COCINA INTEGRAL

TERCER TRIMESTRE 2018 - Nº. 116 / WWW.COCINAINTEGRAL.NET

ÓRGANO DE DIFUSIÓN DE AMC

TENDENCIAS
LAS TIENDAS DE EQUIPAMIENTO DE COCINAS FRENTE AL RETO TECNOLÓGICO

PRODUCTO
CRECE EL MERCADO GLOBAL DE SUPERFICIES DE COCINA

FERIAS
GRAN EXPECTACIÓN EN TORNO A ESPACIO COCINA-SICI 2019

ALVIC

Feel the innovation

Luxe® by ALVIC PATENTED PRODUCT

Zenit by ALVIC High Resistance Surface

Syncron® structured panel LINE

Syncron structured panel REGISTER

Finger-Pull integrated handle

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN ALVIC CENTER

ALBACETE / ALICANTE / BADAJOZ / BURGOS / CIUDAD REAL / CÓRDOBA / CORNELLÁ DE LLOBREGAT (Barcelona) / GALICIA
GRANADA / GIJÓN / IBIZA / JEREZ / LAS PALMAS DE GRAN CANARIA / L´HOSPITALET DE LLOBREGAT (Barcelona) / MADRID
MÁLAGA / MURCIA / PALMA DE MALLORCA / SANTANDER / SEVILLA / TARRAGONA / VALLADOLID / VIC (Barcelona) / ZARAGOZA

www.alviccenter.es

Vientos FAVORABLES

Hace tiempo que no se veían en las ciudades tantos sacos y cubas para escombros, y eso es un claro indicador de la marcha del sector de la construcción y, más concretamente, de la reforma. Unido a lo anterior, también se constata oficialmente el incremento de la venta de viviendas y de la constitución de hipotecas, lo que también tiene implicaciones directas sobre el mercado del equipamiento doméstico.

Y es que según el Informe Perspectivas del Consumidor de Kantar Millward Brown, en el segundo trimestre de 2018 el índice de Comportamiento del Consumidor volvió a crecer, alcanzado a finales de junio el punto más elevado desde mediados de 2008 (momento en que comenzó la medición), con un valor de 6,2, prácticamente doblando el valor obtenido a finales de 2017, cuando por primera vez entró en terreno positivo.

El índice es resultado de la media de valoraciones de la situación del país, situación económica del hogar y momento para realizar grandes compras. La mejora del indicador global se debe a una mejora de todos sus componentes, destacando en particular la mejora de la valoración de la situación del país y del momento para realizar grandes compras.

En línea con estos datos positivos, la inquietud sobre la estabilidad del propio empleo ha disminuido a mínimos, consolidándose un clima de confianza al respecto.

Ahora que sopla el buen viento es el momento de desplegar las velas para sacar el máximo partido a la coyuntura favorable.

SUMARIO

SUMARIO

116

EDITORIAL
Vientos favorables ____ 3

SUMARIO ____ 4-5

TENDENCIAS
Entrevista con 2aküchen ____ 10

Las ventas de electrodomésticos crecieron un 1,44% en el primer semestre de 2018 ____ 14

Entrevista con Grupo Diez Rincón ____ 16

Entrevista con Ica Iberia ____ 20

Blum cerró su último ejercicio 2017-2018 con un crecimiento del 2,8% ____ 24

Hettich presenta nuevo catálogo y nueva web ____ 28

Las tiendas de equipamiento de cocina frente al reto tecnológico ____ 30

SICILIA, 93, ÁTICO - 08013 - BARCELONA (ESPAÑA) TEL. 902 887 011 - TEL. (INT.) +34 935 669 600
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
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

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 JOSE MANUEL PABÓN - INKO COCINAS
MOISÉS CASTILLO - PANDO
ANTONIO MORILLA - 2AKÜCHEN
JESÚS CATENA - ACB
SANTIAGO ALFONSO - COSENTINO
FRANCISCO DÁVILA - MOBALCO
JUANA PINO - PEDRO PINO

Breves ____ 40

AMC
Breves ____ 44

PRODUCTO
Crece el mercado global de superficies de cocina ____ 48

FERIAS
Gran expectación en torno a Espacio Cocina-SICI 2019 ____ 68

Los electrodomésticos inteligentes triunfan en la IFA 2018 ____ 70

LivingKitchen: altas expectativas y cocina del futuro ____ 74

Breves ____ 76

Calendario ____ 77

ASOCIADOS ____ 78

ANUNCIANTES ____ 82

FORMICA
Formica Infiniti®
ENDURING MATTE by FORMICA GROUP
INFINITELY GOOD LOOKING
Textura Suave
Antihuellas
Antimarcas
Regeneración térmica de micro arañazos
Antimicrobiano
Postformable
formica.com

F7961 Fog

F9485 Nero Grafite

F7858 Pumice

Formica, el Formica Anvil Device y Formica Infiniti son marcas registradas de The Diller Corporation

© 2018 The Diller Corporation

INKO
TERRA CONCEPT
Inko presenta -TERRA CONCEPT-, cocinas donde los distintos usos de los materiales nobles como la madera, el metal y la piedra, confieren ambientes sosegados y plenos donde el espacio se torna espiritual, sosteniendo una comunión perfecta entre el "alma" y la madre tierra.
P.I La Trocha sn 29100 Coín | Málaga | España
T. +34 952 453 354/11 F.+34 952 455 606
info@inkococinas.com www.inkococinas.com

“En **ESPAÑA** se está fabricando un mueble de cocina innovador de alta calidad”

PARA JOSÉ ANTONIO DELGADO, DIRECTOR COMERCIAL DEL FABRICANTE DE MUEBLES DE COCINA DE COÍN (MÁLAGA) 2AKÜCHEN, EL SECTOR ESPAÑOL DE MUEBLES DE COCINA HA SABIDO ADAPTARSE A LAS NUEVAS EXIGENCIAS DEL MERCADO.

2akuchen by Cosapa Group avanza impulsado por sus buenos resultados. Nos cuenta más detalles de este crecimiento y sobre la actualidad presente y futura de esta empresa malagueña su Director Comercial, José Antonio Delgado.

¿Cómo cerró su empresa el pasado ejercicio 2017 y qué previsiones de facturación tienen para 2018?

De nuevo fue récord de ventas, y con éste ya son cuatro años consecutivos en los que superamos con creces nuestras expectativas. Desde 2akuchen damos las gracias a todos nuestros distribuidores, porque sin ellos no habría sido posible un proyecto que hoy día es una realidad.

Las previsiones para este año son muy buenas con un crecimiento aproximado de un +20%, que nos ha obligado a invertir en nueva maquinaria y ampliación de personal para poder atender todos los pedidos.

¿Cómo ven en estos momentos al sector español del mueble de cocina? ¿Cuáles cree que son sus debilidades? ¿Y sus puntos fuertes?

Como en todo, es muy difícil generalizar. Hace años, el mercado español era un pastel muy goloso para los fabricantes extranjeros, que encontraron un mercado potencial sin apenas competencia nacional. Había pocas fábricas y la mayoría de ellas apostaban más por el precio que por calidad e imagen.

A día de hoy, el panorama ha cambiado mucho. La gran mayoría de fábricas extranjeras desaparecieron del mercado en la anterior crisis y el fabricante nacional se ha adaptado a las nuevas exigencias del mercado.

Aunque el sector tenga todavía algunas debilidades en aspectos como el marketing, en España se está fabricando un mueble de cocina innovador de alta calidad. Las fábricas dan un servicio excelente y el cliente aprecia mucho la cercanía geográfica y humana de nuestras empresas.

¿Qué cree que diferencia al mueble de cocina hecho en España del fabricando en otros países?

Es muy fácil distinguir la calidad y diseño que ofrece una marca española con respecto a una extranjera. Nuestros catálogos de producto son muchísimo más amplios y ofrecemos un mayor abanico de soluciones técnicas con mayor calidad.

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.

¿A qué retos de futuro considera que han de hacer frente las empresas españolas del sector y particularmente COSAPA?

