a la demanda vendrá de los mercados desarrollados, como Estados Unidos, Canadá y Australia, debido a la tendencia en aumento de poseer grandes cocinas y de reformar esta estancia del hogar.

Franke Solid Surface.

Este estudio industrial se ha basado en datos recogidos en seis regiones del mundo y 18 países, consultando a compañías como Caesarstone, Cosentino, DuPont y Formica, entre otras.

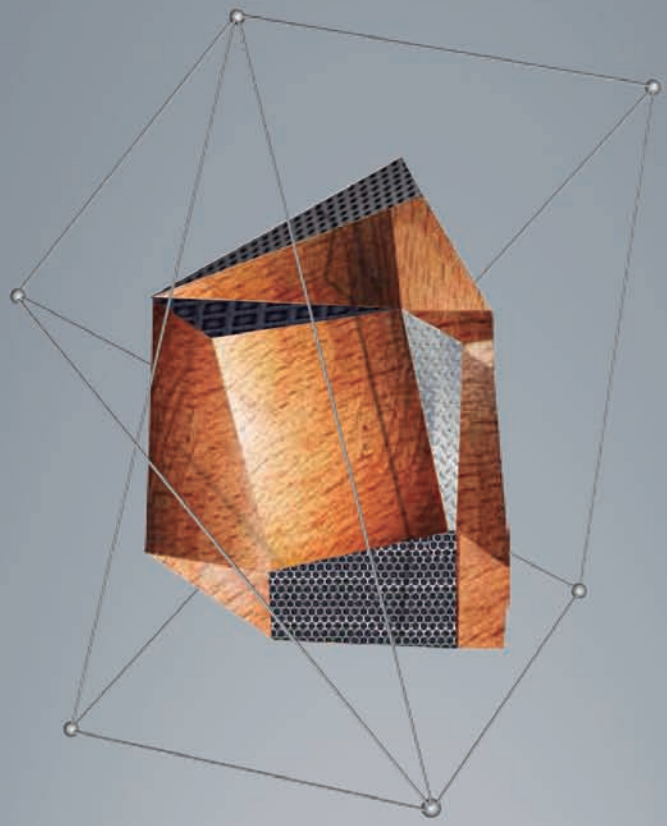
LAS ENCIMERAS DEL FUTURO

Por otra parte, tal como se afirma en *Global Kitchen, la cocina doméstica en la era de la globalización*, informe editado por Silestone Institute, y según los profesionales del sector, las encimeras del futuro deberían permitir cocinar directamente sobre la superficie, además de incorporar conectividad y actuar como panel de control desde el que controlar todos los electrodomésticos de la casa. Un 43,1% de los encuestados abogan por la primera característica, un 41,7% por la segunda y, finalmente, un 33,5% por la última. Los profesionales también desean que la cocina del futuro sea autolimpiable (30,2%), pantalla interactiva (29,5%), detección de manchas y restos de comida (29,1%), posibilidad de calcular el peso y el valor nutricional de los alimentos (25,3%), área de calor ajustable (23,2%) y absorción de líquidos (7,4%).

En cuanto a materiales para la decoración de cocina (datos que nos permiten también adivinar qué tipo de encimeras se prefieren), los encuestados eligieron el cuarzo en un 87,3% y los ultracompactos en un 42,9%, aunque también obtuvieron buena puntuación la piedra natural, el acero inoxidable, el cristal, el hormigón, la madera, los laminados y los sintéticos. Superficies de todos estos materiales y con características que nos acercan a la encimera soñada del futuro nos esperan en las siguientes páginas.

www.freedoniagroup.com / www.silestoneinstitute.com/es

Axiom, de Formica.



MATERIALES
Y TECNOLOGÍA

6-9 FEBRERO 2018
coincidiendo con Cevisama

FERIA VALENCIA

FIMMA
38ª FERIA INTERNACIONAL DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS PARA EL MUEBLE CARPINTERÍA Y DECORACIÓN

maderalia
38ª FERIA INTERNACIONAL DE MATERIALES Y COMPONENTES PARA EL MUEBLE CARPINTERÍA Y DECORACIÓN

fimma-maderalia.com

1

2

3

4

SILESTONE - WWW.SILESTONE.COM

Eternal es una flamante serie de colores que rememora los mármoles más exóticos y populares del sector de la piedra natural, con la seducción y el carácter que definen a este material noble y duradero. Estética y funcionalidad se aúnan en una propuesta creada para los proyectos más exigentes.

Gracias al impecable trabajo del departamento de I+D de Cosentino, Silestone Eternal muestra una apariencia natural extraordinaria donde los diferentes veteados juegan un papel imprescindible en el resultado final. Cosentino, gracias a su capacidad innovadora, logra que el dibujo de vetas penetre y sea visible de la superficie a todo el volumen de la tabla, incluyendo las zonas de corte y los cantos. Además, el patrón de líneas se repite fielmente en cada producción para no perder ni un ápice de la esencia original del diseño.

La colección Eternal es la primera de Silestone que se lanza al mercado fabricada con la tecnología N-Boost, una innovación patentada por Cosentino que modifica la superficie del material a nivel molecular y mejora aún más las excelentes prestaciones técnicas y estéticas de Silestone, logrando una mayor intensidad y un brillo extraordinario en los colores, y permitiendo que la limpieza y el mantenimiento diario sean mucho más fáciles que nunca gracias a la propiedad hidrofugante del material. Silestone Eternal ofrece asimismo el resto de propiedades mecánicas que caracterizan a la marca: gran resistencia al impacto y al rayado, fabricación en gran formato y versatilidad de aplicaciones.

La serie Eternal, capaz de convertir cada espacio en un lugar atrapado en el tiempo, se compone de cinco espectaculares tonalidades, que responden a la nueva tendencia que está volviendo a marcar el mundo de la decoración y la arquitectura de interiores. Esta moda revival se basa en la apuesta por la belleza y la naturalidad atemporal de un material auténtico e histórico como es el mármol:

1. Eternal Calacatta Gold, compuesto por un fondo blanco donde elegantes y gruesos veteados grises son interrumpidos por imprevistos detalles dorados, recuerda a uno de los mármoles más apreciados desde la antigüedad por su apariencia eterna y distinguida.

2. Eternal Statuario, inspirado en el clásico mármol italiano de Carrara, muestra una superficie blanca con vetas muy suaves y brillantes en tono grisáceo. Color y armonía se combinan en un fondo que destaca por una sensación de profundidad única.

3. Eternal Charcoal Soapstone. Basado en la popular piedra jabón o soapstone, este color presenta un acabado gris azulado con enérgicas vetas grises. Se trata de una espectacular opción caracterizada por su rotundidad, profundidad y movimiento.

4. Eternal Marquina. Evocando al bello mármol español Negro Marquina, esta opción regala una vehemente base de color negro donde surgen contundentes e intensos detalles y veteados blancos.

Y también Eternal Serena, un acabado de roca gris con discretas y finas líneas blancas dibujadas en su interior. La sutileza y la suavidad de lo natural definen esta distinguida propuesta.

Amica

Estilo inteligente

Avenida Sur del Aeropuerto de Barajas
Número 38 - 2ª planta
Centro de Negocios Eisenhower
28042 - Madrid

Servicio de información: 902 787 457
www.amica-group.es
youtube.com/Amica-Electrodomésticos
contacto@amica-group.es

1

NEOLITH - WWW.NEOLITHKITCHEN.COM

Neolith Kitchen Lounge es la línea de cocina de Neolith, la piedra sinterizada pionera de una nueva y revolucionaria categoría de producto, que nace en la última década para dar una eficaz respuesta a las necesidades arquitectónicas y de interiorismo más exigentes.

Se trata de una superficie con una resistencia extrema a rayaduras, altas temperaturas, manchas, químicos y rayos UV. Gracias a su no porosidad, es la superficie idónea para el contacto directo con alimentos. Además, por su bajo mantenimiento, resulta ideal para aplicaciones con alto tránsito como restaurantes y cafeterías.

Este innovador material combina características técnicas sorprendentes con detalles estéticos al presentar más de 50 modelos en distintos acabados, para convertirse en una piel arquitectónica capaz de vestir con gusto y elegancia cualquier lugar en el que se aplica.

Su gran formato y distintos espesores permiten que Neolith pueda utilizarse tanto en encimeras de cocina y fregaderos como en otras aplicaciones de la cocina, como salpicadero, mobiliario, revestimiento de pared o pavimento.

En la imagen, la encimera y fregadero: Neolith Zaha Stone, acabado Silk (**1**) y la encimera y fregadero: Neolith Calacatta Gold, acabado Polished. Diseñado por Beatriz Silveira (Batik Interiores) para Casa Decor 2017. (**2**).

2

ALVIC

Feel the innovation

LUXE · SYNCRON · ZENIT · FINGER-PULL · VIFORMING · TR-MAX · R3 SUPRA

MARCA LA DIFERENCIA

Una meta superada, la Marca **ALVIC** de cada pieza garantiza la calidad y confirma la autenticidad del producto

encuentra tu Alvic Center más cercano en:
www.alviccenter.es

9001
14001
BUREAU VERITAS
Certification

PEFC

FSC
www.fsc.org
FSC®C117733
The mark of responsible forestry

MADE IN EU

FRANKE - WWW.FRANKE.COM/ES

Franke Solid Surface. Franke afianza su posición estratégica en todos los sectores en los que está presente (tiendas de muebles de cocina y sector sanitario), ofreciendo superficies homogéneas con la marca Franke Solid Surface y servicio y postventa propios, a precios muy competitivos.

Las superficies Solid Surface de Franke ofrecen una sensación de libertad y de expresividad en el diseño, con una oferta de colores muy amplia, para poder escoger y resaltar la propuesta estética propia, de la mejor manera.

En la cocina, las superficies planas y lisas de Franke Solid Surface fluyen con curvas armoniosamente unidas. Las juntas son imperceptibles a la vista. En blanco o en el color de preferencia del usuario, combinadas con los accesorios adecuados, consiguen crear un entorno que se adecúa al resto de los muebles y otros elementos de cocina (fregadero y encimera del mismo material o mesa de cocina del mismo material), para crear un diseño elegante y atemporal.

Solid Surface de Franke es una superficie no porosa que consiste en una mezcla de minerales naturales y resinas acrílicas. Con 12 mm de espesor, se adapta a las necesidades de las aplicaciones más modernas según las normas de la arquitectura y el diseño, sin juntas visibles. No se ve afectada por la radiación UV, por lo que mantiene intacto su color y su acabado durante muchos años. Además, es de fácil limpieza y cuenta con protección antibacteriana. Con todas las certificaciones de seguridad necesarias (ISO 9002, 14001...), Franke concede a este material una garantía que requiere que su instalación haya sido realizada por un técnico autorizado Franke y lleve el logo Franke Solid Surface.

www.masterkitchen.es

LA COCINA, EL ESPACIO DE LA FAMILIA

Master Kitchen, la cadena de tiendas especializada en el mueble de cocina. Únete a nuestra familia.

- Condiciones de compra
- Diseño personalizado
- Agilidad de respuesta
- Logística integral

***Master Kitchen** es el referente en tiendas de muebles de cocina. Gracias a nuestro gran volúmen, podemos ofrecer a nuestros asociados las mejores condiciones de compra tanto en muebles de cocina como en electrodomésticos.*

Nuestro equipo comercial y decoradores te darán todo el soporte que necesitas para tener una tienda atractiva, competitiva, y sobre todo, rentable.

Hepecasa 91 681 00 14 (Madrid) hepecasa@hepecasa.es
Mensa 98 646 88 00 (Pontevedra) comercial@mastergalicia.es
Mesur 95 493 12 34 (Sevilla) mtinoco@mastercadena.net
Hnos. Pérez 92 623 37 79 (Ciudad Real) pgarcia@hnosperez.com

MASTER kitchen
DISEÑO EN TU COCINA

DAKE - WWW.DAKE.ES

Blanco SteelArt: Diseño exclusivo de encimeras para cocinas exclusivas. La creatividad y la elegancia en acero inoxidable

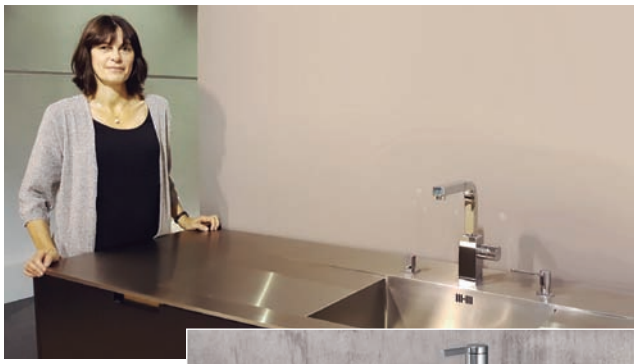
Las encimeras en acero inoxidable de Blanco SteelArt, que cuenta con más de 10 años de experiencia en la fabricación de estos productos, cumplen con las más altas exigencias en diseño de interiores. Se trata de piezas muy especiales, conceptos individuales de acero inoxidable, totalmente personalizadas y fabricadas a mano, que ofrecen una libertad casi ilimitada en el diseño de cocinas. Estos productos incluyen fregaderos y cubetas minimalistas, así como superficies de trabajo a medida con elementos integrables y accesorios de alta calidad, proporcionando una alta funcionalidad en la cocina actual.