El sector de la cocina está cambiando y, con la experiencia de los últimos años, el estudio de cocina se adapta a nuevas modalidades de negocio, sumando al mismo una mayor oferta de servicios y productos. Se incorporan al sector nuevos actores como sanitaristas, reformistas o estudios de decoración que tradicionalmente estaban alejados por la complejidad de los proyectos y se han adaptado contratando a profesionales del sector.

Desde 2akuchen este año tenemos varios frentes abiertos: así, estamos acometiendo la completa renovación del sistema informático para incorporar el concepto Industria 4.0 a todo nuestro proceso, y también estamos confeccionando nuestro nuevo catalogo técnico para 2019.

¿En cuántos puntos de venta están presentes sus productos y cuál es su estrategia al respecto?

Actualmente trabajamos con 150 distribuidores en el territorio nacional, gran parte de ellos, en exclusiva bajo la imagen de Studio 2akuchen. Durante este año nuestro objetivo es ampliar zonas para cubrir en su totalidad la península ibérica, ampliando el actual equipo comercial con nuevas incorporaciones.

¿Qué novedades de productos acaban de lanzar o están preparando? (Describa los modelos).

Acabamos de presentar nuestro BOX 2akuchen. En este muestrario presentamos 85 variantes de Laminado, 70 colores de lacado brillo y mate, 50 tonalidades de madera supermate, encimeras de laminado y muestrario de cristales.

Además, hemos presentado dos colecciones con los modelos, Easy, B38, key, Holi, Elegant, Wooden y Ecco Matt, estas últimas que han sido portada de COCINA INTEGRAL. Seguimos apostando por crear tendencias: actualmente disponemos de cuatro carcasas (blanco, gris nube, grafito y terra) y acabamos de presentar dos nuevos acabados interiores que estamos seguros serán un éxito: Nogal Blank y Corda.

¿Qué modelos de su catálogo tienen más éxito?

Los modelos de más éxito coinciden con un diseño moderno de líneas sencillas y, en su mayor parte, tonos claros.

¿Qué cree que buscan los consumidores que han de renovar su cocina y qué puede ofrecerles al respecto su empresa?

El cambio de cocina hoy día es una decisión que requiere un desembolso importante, donde influyen muchos factores y estamos seguros que cualquier persona que piensa en cambiar su cocina busca comodidad en el uso diario, diseño y calidad a un precio adecuado. 2akuchen ofrece equipamientos de cocina funcionales y agradables, con todo lujo de detalles, adaptándonos a cualquier gusto, ya sea Urbano, Romántico o Mediterráneo.

¿Participará en la próxima edición de SICI? En caso afirmativo, ¿qué tienen previsto presentar?.

Sí, en 2akuchen estamos fuertemente comprometidos con SICI 2019 y AMC, y podemos confirmar que estaremos presentes en la próxima edición, en Valencia, del 28 de enero al 1 de febrero de 2019.

Consideramos que es una magnífica plataforma comercial para hacer marca y realizar nuevos contactos con futuros distribuidores. En cuanto a las novedades, estamos trabajando en el stand y producto a presentar, pero seguro que no dejaremos indiferente a nadie.

Desde nuestro departamento de diseño trabajamos de forma continuada, preparando las tendencias del sector. Hace ya tres años presentamos el Titanio en exclusiva en España, y hace dos años incorporamos el cobre como novedad, acabados que se han confirmado como tendencias en la última feria de Milán.

www.2akuchen.com

FIORO

LOS EXTRAÍBLES AHORA SON PERSONALIZABLES

WWW.PEKA-SYSTEM.CH

Combinación de innovaciones inteligentes con calidad suiza desde 1964.

Distribuido en España por

lamiplast

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

Las ventas de **ELECTRODOMÉSTICOS** crecieron un 1,44% en el primer semestre de 2018

SEGÚN LOS DATOS DE ANFEL, LA PATRONAL ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE ELECTRODOMÉSTICOS DE LÍNEA BLANCA, LA PRIMERA MITAD DEL PRESENTE EJERCICIO REGISTRÓ CRECIMIENTOS EN LAS VENTAS DE DICHOS PRODUCTOS TANTO EN UNIDADES COMO EN VALOR.

Según las estadísticas de la Asociación Nacional de Fabricantes e Importadores de Electrodomésticos (ANFEL), entre enero y junio de 2018, las ventas en valor de productos de línea blanca registraron un crecimiento interanual del 3,57%. Por lo que respecta a las ventas en unidades, en el mismo periodo, el incremento alcanzado fue del 1,44%.

VENTAS POR PRODUCTOS

Analizando las ventas del semestre (unidades) por familias de producto se pueden observar cifras de crecimiento en prácticamente todas, menos en las categorías de frigoríficos combinados (-4,16%), lavadoras de carga superior (-2,34%) y campanas extractoras (-3,11%).

En este sentido, destacan especialmente los incrementos de las familias de frigoríficos Side by Side (la que más creció hasta junio, con un +33,28), frigoríficos de 1 puerta (+18,92%), de dos puertas (+15,54%) y congeladores horizontales (+12%).

El resto de familias registraron incrementos bastante más moderados. De esta manera, las ventas totales de frigoríficos entre enero y junio subieron un 2,98% y las de lavadoras, un 1,04%.

Por su parte, las ventas de lavavajillas hasta junio de este año aumentaron un 2,31%; las de encimeras, un 2,65% y las de hornos, a penas un 0,86%.

www.anfel.org

Ventas de línea blanca en España por familias de producto (unidades) Primer semestre de 2018

PRODUCTOS	JUNIO	ACUMULADO ENERO-JUNIO
Frigoríficos 1 puerta	+18,99%	+18,92%
Frigoríficos 2 puertas	+15,69%	+15,54%
Side by Side	+29,24%	+33,28%
Combinados	-1,01%	-4,16%
Total frigoríficos	**+5,24%**	**+2,98%**
Congeladores verticales	**+10,26%**	**+4,59%**
Congeladores horizontales	**-11,23%**	**+12,00%**
Lavadoras carga frontal	-4,85%	+1,30%
Lavadoras carga superior	+9,27%	-2,34%
Total lavadoras	**-3,90%**	**+1,04%**
Secadoras	**+17,29%**	**-3,09%**
Lavavajillas	**-4,14%**	**+2,31%**
Cocinas	**+66,12%**	**+8,08%**
Hornos	**+7,68%**	**+0,86%**
Vitrocerámicas	-0,25%	+2,02%
Inducción	+7,38%	-2,89%
Resto encimeras	+5,74%	+3,29%
Total encimeras	**+4,30%**	**+2,65%**
Campanas	**-2,79%**	**-3,11%**

Fuente: Comité de Estadística y Análisis de Mercado de ANFEL

INFER
cocinas

Modelo: ANA

INFER Cocinas S.L.
C/ El Tejar, 15. Pol. Ind. Los Salmueros
28978 Cubas de la Sagra (Madrid)
Tel: 00 34 918 142 120
infercocinas.es comercial@infercocinas.es

GRUPO DIEZ RINCÓN busca diferenciarse por el mueble de cocina a medida

EL FABRICANTE RIOJANO DE MUEBLE DE COCINA, GRUPO DIEZ RINCÓN BASA SU ESTRATEGIA EN LA CALIDAD Y EN LA PERSONALIZACIÓN DE SUS PRODUCTOS. ENTREVISTAMOS A SU GERENTE, JOSÉ IGNACIO HERNÁNDEZ OZALLA,

Grupo Diez Rincón, S.A., nació en 1997 en la localidad de Rincón de Soto, en la Rioja, donde tiene su sede. Este fabricante de muebles de cocina cuenta en la actualidad con unas instalaciones de 2.500 metros cuadrados y da trabajo a una quincena de empleados. A nivel nacional, la firma vende sus productos en el País Vasco, Cantabria, Castilla y León, Navarra, Aragón y La Rioja. Además, también exporta a la zona sur de Francia. Su facturación ronda el millón de euros. Nos cuenta más detalles de la compañía, su gerente, José Ignacio Hernández Ozalla.

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

Nuestro producto está enfocado a profesionales que quieren ofrecer a sus clientes soluciones muy personalizadas. No olvidamos la calidad y la incorporación de los últimos materiales, así como los mejores herrajes del mercado. Siempre enfocado a una gran flexibilidad y personalización del producto, un auténtico mueble a medida.