Tal y como explica Carol Porlein, product manager de SteelArt para España y Portugal, *la marca tiene en cuenta todos los detalles para productos exclusivos en torno a la zona de aguas. Las colecciones de productos de la firma Blanco crean nuevas perspectivas en la planificación de cocinas: con fregaderos y cubetas fabricadas a mano y modelos únicos incorporables en encimeras de acero inoxidable. Y es que* SteelArt *es sinónimo de flexibilidad y funcionalidad a la carta.*

Gracias a una gran variedad de elementos individuales de excelente calidad y de detalles a juego, Blanco SteelArt ofrece al mercado encimeras con diferentes acabados: acero inox brillo, mate o Durinox, cantos de radio 1 y 3, cantos biselados y macizos, además de infinidad de tipos de cortes, juntas de unión, grosores y tipologías de instalación.

Este año, la última innovación de la marca en acero inoxidable es un nuevo e impresionante acabado extremadamente duro y resistente a las rayaduras, gracias a un novedoso proceso utilizado en la aeronáutica y que Blanco ha ido desarrollando y perfeccionando. Después de someter la plancha de acero inox al impacto de mil millones de minúsculas bolas de acero inoxidable a una velocidad de casi 300 km/h, se consigue un endurecimiento del material, el cual se vuelve a prensar y posteriormente a someter a un proceso de refinado de la pletina para su posterior manipulación y producción de encimeras Durinox. El resultado es una superficie especialmente refinada con acabado metalizado y de tacto muy agradable que, además, es resistente a rayaduras, manchas, huellas y marcas del día a día. Así se generan zonas de trabajo de carácter único, que permiten crear nuevas referencias estéticas en las áreas de trabajo de la cocina doméstica.

Con el lanzamiento del catálogo de encimeras 2017/2018, DAKE quiere reforzar su servicio de medición y montaje que, juntamente con el servicio de diseño y proyección, conforman una gestión integral de los proyectos SteelArt. Carol Porlein pone el acento en la importancia en los acabados y los detalles impecables de sus encimeras, por los cuales Blanco ha conseguido a lo largo de todos estos años situarse como un claro referente de calidad en el sector de la cocina en Europa.



COCINA INTEGRAL

Imagen: Creado por Freepik

1

2

INALCO - WWW.INALCO.ES

iTOPKer Countertops. Inalco, compañía con más de 40 años de experiencia en proporcionar productos y soluciones en superficies de cocina, cuenta con las superficies de gran formato (1.500 x 3.200 mm) iTOPKer Countertops, destinadas principalmente al empleo en bancadas y encimeras. Están fabricadas en un material innovador con las más altas prestaciones técnicas y estéticas, pensado para cubrir las necesidades de arquitectos, decoradores e interioristas.

La firma desarrolla y fabrica superficies iTOPKer con procesos 100% digitales (**Full Digital**), utilizando sistemas de inyección digital durante toda la producción. El absoluto control digital del proceso permite producir superficies únicas con una gran variedad de texturas: naturales, estructuradas, cepilladas, pulido, brillo...

Las encimeras iTOPKer Countertops cuentan con más de 50 diseños disponibles (mármoles, maderas, cementos y piedras de alto valor) que permiten una estética elegante y vanguardista. El gran formato de iTOPKer Countertops ofrece una libertad en el diseño hasta ahora impensable, suprimiendo las juntas y haciendo posible su utilización en aplicaciones ambiciosas, limpias y atractivas.

1.. **Storm iTOPKer,** alto contraste de negro y vetas blancas con un acabado aterciopelado.
2. Ice iTOPKer, superficie ultrablanca con acabado de alto brillo pulido.
3. Petra iTOPKer, gran definición de diseño pétreo.

3

We Love Light

LIGHTING MADE EASY WITH L&S

El K-Concept es el nuevo sistema de trasera Luminiosa diseñado por el Arquitecto Egidio Panzera que se coloca en el espacio situado entre el mueble alto y la encimera. Pensado como una elegante y fina hoja de luz, a lo largo de su perfil acoje una serie de accesorios tanto en metal como en cristal. Nunca apoyados sobre la fuente de luz, los accesorios quedan como suspendidos en el espacio con un diseño minimalista y sin crear sombras.

El sistema de unión de varios elementos es un bloque metalico con diversos enchufes, que además de discreto, permite jugar con los elementos fuera de medida, permitiendo una personalización extrema y diferente. Definitivamente el K-Concept es un sistema para vestir de una manera elegante , versátil y funcional el espacio entre la encimera y el mueble alto.

L&S ITALIA Srl Via L. Zanussi, 8 33070 Maron di Brugnera (PN) – Italy
Tfno: (+39) 0434 616611 Fax. (+39) 0434 616601 info@ls-light.com

Agente Tomás Eceiza Castillo Plazza Iribar nº 2 - 2º Oficina 9 20.018 San Sebastián
Tfno: (+34) 943 308325 Fax: (+34) 943 308162 tomas@dtecsl.com

www.ls-light.com

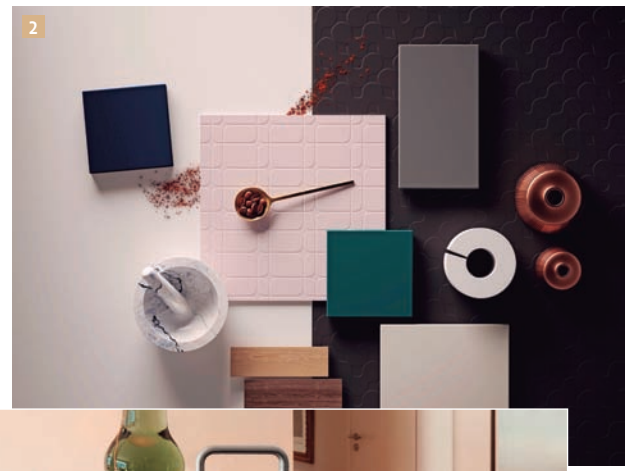
BAUTEK - WWW.FRECAN.ES

Bautek, que forma parte de Grup Frecan, está formada por profesionales con gran experiencia en la fabricación de todo tipo de elementos en acero inoxidable para la cocina. Trabajan con acero de la máxima calidad AISI 304, el cual, tras un minucioso proceso de diseño asistido por ordenador, recibe su forma definitiva tras pasar por los procesos de cortado, plegado, curvado, soldado, pulido y montaje, aparentemente sencillos pero que requieren de gran experiencia y dedicación, puesto que cada elemento que Bautek produce es una obra de artesanía exclusiva para un cliente.

Gracias a su experiencia, Bautek puede dar forma a las ideas fabricando encimeras de acero, puertas de acero, traseras, frentes de cajón, plafones, estructuras tubulares, muebles de cocina en acero, y estantes decorativos, integrando fregaderos, placas y accesorios, o bien produciendo diseños propuestos por sus clientes.

Además de su aspecto siempre impecable, el acero inoxidable es un material higiénico y fácil de limpiar, debido a la ausencia de porosidad en su superficie. Su durabilidad es uno de sus mayores beneficios, a causa de su resistencia a la corrosión y al paso del tiempo, además de su bajo mantenimiento. Las posibilidades del acero inoxidable en la cocina son infinitas, y por su nobleza es perfecto para otorgar profesionalidad y muy combinable con otros materiales, tales como porcelánicos, maderas y cristales, una tendencia que está en alza gracias a la elegancia que aporta.

1


2

3

4

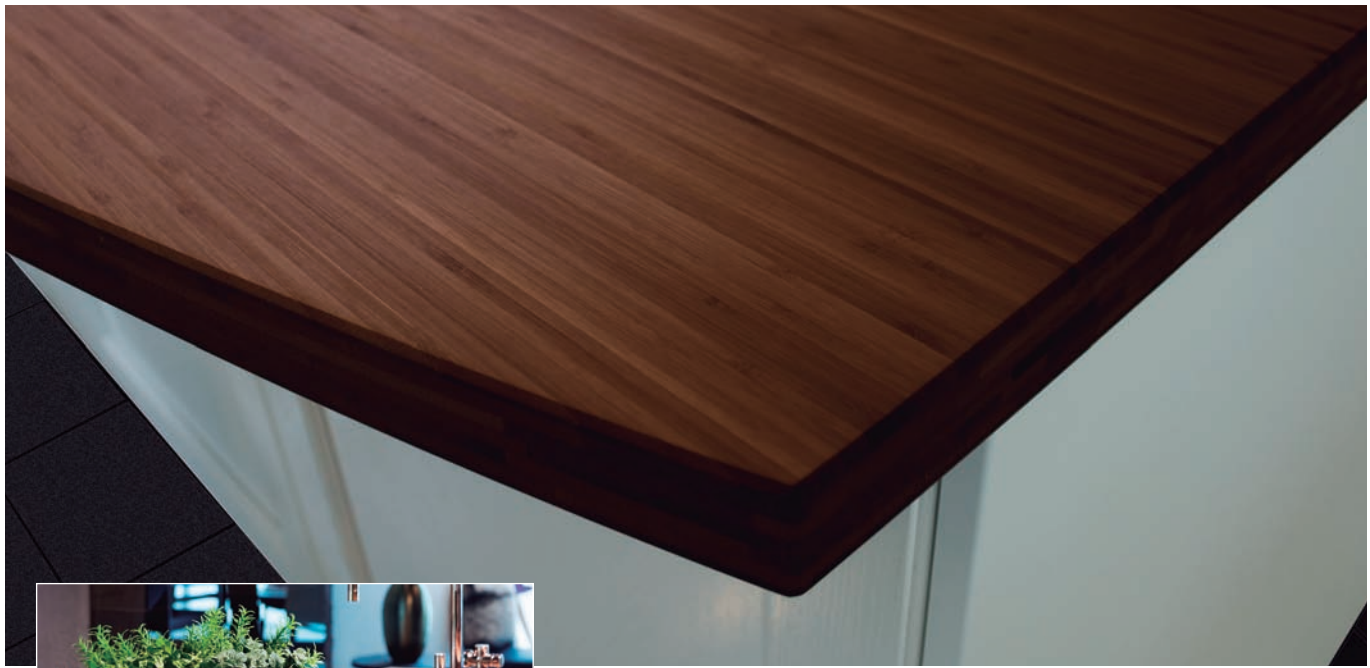
1. FORMICA / www.formica.com/es Axiom es la última propuesta de Formica Group, que ofrece por primer vez una solución integral 5x1 en el revestimiento de la cocina, homogeneizando todos los elementos de ésta: encimera postformada, encimera a canto recto (sándwich canteado), splashback (panelado entre mueble alto y encimera), mostrador y copete. La calidad de Axiom supera los tests más exigentes de resistencia, e incluye entre sus ocho acabados el Brillo AR Plus, con una especial tecnología desarrollada por Formica Group que garantiza resistencia al uso, al rayado y a la abrasión dos veces mayor que un laminado brillo tradicional. Además, Axiom cuenta con una amplia variedad de diseños y un montaje muy sencillo.

2. HI-MACS / www.gabarro.com / www.himacs.eu La colección Hi-Macs Structura ofrece nuevas soluciones, además de para cocinas, en múltipes aplicaciones más. Se presenta en 10 atractivos colores y 10 diseños estándares de texturas, que van desde la huella hexagonal del modelo Hive, al aspecto de pequeñas piedras redondeadas del modelo Zen o al acusado relieve del modelo Dunes. Este innovador material texturizado en 3D también puede utilizarse de manera personalizada: es posible realzar los detalles más característicos de un proyecto mediante la reproducción a medida en la superficie, tanto de patrones o dibujos como de letras o logotipos.

3. LERMONT PLASTICS / www.lermontplastics.es Lermont Plastics (Vink Group) incorpora en su gama de productos la placa Solid Surface Kerrock. Kerrock es un material suave, resistente y termoconformable, fabricado en polvo de aluminio y resina acrílica de alta calidad hecha en Europa. El material está constituido por 2/3 de hidróxido de aluminio y 1/3 de acrílica de alta calidad. Kerrock ofrece un vasto surtido de paneles, senos y accesorios y está disponible en 92 colores estándar en espesores entre 3 mm y 18 mm (otros espesores pueden fabricarse bajo demanda). Todos los formatos de paneles, además de los senos, fregaderos e incluso pegamentos están fabricados en una sola fábrica, sin externalizar nada, lo que garantiza un alto nivel de uniformidad de los productos.

4. LEVANTINA / www.levantina.com/es Aquabella by Naturamia Collection es una piedra natural verde como las selvas de Brasil, el país de donde procede, y profunda como un lago de aguas claras. En la superficie de Aquabella, la irregularidad se convierte en perfección a través de un pentagrama de vetas que se extienden, cruzan y quiebran con una belleza digna del arte más rompedor. El color verde agua que le da nombre es su seña de identidad, con los sutiles cambios de tono en una paleta que abarca desde un blanco luminoso hasta vetas de verde profundo. Aquabella es ideal en salpicaderos y encimeras, en espacios donde el agua es protagonista, y su resistencia hace una magnífica pareja con su estética. Para ambientes de lujo contemporáneo, el acabado pulido será la mejor elección, mientras que para añadir un toque especial, la terminación Vintage ofrecerá grandes posibilidades.

5



6

7

5. LUISINA / www.cucineoggi.com La tendencia a crear espacios en la cocina con madera maciza natural, en especial con acabados tipo vintage, sigue en aumento. Desde Luisiwood apuestan fuerte por las maderas de haya y roble con acabados Vintage y Vintage cepillado, aunque la marca ofrece muchas atractivas terminaciones más. La gama total de maderas que proponen desde Luisiwood consta de 18 tipos diferentes y, tras la fuerte demanda del año pasado, se han añadido las maderas de bambú con diferentes acabados: natural, emblanquecido y ennegrecido, Roble emblanquecido y ennegrecido, y Caoba, para abarcar toda la gama de colores y llegar a todos los usuarios.

6. SAPIENSTONE / www.sapienstone.es El gres porcelánico Urban sin cortes está diseñada para dar un toque contemporáneo a la cocina, gracias al encanto del cemento pulido. Su superficie ligeramente irregular devuelve al tacto un efecto extremadamente real y le da al ambiente un sabor urbano y sofisticado al mismo tiempo. Urban está disponible en acabado natural y en variantes antracita y plata, dos tonalidades neutras que coinciden con cualquier mueble de cualquier color. Diseñado según las necesidades específicas de las personas que utilizan la cocina todos los días, tiene un grosor de sólo 12 mm y se puede personalizar con ocho diferentes tipos de borde y combinar con un panel a juego.

7. STARON / www.mondragononline.com Supreme es la colección premium de superficies sólidas Staron. El fabricante ya lanzó una primera colección Supreme en 2016 y recientemente ha presentado esta segunda edición 2017, que ofrece una nueva estética y que añade líneas refinadas y nuevos colores. La nueva colección transmite confort y singularidad a través de sus dos líneas de acabados: los Classic Moderns, que buscan por ejemplo la blancura y las líneas naturales del Bianco Carrara (Mármol Natural), proporcionando un toque de lujo; y los Natural Warm Design, de líneas sutiles, cálidas y audaces que añaden profundidad al material a través del beige y el gris; todos ellos ofrecen un sinfín de posibilidades para diseñadores e interioristas. Mondragón es el distribuidor autorizado de Staron en España.

www.faberspa.com
Evolución vertical.
TALIKA. LA PRIMERA CAMPANA VERTICAL VERDADERAMENTE ULTRAPLANA, IMPULSADA POR NAUTILUS.
NOVEDAD FABER
NAUTILUS
FABER en el 2002 inventó la campana vertical.
Con TALIKA la evoluciona.
Ésto es así gracias a NAUTILUS, el difusor FABER de última generación que, además de tener un espesor de solo 15 cm, permite un salto de clase en la Clase Energética.
TALIKA equipada con NAUTILUS: la enésima exclusiva FABER.
Vencedor grandesignEtico International Award
FABER
AIR MATTERS
COBAIN VIGO, S.L • Delegación exclusiva para España • www.cobainvigo.es

Cocina: la **ILUMINACIÓN** más apropiada para cada zona

CADA ZONA DE LA COCINA DEBERÍA CONTAR CON UNA ILUMINACIÓN PROPIA Y ADECUADA PARA EL TIPO DE TAREA QUE SE REALIZA EN ELLA. POR SUERTE, EN LA ACTUALIDAD, ESTÁN DISPONIBLES EN EL MERCADO NUMEROSAS OPCIONES PARA TODOS LOS GUSTOS Y NECESIDADES.

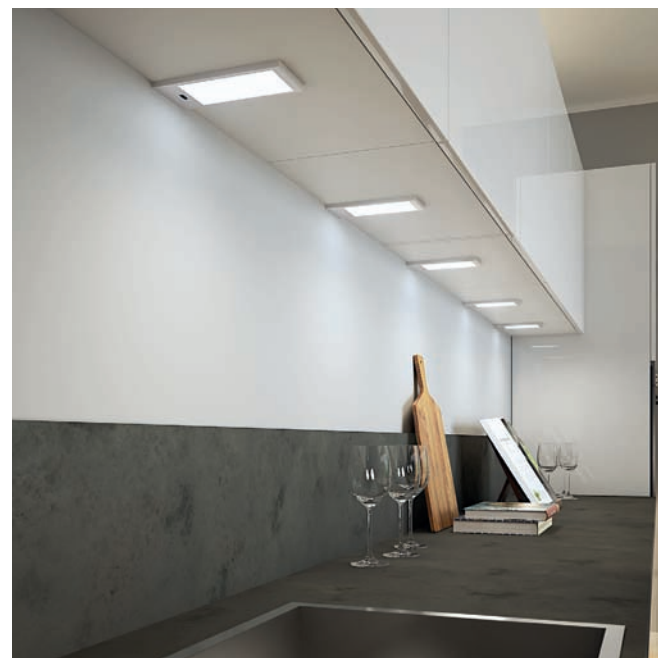
Preparación e ingestión de alimentos, reuniones con familia y amigos, trabajo y/o estudio... Todas estas actividades se realizan ahora en la cocina, y requieren de una iluminación acorde, adecuada para cada de una las zonas en que se divide la estancia, y dotada de eficiencia energética, sosteniblidad, funcionalidad y, a ser posible, un diseño original y atractivo.

CADA ZONA BRILLA CON LUZ PROPIA

Los downlights, circulares, cuadrados o rectangulares, son la opción más extendida para iluminar la cocina desde arriba. Pueden ser empotrados si se dispone de falso techo, o de superficie en el resto de los casos. Es posible optar por aparatos que funcionan con lámparas de bajo consumo o bien recurrir a LEDs, cuyo gasto de energía es mucho menor. Otra ventaja de los LEDs es que son mucho más finos, lo que los hace ideales para empotrarlos en bajos techos de escasa profundidad.

Otro lugar donde la iluminación resulta básica es la encimera. Iluminarla desde la parte inferior de los armarios altos es una opción muy acertada, pues permite disponer de una zona de trabajo competamente iluminada, sin sombras. En este caso las luminarias más demandadas son los LEDs, que, además de su bajo consumo y larga vida, aportan una luminosidad cálida y agradable. Pueden adquirirse en forma de spots, unos focos que ofrecen gran flexibilidad a la hora de resaltar determinadas zonas, o carriles, que iluminan todo la longitud de la encimera de manera homogénea.

También en las estanterías y los armarios altos, una buena iluminación realza su contenido y proporciona una fuente de luz adicional, por ejemplo con baldas iluminadas; en el caso de ser parte de armarios, estos deberán contar con puertas de vidrio translúcido.



K-Pad, de Domus Line.

Los cajones e interiores de muebles de persiana también pueden, y deberían, iluminarse, por ejemplo mediante sensores de luz que, al abrirse el cajón o el mueble, iluminen el interior mediante una tira de LED del mismo ancho, facilitando una perfecta y rápida visualización de su contenido. Estos sensores sólo se activan cuando no hay suficiente luz en el exterior, para no desperdiciar energía.

Para acabar, en la actualidad también es posible instalar líneas de luz en lugares hasta ahora insospechados, como los zócalos inferiores de los muebles, así como iluminar con diferentes colores y, por supuesto, controlar la temperatura, brillo e intensidad de la iluminación mediante dispositivos móviles. En las páginas siguientes se podrán ver ejemplos de todo lo apuntado.

AZERO presenta sus últimas novedades en iluminación

AZERO, MARCA DE LA EMPRESA TECOFIT GROUP, PRESENTA DIVERSAS NOVEDADES EN ILUMINACIÓN IDEALES PARA MOBILIARIO DE COCINA.

Como su propio nombre sugiere, Azero simboliza la robustez, una característica imprescindible en complementos para armarios de cocina. Pero, además de resistencia, la marca de Tecofit Group ofrece productos fabricados con precisión milimétrica, lo que agiliza los procesos de montaje en las cadenas de fabricación de mobiliario de cocina. Azero cuenta en su portfolio de productos con las siguientes novedades en iluminación:

(**1**) **Tucán**. Barra superior LED de luz fría de 6.000 K, táctil, sin puntos de alta iluminación. Cuenta con sensor on/off al movimiento de la mano y está indicada para iluminar largas encimeras con un solo foco. Se encuentra disponible también para corte a medida. Se trata de un sistema fabricado en 12 V de fácil instalación, con sistema atornillable superpuesto.

(**2**) **Siner**, por su parte, es un sistema de barra que incorpora LED de luz fría de 6.000 K sin puntos, para cajón o módulos altos o bajos, con sensor on/off de apertura y cierre de cajón o puerta. Hay medidas disponibles para cualquier módulo y también está disponible para corte a medida. Su área de detección es de 2 a 80 mm. Está fabricado en 12 V y cuenta con soportes atornillables a lateral.

Por último, el minipanel LED con sensor de movimiento incorporado (**3**) **Bielsa**, un foco con LED COB y un único punto LED de alta iluminación, es un sistema de sensor on/off y luz fría de 6.500 K, fabricado en 12 V. Está coordinado para iluminar simultáneamente todos los focos gracias a un sensor de movimiento incorporado en el de cabecera, que enciende los demás. Es de fácil instalación, con atornillado superpuesto.

1

2

3

DEQUM PLAZA SEGONA GERMANÍA, 7 - 03830 MURO DE ALCOY (ALICANTE)
TEL . + 34962389440 / WWW.AZEROLIGHTING.ES

AZERO®

L&S - WWW.LS-LIGHT.COM

L&S, fabricante italiano de sistemas de iluminación para mobiliario, representado en el mercado español por la empresa D´Tec, participó en la pasada feria Interzum con sus productos.

1. Entre las novedades de la firma en la feria alemana, destaca **K-Concept**, diseñado por el arquitecto Egidio Panzera. Se trata de un panel luminoso para revestir longitudinalmente el espacio situado entre los armarios altos y la encimera de la cocina. Pensado como una elegante y fina hoja de luz, acoge a lo largo de su perfil diversos accesorios de cocina fabricados en metal y en cristal.

2. Por su parte, **Kiton** es una lámpara minimalista de reducidas dimensiones apta para todo tipo de cajones incluidos los de lateral y trasera alta, así como para interior de armarios de puerta batiente o corredera. Su elegante diseño le permite integrarse perfectamente en el mueble, a la vez que aporta una alta luminosidad que no molesta a la vista. Kiton sirve tanto para la versión cajón como para la versión de mueble con puertas.

1

2

SC - SC-HERRAJES.COM

SC ha actualizado su catálogo con nuevas regletas de superficie y de empotrar, además de focos, sensores, transformadores... A continuación se detallan las novedades más destacadas de la firma.

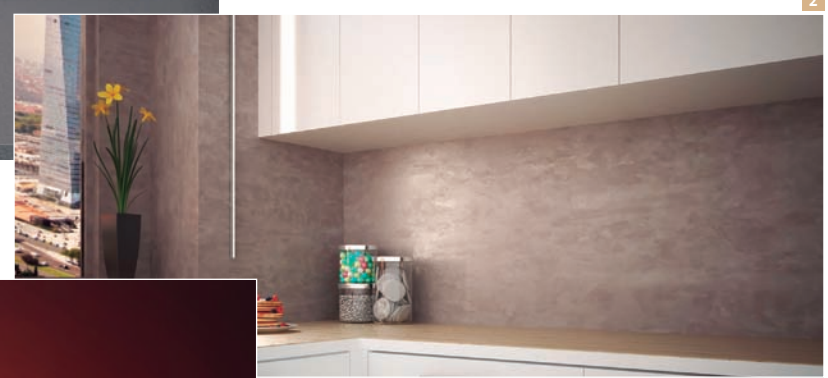
1. L207. Este novedoso perfil LED con batería interna de litio de alta capacidad hace posible iluminar zonas donde no llega la electridad. Funciona durante seis horas continuas, lo que se traduce en meses de uso normal, debido a su sensor IR interno de accionamiento automático on-off de 10 cm de alcance. Incorpora interruptor y batería recargable, y su instalación sin cables ni transformadores, gracias al innovador sistema de sujección con soporte magnético con adhesivo, resulta muy sencilla. Se recomienda emplearlo en cajones y armarios.