¿Cuántas referencias tiene su catálogo para el sector cocina? Describa su último lanzamiento.

Tenemos un gran número de referencias, tanto de modelos como de materiales y colores. Por poner un ejemplo, en los laminados contamos con 71 colores. Nuestra oferta comprende melaminas, laminados, polilaminados, lacas y maderas.

TOPS ON TOP

Cindy Crawford on Silestone Eternal Calacatta Gold

A product designed by Cosentino®

SILESTONE® by COSENTINO

On Top

Suede
Siente la nueva textura

Descubre más en silestone.com | Síguenos

La última incorporación son ocho nuevos colores en madera de fresno, muy atractivos y que encajan tanto en una cocina clásica como en una moderna.

¿Con qué plazos de entrega y garantías trabajan?

Los plazos varían según el material, no es lo mismo un laminado, que una laca, pero podemos decir que están entre las 4 y las 6 semanas.

¿En qué canales tiene más presencia (construcción, retail, bricolaje...)? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia?

Estamos enfocados al profesional de la cocina, con puntos de venta en las comunidades de País Vasco, Cantabria, Castilla y León, Navarra, Aragón y La Rioja. Por nuestro tamaño y versatilidad, entendemos que podemos dar a éstos un buen producto adaptado a sus necesidades y a las de sus clientes. No olvidamos que el destino final de nuestras cocinas es el hogar de alguien.

¿Cuál es la política de expansión de la marca a corto y medio plazo? (tanto nacional como internacional, si es el caso) .

Nuestra política, de momento, es reforzar nuestra presencia en las comunidades en las que ya estamos. Se atisba una recuperación económica, esto nos está permitiendo conseguir nueva clientela y consolidar la que ya tenemos.

¿Cómo han cerrado el ejercicio 2017 y qué previsiones tienen de cara a 2018?

El 2017 ha sido un buen año en general, con un incremento en la facturación de un 15% sobre el año anterior. En lo que llevamos de 2018 este incremento es aún mayor. Esta evolución nos anima a realizar nuevas inversiones, que nos permitan seguir siendo competitivos y ofrecer un producto más completo.

¿Por qué son socios de AMC y qué esperan de la asociación?

Llevamos asociados a AMC. algo más de diez años. Nos parece fundamental contar con una asociación de nuestro sector, necesitamos una organización que vele por nuestros intereses.

Desde AMC se nos proporciona constantemente información, datos y oportunidades de negocio. Esperamos que con la ayuda de todos pueda acometer más proyectos como ayudas, legislación, etc.

También he de decir que con la nueva gerencia se ha abierto una etapa muy interesante.

¿Qué creen que pueden aportar ustedes a AMC?

Pues, humildemente, nuestra experiencia y todo nuestro apoyo para emprender esos nuevos proyectos de los que hablábamos.

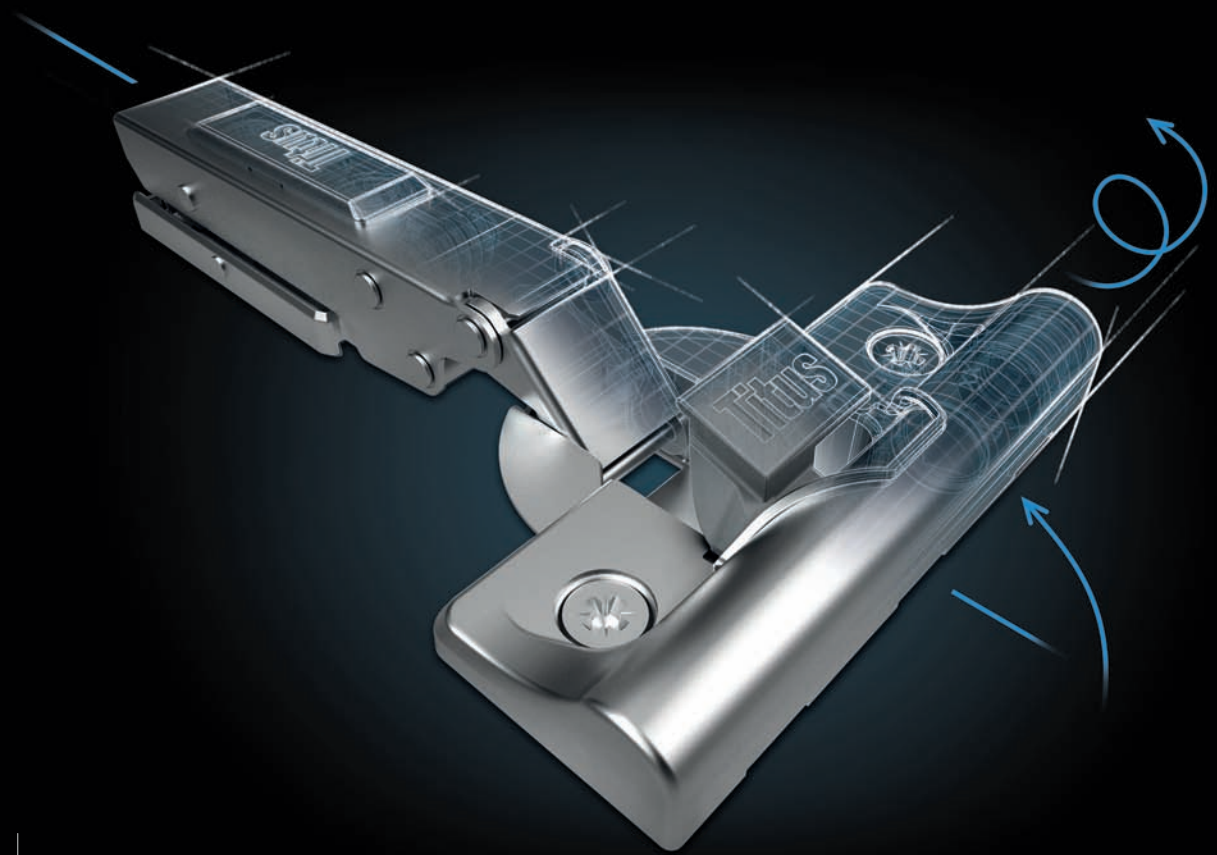
¿Qué opinan de Espacio Cocina-SICI y qué esperan de la próxima edición?

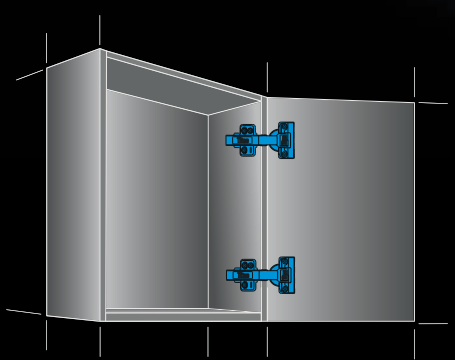
Es una feria que se va consolidando en su nueva ubicación, edición tras edición, y que va creciendo con la mejora de la economía. También destacaría la importancia de ser la única de nuestro sector.

De la futura edición se puede decir que se ve en el sector mucho interés por salir y darse a conocer. Esto, sin duda, hará de la cita del 2019 todo un éxito. Además, considero que Espacio Cocina-SICI ofrece a las empresas pequeñas la posibilidad de acudir sin tener que invertir gran parte de sus recursos en la feria.

www.g10muebles.com

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 constante 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

Alto nivel de tolerancia

Ajuste intuitivo de la amortiguación

TitusPlus Iberia SLU - Titus Group, C/ Luxemburg 16,
08520, Les Franqueses del Valles, España
+34 938 715 404, +34 938 605 498 Fax
iberia@titusplus.com, **www.titusplus.com**

Titus

Titus+

ICA: "Invertimos en recursos que nos mantengan en la senda del crecimiento"

FRANCISCO LLOPIS, DIRECTOR COMERCIAL DE ICA IBERIA, EMPRESA ASOCIADA A AMC, NOS HABLA DE LA VOCACIÓN POR EL SERVICIO Y LA SOSTENIBILIDAD DE ESTA COMPAÑÍA DE BARNICES PARA MADERA, ASÍ COMO DE SU CONTINUO ESFUERZO EN DESARROLLAR PRODUCTOS NOVEDOSOS QUE CUMPLAN LAS EXPECTATIVAS DE SUS CLIENTES.

ICA Iberia nació en 2009 en la localidad castellonense de Benicarló, donde disponen de un centro logístico con una superficie cubierta de 1.400 m², que se compone de oficinas, laboratorio, planta de producción y almacén, al igual que sus filiales de Barcelona y Lucena con 1.000 m² cada una de ellas. A finales de 2018 se pondrá en marcha la filial de Valencia, con 800 m² de superficie, que añadirá un showroom a este esquema. Cuentan, asimismo, con el apoyo de distintos distribuidores en toda España, dotados de instalaciones propias y, en algunos casos, de producto en depósito. Con 21 trabajadores, su facturación anual aproximada es de seis millones de euros, y comercializa las marcas ICA e iCO en toda la geografía nacional y Portugal. Hablamos con Francisco Llopis, director comercial de la compañía.

¿Cuál es el principal producto de la empresa para el sector cocina? ¿Qué ventajas aporta y en qué consisten sus principales diferencias con respecto a los productos similares de la competencia?

En línea con la exigencia de funcionalidad y practicidad, los materiales destinados al entorno de la cocina deben ser ultrarresistentes, así como de gran impacto estético. En los últimos meses, nuestro equipo de I + D ha cumplido un desafío importante al desarrollar una nueva línea de productos que satisface exactamente estas necesidades. En mayo lanzamos la línea X-Matt, compuesta por barnices para superficies ultramates, softouch, antihuellas, con poder autorreparante y resistentes al rayado, las manchas de café y los líquidos fríos. Además, pueden conseguirse colores infinitos y aplicarse sobre esencias, por lo que, ahora, tener una encimera de madera en la cocina ya no será solo un sueño.

Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos, ofrecidos por su empresa. ¿Con qué plazos de entrega trabajan y qué garantía ofrecen?

El servicio es uno de nuestros puntos fuertes. Contamos con filiales estratégicamente ubicadas y, al frente de las mismas, se encuentran nuestros técnicos comerciales y coloristas, capaces de aportar un servicio postventa al más alto nivel. Dotamos las filiales con laboratorios de aplicación equipados con instrumental necesario para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, así como de espectrofotómetros para afinación y control de colores, y tenemos la capacidad de reproducir fielmente cualquier color, ya sea tinte para colorear la madera o lacado. Nuestras filiales sirven como almacenes reguladores y cuentan con stock, siempre bajo estricto control de

Algo
está pasando en el mundo de la cocina

Capacidad anual instalada 330.000 cocinas

Proceso de fabricación propio

Apuesta por el I+D+i

Continua inversión publicitaria

Capital humano 980 empleados

Más de 180 diseños adaptados al mercado

Exportación 97 países

DISTRIBUIDOR OFICIAL

faro by Alvic

www.farobyalvic.com

Únete a nosotros

caducidad, ya que los productos se fabrican en la central ubicada en Civitanova Marche (Italia), exceptuando los colores que, por motivos obvios de agilidad y servicio, se mezclan en las filiales. Con esta estructura, las filiales nos permiten acordar con los clientes los plazos de entrega que necesitan.

¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos y qué respuesta están recibiendo por parte del mercado?

Desde siempre, en el mundo de los barnices para madera, el grupo ICA ha interpretado el deseo de nuestros clientes de tener a su alcance soluciones ecológicas y funcionales para la protección de este material. Dos años después de la presentación de la línea Iridea Bio, ha sido muy satisfactorio ver que nuestros barnices más ecológicos enriquecen los logros de nuestros clientes más importantes. En particular, quiero hacer un especial reconocimiento a Pedrali, que ha empleado exclusivamente para sus sillas acabados Bio transparentes y lacados, por lo que ha recibido un gran apoyo de la prensa especializada y los profesionales del sector.

¿Con qué resultados cerraron el ejercicio 2017 y qué previsiones tienen de cara a 2018?

El año 2017 cumplió con nuestras expectativas: facturamos en España seis millones de euros, lo que representa un crecimiento que supera el 12% respecto al año anterior. Este dato supone aproximadamente el 5% de la facturación de ICA Group. Y el año 2018 es para nosotros una continuación del anterior. Estamos invirtiendo en recursos, tanto humanos como logísticos, que nos mantengan en la senda del crecimiento y que, en términos de facturación nacional, sitúen a ICA en el lugar que se merece por méritos tecnológicos.

¿Cómo siguen los barnices (y demás productos/servicios vuestros) las tendencias en el diseño del mueble de cocina?

La tendencia en el sector de la cocina está representada por puertas lacadas extramate con sistema de apertura Push&Pull, por lo tanto, más expuestas a la retención de las huellas dactilares, incluso si las manos están limpias. Por ello, en una cocina práctica y habitable, es muy importante que el barniz sea antihuella; de lo contrario, corre el riesgo de estar continuamente sucia y de perjudicar así su apariencia. Por esta razón, nuestro laboratorio de I + D ha estudiado soluciones técnicas que nos permiten superar este problema, unido a la tendencia actual de crear un único espacio con la sala de estar. Los colores enriquecen los entornos y permiten crear un juego de combinaciones. Los tonos cálidos y naturales se mezclan con detalles metálicos y nacarados, desde oro pálido hasta cobre. El brillo de los metales es delicado, apenas insinuado, pero funcional para la combinación con colores y otros materiales, que ayudan a reavivar y resaltar. Entre los efectos especiales recurrentes están el acero pulido, y el acero corten en las versiones menos distónicas. Interesante es el efecto piedra lunar, como también lo es el uso de la piedra natural.

¿Por qué forman parte de AMC y qué esperan de ella?

Es evidente que AMC aglutina a aquellos que representan el motor de la cocina española, y es un marco de prestigio que favorece el contacto profesional.

¿Qué creen que pueden aportar ustedes a la asociación?

La competitividad nos obliga, entre otras cosas, a dotarnos de proveedores estratégicos con la capacidad de aportar soluciones vanguardistas y personalizadas que nos sitúen al más alto nivel. En ICA siempre hemos tenido como objetivo proporcionar a nuestros clientes herramientas ecológicas y funcionales que puedan superar sus expectativas, creando una relación cliente/proveedor sólida y duradera.

www.icaiberia.es

DAKE
CULTO A LA COCINA

El corazón y el alma de la cocina.

Griferías y fregaderos de BLANCO.

¡Es fantástico cuando algo encaja a la perfección con lo que estamos buscando! BLANCO ofrece tantas opciones de diseño en fregaderos y griferías, que seguro cumplirá con todas las expectativas. Para cocinas con mucho o poco espacio, para tipologías de cocción variadas y para mayores o menores usos, BLANCO ofrece siempre una extensa gama de soluciones para todo tipo de necesidades.

www.blanco-germany.com

www.dake.es

BLANCO
GERMANY

BLUM cerró su último ejercicio 2017-2018 con un crecimiento del 2,8%

LAS VENTAS DEL FABRICANTE AUSTRIACO DE HERRAJES, BLUM, DURANTE SU AÑO FISCAL 2017-2018, CONCLUIDO EL PASADO 30 DE JUNIO, CRECIERON UN 2,8% INTERANUAL, HASTA ALCANZAR LOS 1.839,42 MILLONES DE EUROS.

El último ejercicio económico del fabricante de herrajes para muebles, Blum, fue positivo. Con presencia en 120 países de todo el mundo, en una treintena de ellos, con filiales o representaciones, el grueso de sus ventas, concretamente el 48%, correspondió al mercado europeo. Otro mercado importante, como es Estados Unidos, supuso el 15%.

La multinacional austriaca explica estos buenos resultados gracias a sus trabajadores: "tanto la enorme motivación de nuestro equipo de empleados en todo el mundo como la excelente cooperación de todos los departamentos y organizaciones constituyen un factor de éxito muy importante para nuestra empresa", ha señalado Gerhard E. Blum, gerente de la empresa. Y es que, durante el pasado año fiscal, el fabricante de herrajes dio trabajo a 7.509 personas en todo el mundo, 368 más que el año anterior.