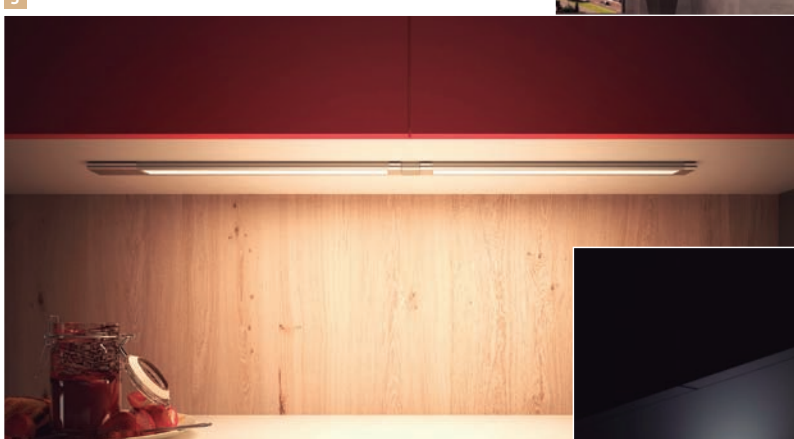
2. L206 es un perfil de superficie y de empotrar de alta intensidad cuya característica principal es la reducida dimensión del haz lumínico. Es altamente decorativo sin puntos LED y están disponibles diversos componentes para montajes a medida. Se recomienda su uso en iluminación de vitrinas y en armarios, entre otros.

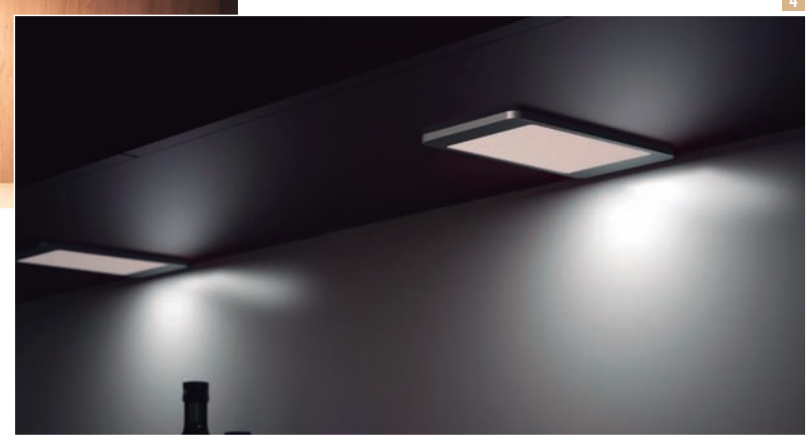
3. L205 Perfil de superficie panel light (sin puntos LED) de intensidad media que incorpora conectores laterales para unir en línea y sensor IR on-off, con empalmes disponibles. Se puede utilizar en iluminación de encimeras, cajones, armarios...

4. L161.190 es un foco LED panel light ultrafino sin puntos LED, disponible también con sensor interno. No necesita mecanizado e incorpora dos cables macho/hembra para instalación en línea. Es ideal para iluminación de encimeras, vitrinas, armarios...

1


2


3


4

DOMUS LINE - WWW.DBGROUPHERRAJES.COM

1. **X-Sign** es la nueva luminaria LED diseñada por **Domus Line** (empresa representada en España por DB Group). Adecuada para muchas aplicaciones inusuales y originales, tanto en áreas residenciales como comerciales, es rápida y fácil de instalar. X-Sign está disponible en una versión básica para instalación bajo unidades de pared y en la versión 4F para superficies planas, y ambas versiones están equipados con un grupo Edge LED especial, lo que garantiza un alto rendimiento y una iluminación uniforme. El difusor, en metacrilato estampado, garantiza una opalescencia perfecta y el fino soporte de la luminaria está disponible en acabados de color aluminio, acero y blanco. La colección X-Sign está disponible con luz blanca natural y blanca cálida y, a petición, en blanco ajustable.

2. **Apex, Miss** (en la imagen) y **Lab** son tres nuevos perfiles LED, con un diseño minimalista para instalación empotrada en armarios independientes, armarios empotrados, estantes y unidades de pared, disponibles en blanco natural y blanco cálido. Se pueden configurar a petición del cliente, lo que es ideal para los fabricantes de muebles. Es posible personalizar el tamaño hasta el milímetro, integrar sensores para encender y apagar y ajustar la intensidad de la luz, y elegir entre diferentes acabados.

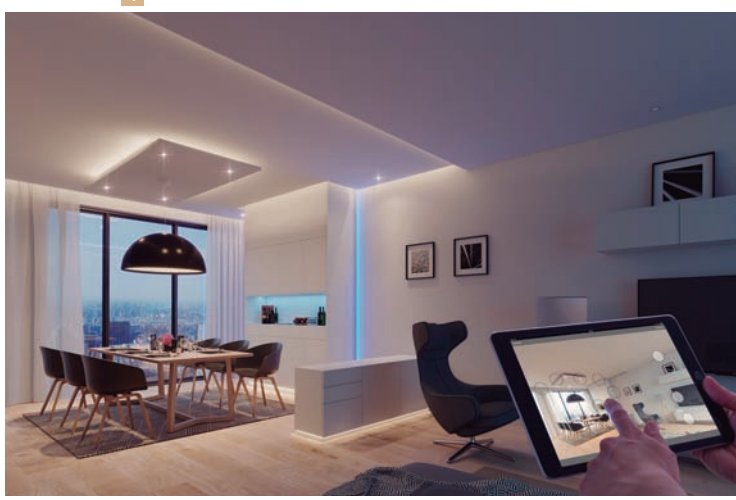
3. **Atom** es una nueva colección de focos para instalación bajo unidades de pared y estantes. La luminaria, extremadamente delgada, está diseñada para montaje empotrado para un orificio de 57 mm. Integra un conglomerado Edge LED de alta eficiencia y un difusor LGP que, en conjunto, garantizan un amplio haz de luz homogéneo. Disponible en tres acabados: cromado, aluminio y níquel satinado, y tres temperaturas de color: blanco natural, blanco cálido y blanco extra cálido. La luz blanca ajustable también está disponible bajo petición.

4. **K-Pad** y **K-Pad IR** son los más novedosos LEDs de panel plano de alto rendimiento de la firma, con un grosor de sólo 8 mm y un diseño simple y mínimo. El difusor especial LGP garantiza un amplio haz luminoso y una homogénea difusión de gran comodidad visual en la superficie de trabajo. Se instalan rápida y fácilmente, gracias al soporte de deslizamiento especial que incluyen. Disponible en acabado de aluminio y acero, K-Pad se puede configurar en tres temperaturas de color: blanco natural, blanco cálido y blanco extra cálido. También está disponible con un atenuador electrónico para ajustar la intensidad de la iluminación y con un sensor de proximidad (K-Pad IR) para la instalación dentro de unidades de pared.

1

2

3

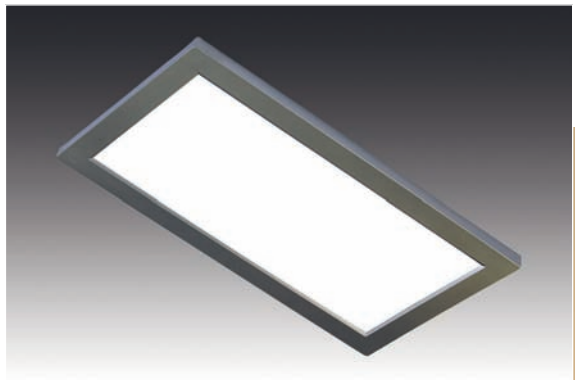


4

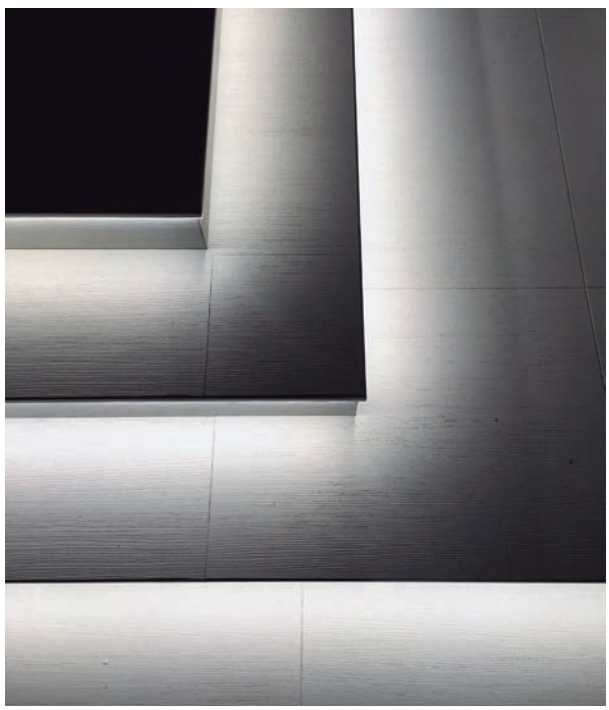
1-2. EMUCA / www.emuca.es La firma cada vez apuesta más por la iluminación aplicada al mueble; por ello incorpora un nuevo perfil inclinado (1) para la realización de luminarias DIY junto con el perfil difusor y las tiras LED adhesivas (Proflex, Rolflex y Xflex). Se trata de una solución pensada para iluminar los muebles a medida, gracias a la inclinación de 30º del haz que homogeniza la luz y evita deslumbramientos. Su innovador diseño en anodizado mate permite instalar la luminaria en la superficie del mueble en horizontal mediante posicionadores, de manera que queda totalmente integrada. Asimismo, el perfil se puede cortar a la medida que se desee. Emuca también lanza las nuevas luminarias Volans (2) y Rolflex 144 W, entre otras. La gran ventaja de Volans es que no requiere convertidor adicional, ya que funciona a 230 V AC, y destaca además por su tecnología LED, con un diodo COD de alto rendimiento y un gran flujo luminoso de 250 lúmenes con una temperatura de color natural de 4.000 K y 4 W de potencia. Por su parte, Rolflex 144 W es una tira flexible LED adhesiva de alta luminosidad, con una potencia de 28,8 W/m, que también está disponible en temperaturas de luz natural.

3. FORMA E FUNZIONE / www.cucineoggi.com Cucine Oggi presenta la novedad Geo Corner Black de Forma e Funzione, una regleta de LED con 110 lúmenes por watio que aporta a la encimera la potencia necesaria para servir como banco de trabajo. Está fabricada sobre un perfil de aluminio en acabado negro, lo que le aporta elegancia y sobriedad. Cucine Oggi puede fabricar a la medida, bajo la supervisión de Forma e Funzione, cualquier regleta inferior a 3.000 mm para ofrecer a sus clientes el servicio rápido que les caracteriza.

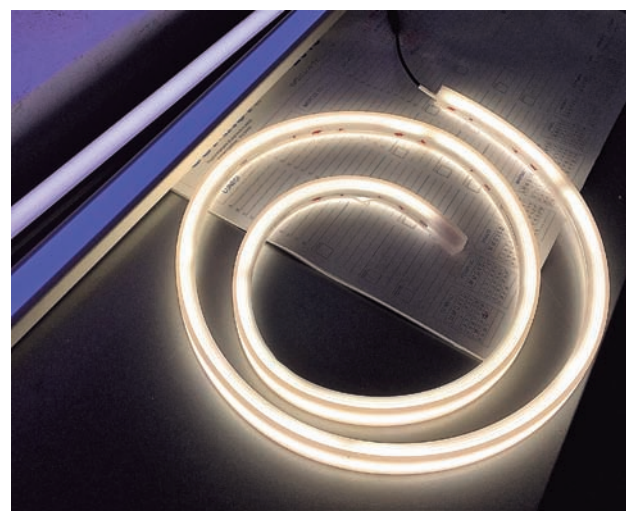
4. HÄFELE / www.haefele.es En su tercera generación, el sistema de iluminación LED Loox, que posibilita una armoniosa cuarta dimensión del mueble seleccionando el color de luz adecuado de un modo increíblemente fácil y económico, se ha convertido en portal de acceso al mundo domótico con Häfele Connect. Así, es posible contralar cómodamente la iluminación y los herrajes eléctricos de los muebles desde una App en el smartphone, mediante un módulo BLE (Bluetooth de Baja Energía), que permite encender, apagar, y elegir la luminosidad, el color de la luz con bombillas multiblanco, o la temperatura de color con lámparas RGB, así como memorizar escenas de iluminación o programar cambios; también ayuda a aumentar la seguridad con la simulación de presencia programable.



5



6



5. HERA / www.hera-online.de Hera desarrolla soluciones de iluminación de diseño orientadas a múltiples aplicaciones, como Dynamic LED Sky, de apariencia elegante con sólo 8 mm de altura y óptica de acero inoxidable, que puede iluminar una gran superficie. Es antideslumbrante y de superficie plana, con un ángulo de emisión de 110 °, y una luminosidad de 208 lúmenes (comparable con más de 25 W de halógeno) en sólo 6 W. Gracias a la última tecnología de LEDs de superficie, una iluminación clara como el día está garantizada. El color de luz se puede regular individualmente de 2.700 a 5.000 Kelvin. La luminaria es controlable por smartphone o tableta o de manera digital con DALI.

6. SERVICANTO / www.servicanto.es Los difusores Flex&Lux para tiras LEDs se adaptan a las necesidades del cliente debido a sus formas y tamaños diferentes, y la flexibilidad del material permite conseguir radios muy variados. Insertando la tira Led dentro del perfil-difusor, se consigue convertirla de rígida a flexible y cambiarla de color para diferentes puntos de ambiente. Este producto es resistente a los factores climatológicos como lluvia, nieve, calor y rayos UV.

COCINA INTEGRAL

Imagen: Creado por Freepik

Los ELECTRODOMÉSTICOS DE COCCIÓN, protagonistas en la IFA 2017

LA FERIA IFA DE BERLÍN, CELEBRADA EN LA CAPITAL ALEMANA A PRIMEROS DE SEPTIEMBRE, VOLVIÓ A MOSTRAR LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS EN LA INNOVACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA.

El pasado 6 de septiembre, la feria IFA de Berlín cerró sus puertas habiendo superado la cifra de 253.000 visitantes, de los que más de la mitad, procedían de fuera de Alemania.

La principal feria europea de electrónica de consumo y electrodomésticos de gama blanca, volvió a dar el "do de pecho", con toda su superficie expositora, unos 159.000 metros cuadrados, ocupados al completo por 1.805 empresas.

La Messe Berlin, organizadora de la feria, calcula que durante los seis días que duró la muestra se generó un volumen de pedidos cercano a los 4.700 millones de euros, lo que augura una buena campaña de Navidad.

IFA volvió a ser, también, el escaparate de numerosas innovaciones y lanzamientos de productos, lo que demuestra, en palabras de Hans-Joachim Kamp, presidente del Consejo de Supervisión organizador de la IFA, gfu Consumer & Home Electronics GmbH, "que la feria es y sigue siendo el lugar de encuentro ideal y el mercado para el comercio y la industria".

Por su parte, el Dr. Reinhard Zinkann, presidente de la Asociación ZVEI de Electrodomésticos y presidente del CECED ha recordado que IFA "ha fortalecido su papel como la feria más importante del mundo en este año del décimo aniversario de la inclusión en el salón de los electrodomésticos".

Y es que la gama blanca ha brillado con luz propia en la feria este año, con lanzamientos innovadores destacados dentro de las gamas de cocción, frío y lavado, con el panorama de fondo del hogar conectado.

IFA GLOBAL MARKETS

En la IFA de este año, se registró un gran éxito para el salón satélite IFA Global Markets, que reúne a OEMs y ODMs en un lugar conectado con la feria mediante lanzaderas y que se ha convertido en el mayor evento de abastecimiento y cadena de suministro para electrónica de consumo y electrodomésticos de toda Europa.

El CEO de Messe Berlin, el Dr. Christian Göke, describió el evento como absolutamente impresionante. "Este año, IFA Global Markets realmente dio un gran salto, tanto en términos de tamaño como de calidad", dijo. Y es que este año esta feria de componentes para fabricantes se duplicó con respecto a la edición del año pasado.

"Nuestros expositores están encantados", dijo Zhang Jing, director de la Cámara de Comercio de China, que apoya a 150 expositores de IFA Global Markets. "Apenas una hora después de la inauguración, mis expositores ya tenían algunos de los clientes más grandes y más importantes en sus stands", dijo.

La próxima edición de la IFA tendrá lugar en Berlín del 31 de agosto al 5 de septiembre de 2018.

En las páginas siguientes ofrecemos un resumen algunas de las principales novedades presentadas en la IFA.

www.ifa-berlin.com

1

2

3

4

1-2. SIEMENS / www.siemens-home.bsh-group.com/es La gama de hornos iQ700 (1) destaca por incluir todos los métodos de cocción en un solo horno, incluyendo la función varioSpeed, que combinado con microondas permite cocinar hasta en la mitad de tiempo, y pulseSteam, que realiza aportes de vapor para conseguir resultados crujientes por fuera y jugosos por dentro. Finalmente, la combinación de estas tecnologías permite obtener alimentos en su punto perfecto de cocción, ahorrando tanto tiempo como energía, incluyendo la autolimpieza pirolítica. Su diseño destaca por el cristal negro y también en blanco, combinado con acero y display TFT con imágenes a todo color y manejo intuitivo.

Las campanas decorativas verticales de Siemens (2), a juego con los hornos iQ700 pueden ser controladas mediante un display, deslizando el dedo fácilmente. Este display de alta precisión permite acceder a las diferentes funciones: regular la intensidad de iluminación, temporizar la desconexión de la campana o visualizar la necesidad de limpieza de los filtros.

3-4. MIELE / www.miele.es Dialog es un nuevo y revolucionario horno que permite, por ejemplo, cocinar un pescado dentro de un bloque de hielo sin que el hielo se derrita; o cocinar simultáneamente varios ingredientes diferentes. Ello es posible gracias a una nueva tecnología llamada M Chef. El sistema utiliza unas ondas electromagnéticas que se comunican y "dialogan" a través de diferentes frecuencias con la textura de cada alimento de forma inteligente. A través de estas ondas electromágnéticas y utilizando la tecnología M Chef el horno Dialog proporciona a cada alimento el calor exacto de forma volumétrica.

5

6

7

8

5-6. BOSCH / www.bosch-home.es Bosch Vario Style (5) es un nuevo concepto para la personalización de la cocina basado en una propuesta cromática para los paneles frontales de los frigoríficos. Inicialmente disponible en 19 colores diferentes permite combinar los colores, incluso de la puerta superior e inferior, en el modelo de la marca de 200 x 60 cm.

Por su parte, las nueva Serie 6 de lavadoras de la marca, con dosificación automática i-dos y Active Oxygen, que incorpora ozono en el ciclo de lavado para desinfectar y eliminar olores, sumará un modelo de lavadora secadora con un nuevo diseño y una capacidad de 9/10 kilos de lavado y 6 de secado.

7-8. AMICA / www.amica.es Fruto de su nueva estrategia de convertirse en especialistas de la cocción, en la IFA destacó la gama de hornos In.Line (7), con cinco niveles de bandejas, recetario en la puerta, o iluminación roja en el tirador de la puerta cuando está funcionando o caliente. Disponible en blanco, beige y negro, cuenta con un display LED de 7 pulgadas. Posee conectividad Bluetooth. y aporte de vapor. En la IFA se mostraron también los tres nuevos colores pastel (azul celeste, verde botella y beige) de su gama de frigoríficos vintage, Retro (8).

9

10

11

9. LIEBHERR / www.frigicoll.es Entre las particularidades de la línea CoolVision destaca el nuevo modelo StickerArt de edición limitada. Sus puertas han sido impresas con un procedimiento de termosublimación de primera calidad y gran durabilidad. De esta forma, el color se mantiene brillante, el grabado se limpia fácilmente y conserva su buen aspecto a largo plazo.

10. AEG / www.aeg.com.es En la feria, la marca alemana del Grupo Electrolux dio a conocer sus nuevas placas de inducción con un diseño extra plano que optimiza el espacio, ya que se puede instalar en una encimera de tan solo 12 mm de alto (28 mm en caso de haber un horno AEG debajo). Además, tiene una nueva interfaz de usuario con controles intuitivos. Al encender y colocar una cacerola sobre la placa, el control LED deslizante se enciende automáticamente, de modo que es fácil indicar inmediatamente la temperatura deseada.

11. CANDY / www.candy-group.com Bianca es la lavadora inteligente que habla. Por primera vez, es posible conversar con la lavadora a través del smartphone, gracias a la función "Talking Bianca". Con un diálogo natural y una interacción inteligente, Bianca comprende las distintas necesidades de la colada, ayuda al usuario a elegir el programa más adecuado, memoriza los hábitos de lavado y secado y sugiere consejos de lavado. Además, Bianca informa inmediatamente sobre el estado y mantenimiento del aparato, con el fin de facilitar la intervención del usuario si fuera necesario. Una experiencia intuitiva nunca antes vista.

EXPO SICAM 2017 vuelve a superarse respecto a sus ediciones anteriores

EXPO SICAM 2017 SE CELEBRARÁ ENTRE LOS DÍAS 10 Y 13 DE OCTUBRE EN EL CENTRO DE EXPOSICIONES DE LA CIUDAD ITALIANA DE PORDENONE.

La Feria Internacional de componentes, tecnología de productos y accesorios para la industria del mueble se supera una vez más a sí misma. En esta edición, el evento llegará reforzado tanto en número de empresas expositoras como en internacionalidad y calidad de tecnologías, materiales y diseño.

BATIENDO RÉCORDS: LA RECETA DEL ÉXITO

Alrededor de 580 expositores procedentes de 36 países distintos presentarán sus últimas novedades y tendencias para el sector de los productos y accesorios para la industria del mueble. Así pues, esta edición de Sicam contará con una gran presencia de empresas extranjeras, las cuales representan más del 28% del total, y se caracterizará también por reunir más expositores que nunca, en una superficie de más de 28.000 metros cuadrados.

Uno de los factores que ha hecho que esta edición de Sicam sea tan prometedora es la internacionalización del evento. Actualmente, las comunidades de diseñadores, arquitectos y fabricantes de alrededor del mundo ya consideran que la feria Sicam de Pordenone es una cita imprescindible en la que se dictan las líneas que determinarán la temporada siguiente de la industria mundial del mueble.

Imagen de la anterior edición de la Feria Sicam 2016.

RECINTO: DISTRIBUCIÓN Y ACCESO

La distribución del recinto de Pordenone se ha ideado con el objetivo de garantizar la mayor comodidad y efectividad. De esta forma, los expositores se distribuirán alrededor de los nueve pabellones para facilitar tanto la visita de los stands como la celebración de reuniones de negocios. Asimismo, se abrirán las tres entradas del recinto ferial para lograr un flujo de visitantes homogéneo y rápido. Llegar a Sicam también será más fácil este año. Tres aeropuertos ofrecen vuelos directos procedentes de más de 150 destinos, tanto europeos como internacionales. Además, se ha habilitado un servicio de bus lanzadera desde los aeropuertos hasta la Feria de Pordenone.

ALGUNAS EMPRESAS EXPOSITORAS

Entre las firmas que estarán presentes en Sicam 2017 se encuentran, por ejemplo, Vauth-Sagel se presentará en la feria con un logotipo y un diseño renovados. Entre los productos más destacados de su stand se encuentran la nueva solución Cornerstone Maxx. Se trata de una versión mejorada de sus ya míticos sistemas de armarios esquineros, que permite gestionar el espacio interior en las esquinas de las cocinas de una forma eficaz y cómoda.

Entre los productos que expondrá Indaux cabe mencionar el compás Deltax3, con la misma estética que el Delta pero con una resistencia a la carga tres veces superior; el cajón Atractive, con líneas rectas, tres alturas y capaz de aguantar 40 kilos de carga; la corredera telescópica Komplet, para cajones de hasta 30 kilos, de fácil apertura y cierre progresivo amortiguado INDAmatic 2.0; y los nuevos colgadores antivuelco Traser-6, con una leva más ancha, activación automática en el montaje y posibilidad de desmontarse sin usar herramientas.

Por su parte, la empresa Blum expondrá novedades en compases abatibles, bisagras y módulos extraíbles. Además, Blum mostrará sus nuevos servicios y ayudas de montaje para planear cuerpos enteros, colocar y montar herrajes de muebles que ofrecen nuevas posibilidades de creación y diferenciación. Entre ellos la Guía Blumotion S o el herraje de compases abatibles Aventos HK Top.

Finalmente, Estamp presentará su actual gama de productos que se engloba en estilos vanguardistas, contemporáneos, infantiles y rústicos. La colección Black&White es una de las grandes apuestas de Estamp, con una amplia variedad de tiradores y pomos en acabados blanco y negro, pensados para ambientes minimalistas y modernos.

Otras de las empresas que dispondrán de su propio stand en Expo Sicam son, por ejemplo: Wudesto Italia, Silestone, Sunwood by Stainer, Pitt Cooking, Neolith, Lehmann o Menage&Confort, entre otras.

Expositores de la Expo Sicam 2016.