POR MERCADOS

En Europa Occidental se registró en el año fiscal 2017/2018 un crecimiento en la mayoría de los mercados. Cabe destacar la constante recuperación de las zonas de ventas de Europa del Sur. En Europa Oriental también continúo el desarrollo positivo. Un aspecto favorable, según Blum, fue el fuerte auge del mercado ruso.

El fabricante austriaco de herrajes ha anunciado cambios en la directiva. Está previsto que la segunda generación de la familia Blum dé paso formalmente a la tercera generación de miembros al frente de la compañía, el verano del próximo año

En América, en la región del Pacífico y en Asia, la fortaleza del euro en los últimos dos meses afectó negativamente la evolución del volumen de ventas. En América del Norte y del Sur, esto produjo un descenso en el volumen de ventas, a pesar de que aumentaron las cifras en las respectivas divisas nacionales.

En Asia, especialmente en la India, China y el sudeste asiático, el crecimiento continuó, a pesar de los efectos negativos del cambio de moneda.

El nuevo centro de estampación de Blum en Dornbirn.

SICAM®
2018

10°

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

16 -19 DE OCTUBRE DE 2018

FERIA DE PORDENONE

Exposicam srl
Tel: +39 02 86995712
info@exposicam.it

www.exposicam.it

De izquierda a derecha, Urs Bolter, Gerhard Humpeler, Gerhard E. Blum, Philipp Blum y Martin Blum.

HECHOS DESTACADOS DEL EJERCICIO

Durante su último ejercicio se finalizó en Vorarlberg (Austria) la primera nave de producción del nuevo centro de troquelado de Dornbirn (la fábrica 8), donde también se pondrá en marcha el nuevo almacén de altura con 11.600 emplazamientos. La segunda nave de producción de esta fábrica estará lista para ser ocupada en abril de 2019. El traslado al nuevo edificio de administración de la fábrica 2 en Höchst, está prevista entre septiembre y diciembre de este año.

Además, en Polonia entró en servicio el nuevo almacén en altura, y en Eslovaquia se inauguró un showroom. En Portugal, la ampliación de los espacios de oficina y de almacén finalizarán en septiembre de 2018. Las inversiones totales del Grupo Blum en el ejercicio 2017/2018 ascendieron a 216 millones de euros.

Por lo que respecta a su estrategia de respeto medioambiental, desde primeros de 2018, Blum Austria obtiene toda su electricidad de energía hidráulica certificada. Con esta medida, el fabricante de herrajes disminuirá bastante más de un tercio sus emisiones de CO_2 en Austria.

CAMBIOS EN EL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

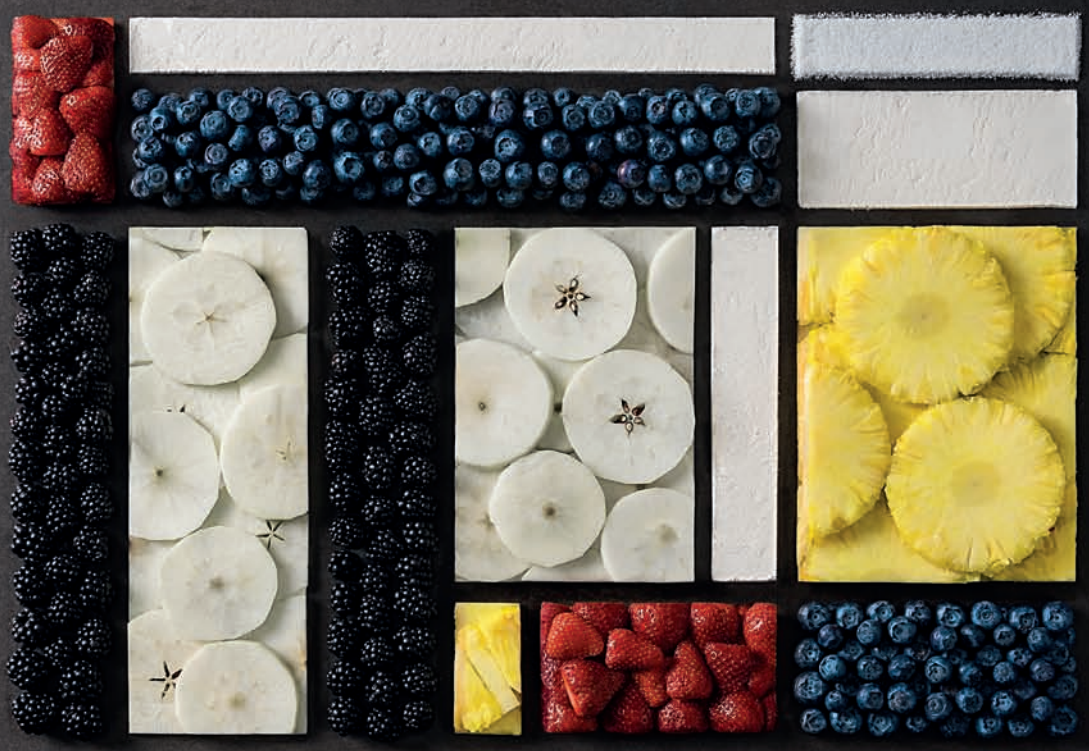
Por otra parte, Blum ha anunciado cambios en su cúpula directiva. Así, informa que está previsto que durante el presente ejercicio se efectúe el traspaso de poderes en la empresa Julius Blum GmbH a la tercera generación de la familia propietaria. De esta manera, desde el pasado 1 de julio, hay tres directores generales: el que lo había sido hasta ahora, Gerhard E. Blum, además de Philipp Blum y Martin Blum, esdos dos últimos, miembros de la siguiente generación de la familia, que dirigen la compañía con el apoyo de los veteranos Urs Bolter (gerente de Blum International Consulting) y Gerhard Humpeler (director de finanzas).

En el inicio del año fiscal 2018/2019, recién estrenado, el nuevo equipo directivo irá asumiendo la máxima responsabilidad de la multinacional de manos de Gerhard E. Blum, de manera que después de la transición, que será efectiva el próximo 1 de julio de 2019, quedará en manos de Philipp y Martin Blum. Por lo que respecta a los hermanos Gerhard y Herbert Blum, propietarios de la empresa y representantes de la segunda generación de la familia, pasarán a ocupar la gerencia del holding del grupo Blum.

www.blum.com

DIGITALMIND GROUP

Kitchen Masterpieces



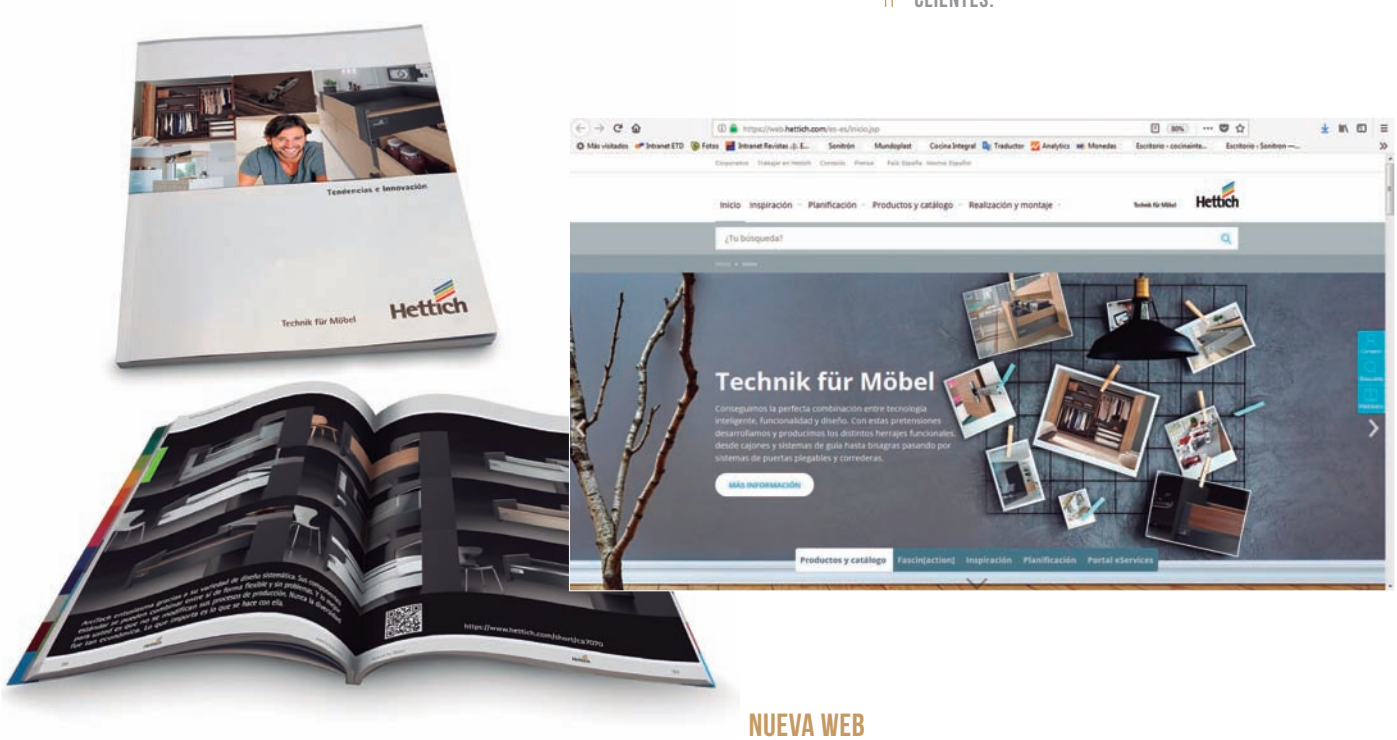
Diseño, innovación y calidad.
La encimera ideal para tus obras de arte culinarias.

SAPIENSTONE
dress your kitchen

www.sapienstone.es

HETTICH presenta nuevo catálogo y nueva web

EL FABRICANTE DE HERRAJES PARA MUEBLES INNOVA CON EL LANZAMIENTO DE DOS NUEVAS HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS, ADAPTADAS A LAS NUEVAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES.



Durante el pasado mes de julio, Hettich celebró hasta 34 jornadas de puertas abiertas con socios de toda España, para presentarles las novedades del nuevo catálogo "Tendencias e Innovación", cuya versión online ya se encuentra disponible en la web de la marca, desde el apartado "Mediateca".

El nuevo catálogo "Tendencias e Innovación" recoge las últimas novedades en productos Hettich, así como herramientas técnicas y de marketing.

Durante la gira de presentación del nuevo catálogo, Hettich obsequió a los asistentes con una plantilla MultiBlue y sorteó entre los participantes una bisagradora BlueMax Mini Tipo 2/6 y un viaje para dos personas para asistir a la próxima edición de la mayor feria del mundo del sector: el salón Interzum, que tendrá lugar del 21 al 24 de mayo de 2019 en Colonia, Alemania.

NUEVA WEB

Por otra parte, Hettich también ha renovado su página web para mejorar su diseño y dotarla con más servicios. En este sentido, la nueva web de Hettich se ha orientado a atender las necesidades específicas de los clientes y pretende ser de ayuda a los usuarios con temas y cuestiones habituales, desde la búsqueda de ideas para proyectos propios hasta la planificación concreta del módulo y la selección de los herrajes adecuados, pasando por una implementación eficiente. Independientemente del lugar que ocupe el usuario dentro del proceso, la web de Hettich, www.hettich.com, ofrece siempre la información adecuada.

Además, el nuevo asistente técnico Hettich ayuda en el montaje y el ajuste de los productos de la firma. Un conjunto de vídeos, instrucciones de montaje así como un área de preguntas frecuentes proporcionan asistencia para la construcción y el montaje de los muebles.

www.hettich.com

LG Hausys

PORQUE UNA COCINA IDEAL NECESITA EL MEJOR **MATERIAL**.

Foto de Studio Podrini | www.j-k.de

Puedes ver y sentir la calidad del material. En los pequeños detalles, en el perfecto acabado. Con la voluntad de seguir innovando lo que ya es maravilloso.

Fácil fabricación y mantenimiento. Amplia gama de colores y de modelos de fregaderos. Superficies curvas gracias al termoformado. Higiene perfecta mediante uniones sin juntas.

¿Te gustaría una cocina en HI-MACS®?

HI-MACS®. Because Quality Wins.

Para más información y muestras contacta con:
Oscar Zarzoso, tel. 625 804 904, e-mail info@himacs.eu
himacs.eu

HI-MACS®
Natural Acrylic Stone™

Las tiendas de **EQUIPAMIENTO DE COCINAS** frente al reto tecnológico

ENTRE LOS MÚLTIPLES DESAFÍOS A LOS QUE SE ENFRENTAN CADA DÍA LAS TIENDAS DEL CANAL ESPECIALISTA DE MUEBLES DE COCINA ESTÁ EL DE LA DIGITALIZACIÓN Y, EN ESTE CONTEXTO, LA LOCALIZACIÓN PUEDE JUGAR A SU FAVOR.

Antes de comenzar a escribir este reportaje hemos realizado un sencillo ejercicio que pueden probar ustedes desde cualquier ordenador: introduzcan en Google los términos "Comprar cocina" y esperen los resultados. Ya les avanzamos que pueden imaginarse qué anuncios ocupan las primeras posiciones. Las grandes cadenas de mueble, decoración y/o bricolaje se llevan la palma. Eso sí, si tras introducir ambas palabras miramos el mapa del buscador, atendiendo a la proximidad de la ubicación en la que se localiza el dispositivo desde el que realizamos la búsqueda, la cosa cambia.

Y es que, hoy en día, las cosas han cambiado tanto que podemos decir que existen básicamente dos cauces principales para llegar hasta los usuarios finales, a los clientes potenciales y estos son, principalmente, Internet, los buscadores y las redes sociales donde figuran reseñas de opinión de otros usuarios; y el boca-oreja de familiares, amigos y conocidos.

Por encima del precio, una buena impresión de confianza llega a ser más determinante incluso que la proximidad física para que la gente acabe decidiendo la compra.

Por eso es tan importante tener una buena web y destinar recursos al posicionamiento online. Pero esto, siendo importante, no sirve si no existe una base de profesionalidad, de atención al cliente, de servicio, una política de fidelización que tiene su puntal fundamental en la satisfacción del cliente. Sin esto, todo lo demás se viene abajo con el tiempo. Porque la gente está dispuesta a pagar más, pero no permitirá que le digan que no, que le pongan pegas, que le tomen el pelo o le engañen con una mala experiencia de compra de retrasos en la entrega, un mal montaje o una falta de feedback en el momento preciso.

Al final, como cualquier otra interrelación entre personas, una compra-venta no deja de estar supeditada a la confianza y a ser capaces de cumplir expectativas para que pueda ser calificada de exitosa. Nos atrevemos a decir que esto es, incluso, tanto o más importante que el producto que se vende. Primero, porque el cliente confía en los profesionales de la tienda como prescriptores, (las cocinas no son coches de los que todos podemos haber conocido experiencias y tener formada una mínima opinión sobre las marcas). Y segundo, porque hoy en día, la calidad de los productos que se mueven en el mercado por rango de precios es muy similar.

Por lo tanto, una vez conocido el presupuesto y esto lo tiene muy claro el cliente, los factores que van a acabar determinando la elección de la compra son muchas veces intangibles, fruto de las relaciones. Y esto, por no mencionar ya los aspectos irracionales que todo proceso de compra lleva aparejados.

UN UNIVERSO COMPLEJO

Entre estos factores, el hecho de que el ser humano se considere un ser social, gregario, de grupo o manada, influye en que aquello que hace la mayoría, como comprar en un determinado sitio, sea considerado bueno y seguro por todos. Esto es algo que hemos experimentado cualquiera de nosotros alguna que otra vez. Por ejemplo, cuando buscamos un restaurante para comer: si hay dos, sitios uno junto al otro, y en uno hay gente y en otro no, nuestra primera reacción será entrar en el que hay gente. Es algo irracional, pero tiene toda la lógica. Por lo tanto, conseguir atraer a la tienda a la gente (con diseño, ofertas, promociones, etc, tanto a nivel online como offline) es fundamental. Tanto, como que se vaya satisfecha y convertida, a ser posible, en prescriptores de nuestros productos. Por que esta es la segunda regla de oro, la de lograr que nuestro cliente quede "de contento, para arriba".