EXPOSITORES: SECTORES

Los mercados más importantes asistirán a esta edición de Sicam con expositores mundiales tanto del sector de los componentes y accesorios como del sector de la demanda para la producción de mobiliario. Así pues, estarán presentes desde los más maduros, que siguen siendo los que arrastran al sector, hasta los emergentes en Extremo Oriente, en África y en América del Sur. Concretamente, los sectores que tendrán más presencia en esta edición de Sicam son: Herrajes, Elementos y sistemas, Tejidos y cueros, Materiales para tapicería, Superficies, Semiacabados, Acabados interiores, Productos químicos, Materiales y Servicios. www.exposicam.it

FIMMA-MADERALIA se prepara para una edición 2018 de éxito

FIMMA-MADERALIA COMENZÓ CON INMEJORABLES EXPECTATIVAS LA COMERCIALIZACIÓN DE SU PRÓXIMA EDICIÓN. A CUATRO MESES DEL PRÓXIMO MES DE FEBRERO, NUMEROSAS FIRMAS DE ENTRE LAS MÁS DESTACADAS DEL SECTOR YA HAN CONFIRMADO SU ASISTENCIA, Y SE HA INCREMENTADO TAMBIÉN EL ESPACIO CONTRATADO.

FIMMA-Maderalia, la gran bienal del sector, ha superado las expectativas previstas para 2018. Un incremento sustancial de la reserva de espacio y la confirmación de la presencia de grandes líderes mundiales en sus respectivos sectores pronostican una edición histórica. Así, Grupo Alvic, Biesse, Barberán, Blum, Emedec, Hettich, Häfele, Homag, Titus Plus, Salice, ICA, IVM Chemicals, Kesseböhmer, Indaux, Emuca, DB Group, Servicanto, Vergés, Cucine Oggi, Plastimodul y Cantisa son algunas de las firmas que han asegurado su presencia en la gran bienal del sector, que se celebrará del 6 al 9 de febrero en la ciudad de Valencia. La 38ª Feria Internacional de Maquinaria, Materiales y componentes para el Mueble, Carpintería y Decoración que, al igual que en pasadas ediciones, coincide con Cevisama, espera asimismo congregar a un gran número de visitantes.

LAS FIRMAS GLOBALES APUESTAN POR VALENCIA

A estas buenas perspectivas han contribuido, sin duda, las acciones comerciales en los mercados internacionales y la campaña de promoción sectorial en el ámbito nacional. De este moda, las dos ferias gemelas han recibido el espaldarazo de firmas globales, que no sólo apuestan por el certamen de Feria Valencia como plataforma de negocio para el arco mediterráneo, Magreb y Latinoamérica, sino que, en muchos casos, se proponen incrementar de forma sustancial el volumen de su stand. Un ejemplo será la multinacional Sonae -Arauco, que prepara una gran exposición en Maderalia 2018, al igual que firmas internacionales como Blum, Hettich, Häfele, Titus Plus, Salice, Renner, ICA, IVM Chemicals o Kesseböhmer. Este interés se ha traducido en un incremento en la reserva de espacio expositivo que se contabilizó en un 15% ya a ocho meses del evento.

La bienal tiene previsto ocupar los pabellones 8, N2P7, N3P7 y N3P6 de Feria Valencia, con conexión directa con el área expositiva de Cevisama. Como novedad en esta edición, la organización ha decidido dividir en dos pabellones diferenciados a los expositores de herrajes, cantos, colas, barnices y componentes para la cocina y el baño, y en otro, a todos los expositores de carpintería, construcción y decoración. Como apunta el director del certamen, Miguel

FIMMA-Maderalia 2016.

FIMMA-Maderalia 2016

Bixquert, esta decisión tiene como objetivo *facilitar la visita de los más de 30.000 profesionales que esperamos se den cita en la próxima edición del certamen*.

LAS COMPAÑÍAS OPINAN

Grupo Alvic ha renovado el patrocinio global con FIMMA-Maderalia para la próxima edición. La compañía ya fue el principal patrocinador de la última edición de FIMMA-Maderalia, celebrada en 2016, que coincidió con el 50 aniversario de la marca. Alvic aprovechará esta edición para presentar a sus clientes su nueva colección 2018/2019, que incluye una innovadora gama de diseños y acabados.

Otra de las empresas presentes en la feria *por tradición*, tal como afirma la responsable de Ferias de la empresa, Elena Taberner, es Barberán. Según la firma de Castelldefels (Barcelona), es de destacar la *perseverancia* de los organizadores, que *han sabido conducir la principal feria del sector también durante los años más complicados de la crisis*. Barberán presentará en Valencia interesantes novedades para las industrias de la carpintería y el mueble, con el objetivo de que los visitantes puedan conocer de primera mano sus prestaciones y su funcionamiento.

Por su parte, Cantisa, empresa especializada en la transformación de chapas de madera y melaminas para el recubrimiento de cantos y molduras, también volverá a FIMMA-Maderalia 2018, porque *es la feria de referencia del sector*. Desde 1985 Cantisa no ha dejado de participar en este evento, que se celebra precisamente donde la empresa tiene su razón social. Para Manuela Rico, responsable de Organización de Eventos de la firma y miembro del comité organizador del certamen, *las expectativas de cara a la próxima edición son muy positivas porque nuestra inercia es que en cada edición vamos mejorando. Hay buenas sensaciones, y aunque no corren los tiempos de antaño, se hacen buenas propuestas y se trabaja bien. Este evento es, sin duda, un punto de encuentro esencial para las empresas del sector de la madera y el mueble para dar a conocer nuestras novedades a la industria, saludar a nuestros clientes actuales y sembrar para trabajar también con nuevos clientes potenciales*. Cantisa llevará a la feria sus últimas novedades, enfocadas al segmento del canto del tablero. Junto a la chapa y la madera, la firma de Quart de Poblet ha ido derivando también hacia la transformación de otros materiales, muy presentes en el mueble, como son el PVC, las melaminas y otros compuestos sintéticos.

Emedec, empresa con más de dos décadas de trayectoria en el mercado de la distribución de materiales y productos derivados de la madera, no faltará tampoco a FIMMA-Maderalia 2018, porque, tal y como señala su gerente, Alberto Santiago, es *una oportunidad para explorar el pulso del mercado con clientes y prescriptores, así como el mejor escaparate posible para presentar nuestras novedades*. Desde el año 2005, Emedec acude ininterrumpidamente a la feria, y en la compañía tienen grandes esperanzas puestas en la próxima edición. *El hecho de compartir tiempo y espacio con Cevisama aportará también un perfil añadido de cliente, más prescriptor*, afirma Alberto Santiago. El gerente de Emedec vislumbra el evento en una coyuntura económica favorable que ya se detecta ante el incremento de pedidos. Asegura que hay u*n clima más optimista* en cuanto a la situación económica del sector, y está convencido de que se podrá ver muchísima más oferta por parte de todos y cada uno de los expositores. *FIMMA-Maderalia no es una feria de un día, sino que hay que emplear varias jornadas para poder conocer bien toda la oferta que se exhibirá en la muestra*.

fimma-maderalia.feriavalencia.com

Se espera una edición 2018 récord de FERIA DEL MUEBLE DE ZARAGOZA

A FALTA DE SEIS MESES PARA SU CELEBRACIÓN, LAS CIFRAS QUE PRESENTA FERIA DEL MUEBLE DE ZARAGOZA 2018 (FMZ.2018, DEL 24 AL 27 DE ENERO EN LAS INSTALACIONES FERIALES DE LA CAPITAL ARAGONESA) AUGURAN UNA EDICIÓN QUE SUPERARÁ A TODAS LAS ANTERIORES.

Así, el 90% de las empresas que participaron en la pasada edición ya ha confirmado su presencia en FMZ.2018. Además, se ha superado la superficie contratada en 2016, lo que significa que las firmas expositoras han contratado un mayor número de metros cuadrados para poder exhibir una oferta más completa y relevante de mobiliario.

Las cifras que presenta FMZ.2018 son reflejo del éxito del trabajo llevado a cabo por Feria de Zaragoza y que ya se dejó ver en la pasada edición. Esta convocatoria será la de la consolidación del salón como un destacado evento para la industria del mueble y la decoración en la Península Ibérica. Además, el equipo comercial de Feria del Mueble de Zaragoza sigue trabajando para mejorar su posicionamiento en el mercado internacional. En la planificación de la edición de 2018 destaca el fuerte impulso a la presencia de grupos de compradores extranjeros, debido en buena parte a la puesta en marcha de un programa de Misiones Comerciales. Este programa contribuirá, a buen seguro, a mejorar la internacionalización de las empresas españolas presentes en Feria de Zaragoza en enero del próximo año.

EL SECTOR, EN FRANCO CRECIMIENTO

Según destaca el estudio *La industria del mueble en España* (edición 2017), que anualmente edita el Instituto Tecnológico Metalmecánico, Mueble, Madera, Embalaje y Afines (AIDIMME), la industria del mueble se encuentra en constante crecimiento desde los últimos tres años.

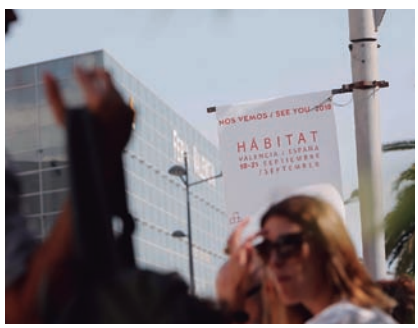
La facturación del sector mobiliario en 2016 ascendió hasta los 4.227 millones de euros, lo que supone un incremento del 5,9% con respecto a 2015. Del mismo modo, este aumento se ha visto reflejado en una mayor tasa de empleabilidad en la industria.

Sin duda, la celebración de FMZ.2018 ayudará a cumplir las previsiones de este estudio, que vaticina un crecimiento similar en los próximos años, representando un importante motor económico para la producción, la exportación, la empleabilidad y la inversión en investigación en el sector del mueble.

www.feria zaragoza.es

FMZ.2016.

HÁBITAT 2017: LA EDICIÓN DE LA RECUPERACIÓN La feria del mueble, iluminación y decoración de Valencia cerró sus puertas el pasado día 22 de septiembre con unos registros que invitan al optimismo y que marcan la senda de la recuperación de la cita de Feria Valencia. En este sentido, y a falta de contabilizar aún las cifras de la tarde del último día, las visitas superaban a mediodía del viernes los 22.000 registros, lo que supone un notable incremento de la cifras de la última convocatoria, celebrada junto a Cevisama y FIMMA-Maderalia. Espoleado por la satisfacción de expositores y asociaciones sectoriales, el certamen ya se ha puesto en marcha de cara a la cita de 2018, que se celebrará del 18 al 21 de septiembre en Feria Valencia.



REHABITAR MADRID, LA NUEVA FERIA DE LA REHABILITACIÓN Y LA REFORMA Reahabitar Madrid (Espacio para la Reforma y Rehabilitación de tu Vivienda), organizada por IFEMA, se celebró en la madrileña Plaza de España, del 22 al 24 de septiembre. El evento, de acceso libre, reunió las soluciones de casi un centenar de empresas para el acondicionamiento y reformas de hogares y edificios, además de 50 talleres, actividades infantiles y demostraciones prácticas. Participaron más de 90 empresas, entidades y organismos.

GRAN AFLUENCIA DE INSCRIPCIONES PARA ZOW 2018 Más de 80 expositores ya han confirmado su presencia en ZOW 2018, la feria de proveedores para la industria del mobiliario y el diseño de interiores en Bad Salzuflen (Alemania), que tendrá lugar del 6 al 8 de febrero. Más de la mitad del espacio de exposición ya ha sido reservado y, a un poco menos de cinco meses del evento, todo apunta a un gran éxito en el lanzamiento del nuevo concepto. La lista de empresas que ya han confirmado su asistencia incluye a ASD Orman, Arturo Salice, Camar, Christian Kröger, DTS Systemoberflächen, Gamet, Inoxa, Hailo-Werk, Hansmeier, Henke Gruppe, Impress Surfaces, Interprint, Klebe, Kleiberit, Ninkaplast, Schüco, SIRO, Swiss Krono y Wessel Licht.

LAS MARCAS VAN A AREA 30 Elica mostró sus productos en Area30, la feria dedicada a las cocinas que se celebró en Lohne (Alemania) del 16 al 21 de septiembre. Uno de los productos estrella de la firma italiana fue NikolaTesla, su producto insignia, un extractor de inducción que elimina, automáticamente, los vapores y los olores. También el truck SapienStone celebró la novena etapa de su gira #AroundTheTop, asistiendo a Area30. Equipado con dos cocinas, el stand sobre ruedas de la marca italiana acogió sesiones de showcooking para mostrar los atributos de sus encimeras de cocina.