Muchas tiendas online que ofrecen los mejores precios (en electrodomésticos, por ejemplo) están llenas de valoraciones negativas por haber descuidado aspectos como el tema de la logística y el transporte. En muchas de esas opiniones, los usuarios no dudan incluso en manifestar expresamente su clara intención de no volver a comprar en esa web.

Lo anterior, además de beneficiar a las empresas que sí apuestan por el servicio en 360º indica la necesidad de entender el proceso y la experiencia de compra como un todo en el que, al final, la tienda, o incluso el comercial, es el aglutinante último de los diferentes elementos que intervienen en la compra del bien adquirido. De esta manera, podemos decir que lo que busca el cliente no es sólo una cocina, sino también, acompañamiento de principio a fin, un plazo de entrega que se cumpla, una instalación, una ausencia de incidencias o una resolución rápida si las hay, y unas garantías o servicio postventa. En definitiva, seguridad de que no habrá problemas y de que al final, se recibirá a cambio de lo pagado, lo que se esperaba.

En las páginas que siguen ofrecemos una pequeña pincelada de cómo tienen en cuenta estos factores y de cómo hacen las cosas destacados actores de la distribución kitchen de nuestro país.

DECORACTIVA

Con 275 puntos de venta por toda España, DECORactiva incrementó sus ventas un 7,5% en 2017, hasta los 164,48 millones de euros (electrodomésticos de libre instalación y built-in). Como nos ha explicado el Gerente de Grupo Activa, Roberto Pérez, del que forma parte DECORactiva, las previsiones de cara al presente 2018 pasan por incrementar las ventas un 5%, manteniendo el mismo número de establecimientos.

Para Roberto Pérez, adecuar el negocio a las nuevas tecnologías, tanto en los servicios ofrecidos como en la toma de decisiones del cliente, es cada día más importante en el contexto actual. En este sentido, asegura que "la transformación digital nos permite ofrecer soluciones más reales, lo cual supone un plus de seguridad para nuestro cliente a la hora de contratar su cocina. Así mismo, nos permite personalizar los diseños, una manera de generar confianza y fidelizar al cliente. Es decir, podemos hacer realidad la cocina deseada por cada usuario. Y por último, la transformación digital también aporta versatilidad, la capacidad inmediata de adaptarnos a las exigencias, modificaciones o transformaciones habituales que se dan en el proceso de creación de un proyecto de cocina. Son todo ventajas para el cliente y, por tanto, para la tienda".

Las tiendas DECORactiva cuentan con programas de diseño para mostrar al cliente todos los detalles de su futura cocina y que le permiten de forma flexible cambiar lo que desee. Asimismo recrean en 3D la cocina para conseguir un efecto más real.

Otro aspecto vinculado a la tecnología, y que muestra la apuesta de la enseña, es su destacada presencia en redes sociales, con sorteos y concursos. Además de en Facebook y Twitter, DECORactiva está presente en Instagram y Pinterest, y cuenta con su propio blog en el que colabora una cocinera que diseña recetas para sus seguidores. Y es que, como asegura el Gerente de

Grupo Activa, "la actividad en redes sociales es un trabajo que requiere mucha presencia diaria, de contenido de calidad e interés para nuestros clientes potenciales. Se trata de crear una imagen de marca que englobe confianza, cercanía, tecnología, soluciones prácticas, diseño y servicio".

Además, las tiendas físicas también realizan promociones a lo largo del año, como regalar microondas o pequeños electrodomésticos por la compra de un equipamiento de cocina, financiaciones especiales a coste 0% o regalos promocionales.

Sabedores que sus clientes buscan asesoramiento, confianza y servicio, en DECORactiva ofrecen, además de personalización, trabajo mano a mano con el cliente y proyecto de la cocina en 3D, un seguimiento y control de calidad estrictos de cada proyecto, el servicio de reforma integral si fuera necesario; además de las mejores marcas de electrodomésticos y mueble auxiliar del sector; y financiación especial que se adapta a las necesidades de los clientes. Como explica Pérez, "los servicios que ofrece la tienda a los clientes son los que potencian su valor como establecimiento de confianza, y por eso es un aspecto fundamental sobre el que trabajamos continuamente".

La cocina más demandada por los clientes de DECORactiva, según Roberto Pérez, incluye los modelos estratificados blanco de alto brillo, la mayoría lineales, con un precio medio que oscila entre los 3.000 y los 4.000 euros, sin contar electrodomésticos ni encimera, con una clara tendencia hacia las cocinas abiertas e integradas en el salón

www.decoractiva.com

GHIBLI
LINEAR LIGHT SYSTEM

Ghibli, lampara lineal para debajo de mueble alto que combina un disegno refinado con un practico sistema de baldas integrables creando un elegante y luminoso efecto en el ambiente de la cocina

L&S ITALIA Srl Via L. Zanussi, 8 33070 Maron di Brugnera (PN) – Italy
Tfno: (+39) 0434.616611 info@ls-light.com www.ls-light.com

Agente Tomás Eceiza Castillo Plazza Iribar nº 2 - 2° Oficina 9 20.018 San Sebastián
Tfno: (+34) 943.308325 tomas@dtecsl.com

MASTER KITCHEN

Con más de 30 años trabajando en la distribución de electrodomésticos y muebles, actualmente, la enseña especialista Master Kitchen cuenta con 44 puntos de venta. Para sus responsables el punto de venta físico es parte fundamental en el negocio de la venta del mueble de cocina, ya que se requiere un esquipo muy especializado que ofrezca una atención personalizada. Pero esta realidad hay que saberla combinar con la digitalización, una realidad global que ofrece una serie de oportunidades que hay que saber aprovechar. En este sentido, desde Master Kitchen consideran que esta tendencia aporta herramientas para poder llegar a targets, adaptando los mensajes a cada tipo de público: "se trata de una oportunidad con infinidad de posibilidades, por lo que es de vital importancia en nuestro sector unir el mundo online con el offline para poder establecer una comunicación eficaz con el público".

En las tiendas Master Kitchen trabajan con programas de planificación, dibujo, render y fotorrealismo. Asimismo, estos programas incorporan sistemas de gestión que facilitan a la tienda la realización de un proyecto atractivo e interesante para el usuario final y aportan ventajas para realizar la gestión de venta y posventa de dicho proyecto.

Además, desde hace algunos años, los puntos de venta Master Kitchen están equipados con tótems, unas pantallas digitales que permiten al cliente interactuar con los productos, filtrar según sus intereses y consultar el catálogo de forma virtual con la ayuda de un asesor. Además, como parte de la I+D+i de la empresa, han realizado pruebas con realidad virtual para ofrecer a los clientes una experiencia única en la que poder visualizar el diseño propuesto de la manera más cercana a la realidad que se conoce hasta el momento.