BUENAS PERSPECTIVAS PARA IMM COLOGNE 2018 Imm Cologne 2018 parece marcar una vez más el inicio de una espléndida temporada para el ámbito del mobiliario, dado que el espacio de exposición ya reservado supera todas las expectativas de los organizadores de la feria de Colonia. En la próxima edición de este punto de intercambio para el sector internacional del mueble, además de los numerosos expositores de ediciones anteriores que vuelven, se ha producido un notable aumento en el interés de las empresas de mobiliario del este y el sudeste de Europa, especialmente de Polonia, Grecia y Turquía. También en el sur de Europa aprecian el mercado de Alemania: en el número de expositores de Italia, España y Portugal se han registrado incrementos de dos dígitos. Por otra parte, cada vez son más las compañías estadounidenses del sector que no temen el largo camino hacia el Rin. En total, se espera recibir en Colonia a más de 1.200 expositores, de los cuales más del 70% proceden de fuera de Alemania.

NEOLITH Y LAPITEC, EN MARMOMAC Por tercer año consecutivo, Lapitec participó en la feria Marmomac de Verona (Italia, 27-30 de septiembre) que este año alcanzó su 53ª edición, y expuso ante los profesionales del sector dos innovaciones importantes que amplían su gama de colores: dos tonos que se sitúan en extremos opuestos de la paleta cromática: Nero Assoluto y Bianco Assoluto. También estuvo presente la colección Urban, expuesta en los colores Brooklyn y London. Por su parte, Neolith presentó sus novedades para 2018, cuatro colores que aumentan la gama de superficies Premium de la marca, Retrostone, Mirage, Magma y Krater, que se sometieron a la opinión de los visitantes. Neolith mostró también los dos nuevos colores disponibles en acabado NanoTech Polished, Luna y Bombón.

OCTUBRE

L	M	X	J	V	S	D
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

03/05 Sosnowiec (Polonia)
TOOLEX
Feria internacional de máquinas, herramientas y procesos
www.exposilesia.pl/toolex/uk

10/13 Pordenone (Italia)
EXPO SICAM
Salón internacional de componentes, semielaborados y accesorios para la industria del mueble
www.exposicam.it

11/14 Moscú (Rusia)
I SALONI - MADE EXPO WORLDWIDE MOSCOW
Salón de muebles italianos y primera feria internacional de la construcción y la arquitectura edición Moscú
www.isaloniworldwide.ru/en

14/18 Estambul (Turquía)
INTERMOB - WOOD PROCESSING MACHINERY
Feria del mueble y la madera - Feria de maquinaria y herramientas de procesamiento de madera de Turquía
10times.com/intermob-furniture-fair - www.woodmachineryistanbul.com

18/21 Ho Chi Minh (Vietnam)
VIETNAMWOOD
Feria del suministro de la madera
www.vietnamwoodexpo.com

22/24 Shanghai (China)
CHINA INTERNATIONAL KITCHEN AND BATHROOM EXPO
Edición china de LivingKitchen
www.livingkitchen-china.com

25/27 Barcelona (España)
INTERIHOTEL
Evento español de interiorismo de hoteles
www.interihotel.com

NOVIEMBRE

L	M	X	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

31/03-11 Brno (República Checa)
WOOD-TEC
Feria de maquinaria para la madera
www.bvv.cz/en/wood-tec

05/08 Bruselas (Bélgica)
BRUSSELS FURNITURE FAIR
Feria del sector del mueble de Benelux
www.furniturefairbrussels.be

06/10 París (Francia)
BATIMAT
Feria internacional de la construcción.
www.batimat.com

08/10 Jakarta (Indonesia)
THE BIG 5 CONSTRUCT INDONESIA
Feria internacional de la construcción
www.thebig5constructindonesia.com

14/17 Moscú (España)
WOODEX MOSCÚ
Exposición internacional de máquinas de corte, equipos y tecnologías para la producción de madera y muebles
www.woodexpo.ru/en-GB

17/19 Fort Lauderdale (Florida, EE.UU.)
HOMESHOW
Feria del diseño y la remodelación de Florida (edición de otoño)
www.homeshows.net

20/22 Tokio (Japón)
INTERIOR LIFESTYLE LIVING
Feria japonesa del diseño de interiores
www.ifft-interiorlifestyleliving.com

22/23 Madrid (España)
EPOWER&BUILDING THE SUMMIT
I Congreso Europeo de Construcción, Habitabilidad, Economía y Liderazgo
www.ifema.es/epower_01

20/24 Moscú (Rusia)
MEBEL MOSCÚ
Feria internacional y Salón de componentes, semielaborados y accesorios para la industria del mueble
www.meb-expo.ru

26/29 Dubai (EAU)
THE BIG 5 SAUDI
Feria internacional de la construcción
www.thebig5.ae

ENERO

L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

9/11 Orlando (EE.UU.)
KBIS
Feria de la industria de la cocina y el baño
www.kbis.com

11/13 Damietta (Egipto)
WOODTECH FORUM
Primer punto de encuentro profesional en Egipto para los profesionales del sector de la madera y el mueble.
www.woodtech-forum.com

15/21 Colonia (Alemania)
IMM COLOGNE - LIVINGINTERIORS
Feria internacional del mueble - Feria internacional de la decoración de habitaciones y baños.
www.imm-cologne.com

16/20 Basel (Suiza)
SWISSBAU
Feria del mueble y la decoración
www.swissbau.ch

La editorial no se hace responsable de posibles cambios, por lo que aconsejamos que, antes de organizar su viaje, consulte con la entidad organizadora de la feria

17/20 México D.F.
MAGNA EXPOMUEBLERA
Feria de maquinaria para madera, herra jes, accesorios, materiales, muebles para hogar y oficina y cocinas integrales
www.magnaexpomueblera.mx

18/21 Toronto (Canadá)
IDS TORONTO
Tendencias, ideas y nuevos productos para todo el mundo
www.interiordesignshow.com

18/22 París (Francia)
PARIS DÉCO OFF
Encuentro de editores y creadores de la decoración internacional
www.paris-deco-off.com

19/23 París (Francia)
MAISON-OBJECT
Feria internacional de la decoración, el diseño de interiores y las soluciones para el hogar
www.maison-objet.com

24/27 Zaragoza (España)
FERIA DEL MUEBLE - MADERMAQ
Feria internacional del mueble - Feria de maquinaria, herramientas y proveedores del sector madera-mueble
www.feriazaragoza.es / www.madermaq.es

29/01-02 Miami (Florida, EE.UU.)
THE INTERNATIONAL SURFACE EVENT EAST
Edición Costa Este de las ferias Surfaces, StonExpo/Marmomacc Americas y TileExpo
tiseeast.com

FEBRERO

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

26-01/04 Túnez
SALÓN DEL MUEBLE DE TÚNEZ
Salón internacional del mueble que incluye exposición de mueble y decoración de cocina
www.salondumeuble.com.tn

29-01/01 Miami (Florida, EE.UU.)
THE INTERNATIONAL SURFACE EVENT EAST
Edición Costa Este de Surfaces, StonExpo/Marmomacc Americas y TileExpo
tiseeast.com

05/09 Valencia (España)
CEVISAMA
Feria internacional de cerámica, recubrimientos para la construcción, equipamiento de baño y cocina, maquinaria y materias primas
cevisama.feriavalencia.com

06/09 Valencia (España)
FIMMA-MADERALIA
Feria internacional de proveedores del sector del mueble y la madera
maderalia.feriavalencia.com

06/10 Estocolmo (Suecia)
STOCKHOLM FURNITURE & LIGHT FAIR
Feria del mueble de Estocolmo
www.stockholmfurniturelightfair.se

07/10 Kiev (Ucrania)
INTERIOR MEBEL KIEV
Exposición internacional de muebles, iluminación e interiorismo
www.interior-mebelkiev.com

08/11 Salzburgo (Alemania)
BAUEN & WOHNEN SALZBURG
Feria de la edificación y la rehabilitación
www.bauen-wohnen.co.at/en

14/15 Barcelona (España)
ARCHITECT AT WORK
Evento para profesionales del mundo de la arquitectura y la decoración
www.architectatwork.es

22/03-03 Bruselas (Bélgica)
BATIBOUW
Feria internacional de la construcción, renovación y decoración
www.batibouw.com

MARZO

L	M	X	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

04/07 Birmingham (Reino Unido)
KBB BIRMINGHAM
Feria del mueble del mueble de cocina, dormitorio y baño
www.kbb.co.uk

06/08 Londres (Reino Unido)
ECOBUILD LONDRES
Feria de construcción sostenible y ecoconstrucción
www.ecobuild.co.uk

08/11 Singapur
IFFS
Feria internacional del mueble de Singapur
www.iffs.com.sg

09/12 Jakarta (Indonesia)
JAKARTA INDONESIA INTERNATIONAL FURNITURE EXPO (IFEX)
Feria internacional del mueble de Indonesia
ifexindonesia.com

12/15 Kiev (Ucrania)
KIFF
Congreso especializado en muebles e interiorismo
www.kiff.kiev.ua

21/24 Shanghai (China)
INTERNATIONAL BUILDING & CONSTRUCTION TRADE FAIR 2018
Feria internacional de la construcción y la edificación de China
www.wes-expo.com.cn

28/31 Guangzhou (China)
INTERZUM GUANGZHOU
Feria internacional de maquinaria para la madera y la producción de mobiliario
www.interzum-guangzhou.com

La editorial no se hace responsable de posibles cambios, por lo que aconsejamos que, antes de organizar su viaje, consulte con la entidad organizadora de la feria

FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA

2AKUCHEN, BY COSAPA GROUP
Ctra. Marbella A-355 Km. 19
29100 Coín (MÁLAGA)
Tel. 952.112.539
MARCA: 2aküchen
www.2akuchen.com

ANTALIA
Ctra. de Yuncos a Cedillo del Condado
Km. 2,8 - 45210 YUNCOS (TOLEDO)
Tel. 925.021.200
MARCA: Antalia
www.antaliacocinas.com

CINCOCINA, S.L.
Ctra. Úbeda - Málaga A KM:37.300
23100 Mancha Real (JAEN)
Tel. 953.350.240
www.cincocina.com

COCINAS 3H, S.L.
C/ nº 4 - Nave 25126 Pol. Ind. La Frontera
45217 Ugena (TOLEDO)
Tel. 925.533.409
MARCA: Cocinas 3H
www.cocinas3h.com

COCINAS FIONA
C/ Cinco, 57
45217 Ugena (TOLEDO)
Tel.: 925.533.647
Marca: FIONA
www.cocinasfiona.com

DELTA COCINAS, S.L.
Pol. Martín Grande, nº 5
26550 Rincón de Soto (LA RIOJA)
Tel. 941.160.669
MARCA: Delta Cocinas
www.deltacocinas.com

FARO by ALVIC
Polígono Industrial EL Martinón s/n
23200 La Carolina (JAÉN)
Tel. 953.685.020
MARCA: Faro by Alvic (cocinas y baños)
www.farobyalvic.com

GARCÍA DE LA MORA, S.L.
C/ Montecarlo, 8
28942 Fuenlabrada (MADRID)
Tel. 916.085.363
MARCA: GM Cocinas
www.gmcocinas.es

GRUPO DIEZ, S.A.
Pol. Martín Grande s/n
26550 Rincón de Soto (LA RIOJA)
Tel. 941.141.897
MARCA: Grupo 10
www.grupodiezrincon.es

GRUPO MOBILIARIO DE MADRID, S.L.
Ctra. Serranillos a Cuesta la Reina, Km. 24
45217 - Ugena (TOLEDO)
Tel. 925.544.448 / 49
MARCA: FERGOM
www.grupomobiliariodemadrid.es

INFER COCINAS, S.L.
Pol. Ind. Los Salmueros, s/n
28978 Cubas de Sagra (MADRID)
Tel. 918.142.120
MARCA: Infer
www.infercocinas.es

INTERIORISMO KITCHEN GRUP, S.L.
Pol. Ind. Via de la Plata
C/ El Palacio, 24
24794 Riego de la Vega (LEÓN)
Tel. 987.632.127
MARCA: Kitchengrup
www.kitchengrup.es

LINO ALONSO, S.A.
Ctra. de Matapozuelos, 21
47239 Serrada (VALLADOLID)
Tel. 983.559.124
MARCA: Lino Alonso
www.linoalonso.com

MOBILCO, S.L.
Ctra. Albufera, s/n.
46820 Anna (VALENCIA)
Tel. 902.210.551
MARCA: Mobilco
www.mobilco.es

MODUL CUIN, S.A.
Ctra. Córdoba-Almería, Km. 158,8
23560 Huelma (JAÉN)
Tel. 953.391.025
MARCA: Modul Cuin
www.modulcuin.com

MUEBLES INCOSUR, S.L.L.
Pol. Industrial La Trocha, s/n
29100 Coín (MÁLAGA)
Tel. 952.453.354
MARCA: Inko
www.inkococinas.com

MUEBLES OB, S.A.
Camino de Córdoba, Km. 2
14420 Villafranca de Córdoba (CÓRDOBA)
Tel. 957.191.200
MARCA: Muebles OB
www.mueblesob.es

PEDRO PINO MARTÍNEZ, S.L.
Camino Viejo de Córdoba, s/n
14420 Villafranca (CÓRDOBA)
Tel. 957.190.011
MARCA: Pino
www.laspino.com

RAFER COCINAS, S.L.
C/ De rocinante, 11
28970 Humanes de Madrid (MADRID)
Tel. 916.041.133
MARCA: Rafer
www.rafercocinas.es

STILINEA COCINAS, S.A. (MOBALCO)
C/ Venecia, 16
15940 Pobra do Caramiñal (A CORUÑA)
Tel. 981.843.240
MARCA: Mobalco
www.mobalco.com

ZONA COCINAS, S.L.
Avda. Madrid, 65 Pol. Ind.Príncipe Felipe
14900 Lucena (Córdoba)
Tel. 957.860.303
MARCA: Zona Cocinas
www.zonacocinas.es

FABRICANTES E IMPORTADORES DE FREGADEROS Y ENCIMERAS

ANDEMEN INDUTRIAL S.L.
Av Cortes Valencianas, 26 - B5 E2 P55
46.015 VALENCIA
Tel. 960.037.795
MARCA: Andemen
www.andemengroup.com

COSENTINO, S.A. (SILESTONE/DEKTON)
Ctra. Francisco Martínez, 2
04867 Macael (ALMERÍA)
Tel. 950.444.175
MARCA: Silestone, Dekton
www.cosentino.com

FORMICA, S.A.
Ctra. Valencia-Alicante Km. 252
46470 Albal (VALENCIA)
Tel. 961.262.800
MARCA: Formica
www.formica.com

FUNDERMAX GMBH
Avenida Can Salvatella, 85
8210 Barberà del Vallés (BARCELONA)
Tel. 937.296.345
MARCA: FunderMax
www.fundermax.es

INALCO
(INDUSTRIAS ALCORENSES CONFEDERADAS, SA)
Partida Saleretes s/n
12110 Alcora (CASTELLÓN)
Tel. 964.368.000
MARCA: iTopKer
www.inalco.es

POALGI, S.L.
C/ Xaloc, 11 Parque Industrial Ciutat de Carlet
46230 Carlet (VALENCIA)
Tel. 962.558.256
MARCA: Poalgi
www.poalgi.es

FABRICANTES E IMPORTADORES DE ELECTRODOMÉSTICOS

AMICA ELECTRODOMÉSTICOS, S.L.
Avda. Sur del Aeropuerto de Barajas, 38
2ª planta. L-5 - 28042 MADRID
Tel. 810.510.010
MARCA: Amica
www.amica-group.es

COBAIN VIGO, S.L.
C/ Gandarón, 52
36214 Vigo (PONTEVEDRA)
Tel. 902.999.681
MARCA: Ellici, Faber, Fulgor Milano
www.cobainvigo.es

DAKE, S.L.U.
Avda. Mogent, 40-42 - Nave 1
08170 Montornès del Vallès (BARCELONA)
Tel. 902.260.006
MARCA: Blanco, Gutmann, Viking, U-line, Steel, InSinkErator, Küppersbusch
www.dake.es

ELECTROLUX ESPAÑA, S.A.U.
Avda. Europa, 16
28108 Alcobendas (MADRID)
Tel. 902.676.837
MARCAS: AEG, Electrolux, Zanussi
www.electrolux.es

FRANKE ESPAÑA, S. A.U.
Avda. Via Augusta, 85-87
08174 Sant Cugat del Vallès (BARCELONA)
Tel. 935.653.535
MARCAS: Franke, Mepamsa, KWC, Roblin
www.franke.es

FRECAN, S.L.U.
Ctra. B-142 Polinyà a Sentmenat, Km. 8,4
08181 Sentmenat (BARCELONA)
Tel. 902.270.170
MARCAS: Foster, Urban, Bautek, Frecan
www.frecan.es

FRIGICOLL, S.A.
C/ Blasco de Garay, 4-6
08960 Sant Just Desvern (BARCELONA)
Tel. 934.803.322
MARCAS: Liebherr, De Dietrich, Falmec
www.frigicoll.com

INOXPAN, S.L. (PANDO)
Pol. Ind. El Cros
Av. El Molí de les Mateves, 11
08310 Argentona (BARCELONA)
Tel. 937.579.411
MARCAS: Pando, Orpan
www.pando.es

MIELE, S.A.
Avda. Bruselas, 31
28100 Alcobendas (MADRID)
Tel. 916.232.029
MARCA: Miele
www.miele.es

SMEG ESPAÑA, S.A.
C/ Central, 28 Pol. Ind. La Ferrería
08110 Montcada i Reixac (BARCELONA)
Tel. 935.650.250
MARCA: Smeg
www.smeg.es

TEKA INDUSTRIAL, S.A.
C/ Cajo, 17
39011 SANTANDER
Tel. 942.355.050
MARCA: Teka
www.teka.es

OTROS COMPONENTES DE MUEBLES DE COCINA

ACB LACADOS, S.L.
Crta. N-341, km. 79 - 14900 Lucena (CÓRDOBA)
Tel. 957.511.667
MARCA: ACB
www.grupoacb.com

CUCINE OGGI, S.L.
Calle 7, nº 5 nave 2 Pol. Ind. Codonyers
46220 Picassent (VALENCIA)
Tel. 963.300.344
MARCA: Forma e funcione, Niemann, Schwinn, Cutting Rockenhausen, Ebb, Sige, Elco, Wesco, Luisina.
www.cucineoggi.com

DEQUM ACCESSORIES, S.L.
Pza. Segona Germanía, 7
03830 MURO DE ALCOY (ALICANTE)
Tel: +34 962 38 91 95
Marca : DEQUM y AZERO
www.dequm.com

DOSSIA, S.A.
Crta. de Cabra s/n 14900 Lucena (CÓRDOBA)
Tel. 957.509.308
MARCA: Dossia
www.dossia.es

DB GROUP, S.L.
C/ Torrejón, 25
28850 Torrejón de Ardoz (MADRID)
Tel. 916.555.385
MARCA: DB
www.dbgroupherrajes.com

INDAUX, S.A.
C/ San Prudencio, s/n
20808 Getaria (GUIPUZKOA)
Tel. 943.899.100
MARCA: Indaux
www.indaux.com

NUOR LA LLAVE S.L.
Sant Martí de l'Erm, 3
08970 Sant Joan Despi (BARCELONA)
Tel. 934.771.318
www.nuorlallave.com

SERVICANTO, S.L.
Pol. Ind. Can Illa
Pompeu Fabra Nave 16-18
08530 LA GARRIGA (Barcelona)
Tel. 938.715.505
MARCA: SERVICANTO
www.servicanto.com

FABRICANTES DE MESAS Y SILLAS

BAILÉN HOME FUSION, S.L.
Paraje de los Sorianos nº 58 B – Nav
03369 El Mudamiento – Rafal - Alicante
Tel. 966.752.376
MARCA: Bailén
www.bailenmesasysillas.com

CANCIO FÁBRICA DE MUEBLES, S.A.
Ctra. del Esquileo, s/n
47369 VILLALBA DE LOS ALCORES (VALLADOLID)
Tel. 983.721.596
MARCA: Cancio
www.cancio.es

DISCALSA, S.L.
Pol. Ind. San Lázaro, s/n
26250 STO. DOMINGO DE LA CALZADA (LA RIOJA)
Tel. 941.342.037
MARCA: Discalsa
www.discalsa.com

EMPRESAS COLABORADORAS

A3COM MARKETING & COMUNICACIÓN, S.L.
Polígono Ave María, Parcela 2.7 a 2.9
23740 Andújar (Jaén)
Tel. 953.514.162
www.a3com.es

ICA Iberia S.A.U.
Polígono el Collet 401 Nave n.2
12580 Benicarló (Castellón) - España
Tel. 964.491.574
MARCA: ICA
www.icaspa.com

KEIBLAIR, S.L.
C/ Sur, 4
28950 Moraleja de Enmedio (MADRID)
Tel. 916.093.287
MARCA: Keiblair
www.keiblair.eu

KITCHENDRAW ESPAÑA, S.L.
C/ Travesía La Paz, 4
30160 Monteagudo (MURCIA)
Tel. 968.851.355
MARCA: KitchenDraw, Insitu
www.kitchendraw.es

DISTRIBUIDORES

ANTALIA ALCALÁ DE HENARES (ZAO ESTUDIO, S.L.)
Pol. Ind. Santa Rosa
C/ Francisco Alonso, nº 1 Nave 15-C
28806 Alcalá de Henares (MADRID)
Tel. 913.703.006
www.antaliacocinas.com/distribuidores/#estudios-antalia

ANTALIA VALENCIA
C/ Tres Forques, 69 B
46018 VALENCIA
Tel.960.726.568
www.antaliacocinas.com/distribuidores/#estudios-antalia

DISTRIBUIDORES

ANTALIA VALLADOLID
C/ Acibelas, 11
47004 (VALLADOLID)
Tel. 983.396.941
www.antaliacocinas.com/distribuidores/#estudios-antalia

FACCE COCINAS
Juan Bravo, 68
28006 MADRID
Telf: 913 09 00 14
www.facce.es

CADENA ELECCO-GRUPO COBLANCA, S.A.
DECCOKITCHEN
Avda. Europa s/n, Edificio Coblanca-Elecco
Planta Baja
45710 Madridejos (TOLEDO)
Tel. 916.780.921
MARCA: Cadena Elecco-grupo Coblanca
Deccokitchen
www.cadenaelecco.com

FERROPLAS COMERCIAL, S.L.
Avda. Castilla y León, 16-20
09005 (BURGOS)
Tel. 947.240.224
www.ferroplas.com

VENDEPLUS 2014, S.L.
C/ Tabernillas, 19 - 1º
28005 (MADRID)
Tel. 910.149.890
MARCA: Emoción Cocinas
www.emocioncocinas.com

ANUNCIANTES 112

PORTADA

TECNOMAK - BLUM

CONTRAPORTADA

HETTICH

INTERIOR PORTADA

ALVIC

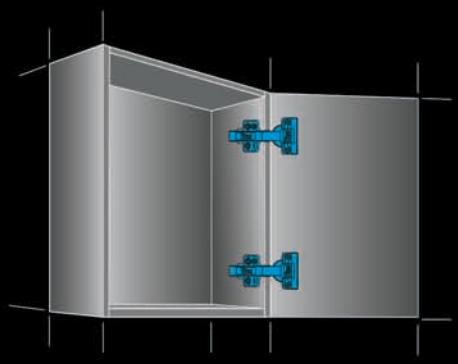
INTERIOR CONTRAPORTADA

TITUS PLUS

EN ORDEN ALFABÉTICO

ALVIC CENTER 57
AMICA 55
CADENA ELECCO 21
DECORACTIVA 23
DEQUM 69
DESANZ 13
ERGO KUCHEN 51
FABER (COBAIN VIGO) 67
FARO 15
FERIA FIMMA-MADERALIA 53
FERIA SICAM 29
KESSEBÖMER 37
L&S 63
LAMINAM 25
LAMIPLAST (PEKA) 45
MASTER KITCHEN 59
MIELE 39
NAVARRO AZORIN 33
PLASMA MADE 31
SALICE 35
SC 43
SCILM 47
SILESTONE 9
SMEG 11
SONAE-ARAUCO 40-41
TEKA 19
THE SIZE 17

Tu tiempo. Nuestra prioridad.
T-type. Simplemente los más rápidos!



T-type, la nueva generación de bisagras de Titus, permite un ahorro de tiempo en el montaje de muebles y garantiza un funcionamiento constate de por vida aportando el 'ConfidentClose' a un amplio abanico de puertas de cocina, dormitorio y en otras tipologías de muebles.

- **Montaje '3way' 'snap-on', nuevo anclaje de la bisagra a la base**
  Una fácil instalación de la puerta, incluso en armarios altos donde se necesitan 4-5 bisagras por puerta
- **Alto nivel de tolerancia**
  Cierre correcto de la puerta y rendimiento de por vida incluso en el caso de mala alineación de las bisagras y tolerancias en los taladros
- **Ajuste intuitivo de la amortiguación**
  Un rendimiento consistente en un amplio abanico de puertas con diferentes pesos y tamaños

TitusPlus Iberia SLU - Titus Group, C/ Gran Bretanya 34,
08520 Les Franqueses del Valles (Barcelona), España
+34 938 715 404, +34 938 605 498 Fax
iberia@titusplus.com, **www.titusplus.com**

Titus

Titus+

Hecho para el futuro: **ArciTech**

Confort de deslizamiento único, estabilidad extraordinaria y una amplia gama basada en una plataforma.
Las exigencias frente a las cocinas y los muebles van aumentando, se van diversificando y requieren un máximo de individualidad. Nuestra respuesta es ArciTech, un sistema de cajones innovador. ArciTech cumple hoy día ya los requisitos de mañana.

www.hettich.com

iF product design award 2012

GOOD DESIGN AWARD 2014

Technik für Möbel

Hettich