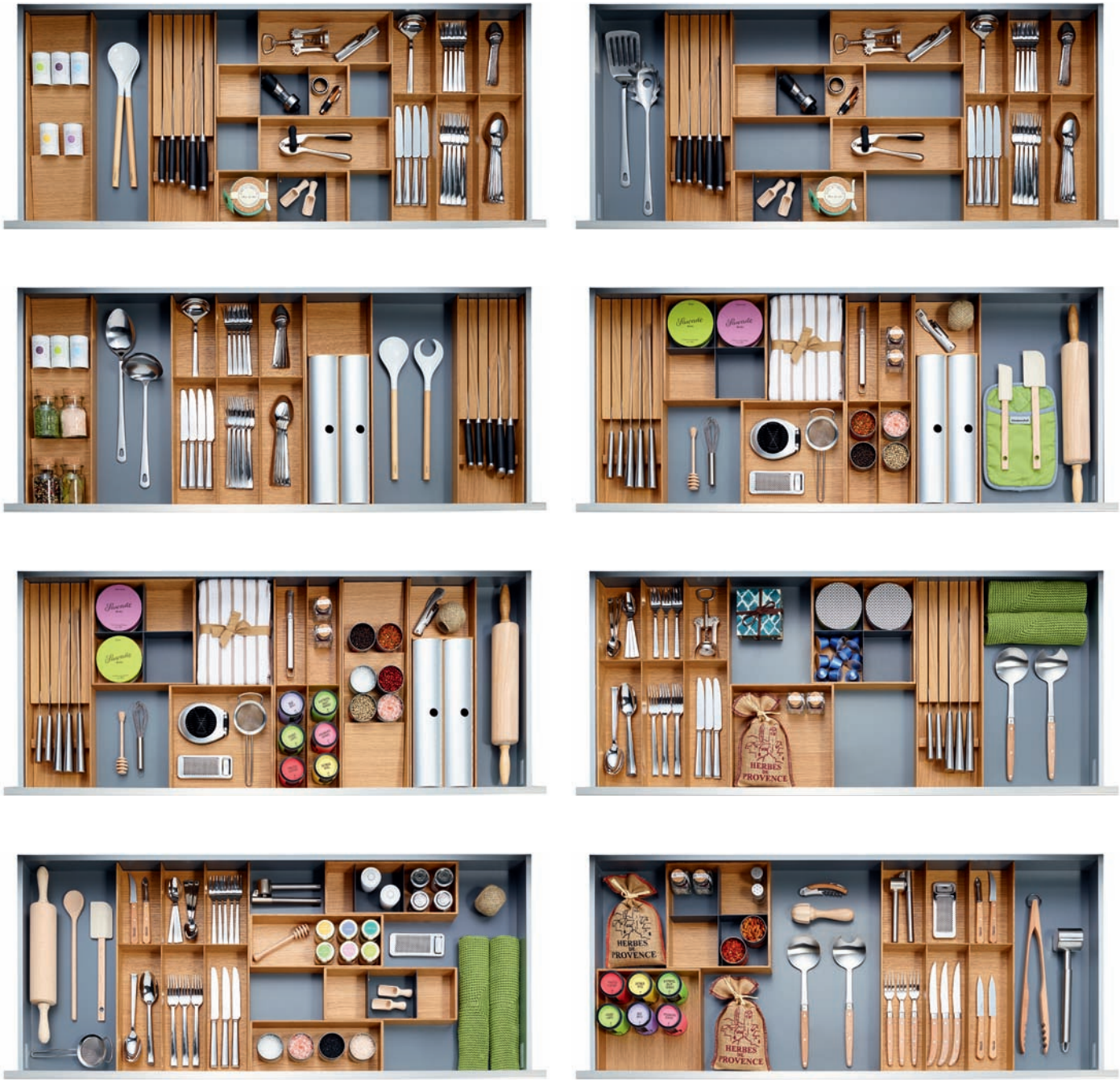
En Master Kitchen otorgan una gran importancia a la postventa, porque, según reconocen, este sector se nutre de las recomendaciones de clientes que han quedado satisfechos. También utilizan el canal online y el canal tradicional, a través de la web www.masterkitchen.es y con acciones en el punto de venta y su entorno, diseñan catálogos y folletos específicos, de ofertas; organizan viajes para asistir a ferias, tanto nacionales como internacionales, y realizan cursos de formación para que los puntos de venta estén actualizados en todo momento.

Los servicios son otros de los puntos que más en serio se toman desde la dirección de la cadena. En este sentido nos aseguran que una de sus prioridades es ofrecer una gran variedad de servicios de calidad a los clientes a través de una financiación personalizada, con una garantía mínima de cinco años, una oferta de producto amplia (cuentan con los principales fabricantes a nivel nacional e internacional) y con servicios como entrega, puesta en marcha y retirada de los productos viejos para su reciclado.

Concretamente para los servicios de entrega cuenta con partners que le garantizan un buen manejo de los muebles y del resto de productos. Esta parte es fundamental, pues se trata del primer paso de coordinación para la instalación y montaje de la cocina, tanto por lo que respecta a los muebles, como a los electrodomésticos, las encimeras y el resto de equipamiento.

En Master Kitchen coinciden a la hora de señalar como las tendencias más demandadas, salvando algunas excepciones a nivel geográfico, las cocinas laminadas de alta presión con los últimos brillos lacados y las puertas de grosor 22. Constatanto además una mayor importancia de la iluminación y de los herrarjes para los clientes.

www.masterkitchen.es



FineLine MosaiQ:
CALIDAD EN EL DETALLE.

No hay desorden, sino que todo está ordenado en su sitio y tan flexible como nunca. Aquí no solamente los cubiertos tienen su precioso sitio. También especias, cápsulas de café y todo aquello que queremos tener siempre a mano, tienen cabida con estilo en las piezas de madera.

Compruébelo usted mismo: **www.kesseboehmer.es/fineline-mosaiq**

KESSEBÖHMER
CLEVER STORAGE

VENDEPLUS-EMOCIÓN COCINAS

Vendeplus es una asociación de detallistas, un grupo de ventas cuyo principal objetivo es conseguir mayor tráfico de clientes , y más ventas, en las tiendas asociadas.

El concepto de agrupación de especialistas en cocinas y reformas de Vendeplus basa su actividad en trasladar al mercado una oferta comercial clara (con un producto vendible común para todos), unificada, renovada bimensualmente y constante.

Vendeplus tiene como marca propia Emoción Cocinas. Actualmente, de las 18 tiendas asociadas que forman parte de Vendeplus, distribuidas principalmente en la Comunidad de Madrid, 11 de ellas utilizan la mencionada enseña.

Según el responsable del grupo, Arcadio Martín, durante el pasado ejercicio, sólo en mobiliario, las tiendas asociadas a Emoción Cocinas - Vendeplus superaron el millón de euros de cifra de negocios. Hay que decir que los miembros de este grupo son especialistas en la reforma de cocina, la gran mayoría también se encargan de la renovación de cuartos de baño y, varios de ellos, realizan también reformas integrales del hogar. Así abarcan productos y canales muy diversos: mobiliario de cocina, baño, auxiliar, armarios, encimeras, electrodomésticos, tarimas, mamparas, platos de ducha, sanitarios, solados y alicatados, etc.

Sobre el reto de la transformación digital, Martín asegura que la web y las redes sociales son vitales actualmente: “tienes que ser un actor online si quieres competir hoy. El consumidor final consulta y se informa antes de visitar una tienda. Y el ámbito de influencia localista del negocio (su barrio y cercanías) ha dejado de existir. Hoy en día, las tiendas que más venden tienen una zona de influencia de decenas de kilómetros pues al comprador no le importa desplazarse para ir a un establecimiento que le ha convencido por su página web o las referencias y comentarios de sus clientes”.

En este sentido, parte de los esfuerzos inversores de la organización se están derivando hacia el marketing online, pues se selecciona la inversión en función de perfiles y de localidades, con lo que las posibilidades de rentabilizar la inversión aumentan. Además, Arcadio Martín destaca el éxito que está teniendo su promoción de regalar la inauguración de la cocina por un chef profesional.

Los muebles de cocina Emoción tienen una garantía de 7 años que puede activarse desde la web o en la tienda donde se realizó el proyecto.

El modelo de cocina de más éxito en las tiendas Vendeplus coincide generalmente con un laminado (de diferentes calidades) a cuatro cantos. Con una clara ventaja de color blanco y neutros. Y con tiradores integrados o gola. **www.vendeplus.es**

CADENA ELECCO

Cadena Elecco es una central de compras de electrodomésticos especializada en el suministro de electrodomésticos a tiendas especialistas de equipamiento de cocinas. Actualmente cuenta con ocho socios regionales (Coblanca Group Doméstico, Briforma, Nuor la Llave, Prokit Cocinas Sevilla, Duplokit, ADM Talens, Electrodomésticos Tomás y Cuinsol) que desarrollan su actividad en Castilla y León, Castilla-La Mancha, Comunidad de Madrid, Andalucía, Cataluña, Región de Murcia y Comunidad Valenciana; a través de un total de 67 puntos de venta.

Según datos no definitivos de la propia organización, en el pasado ejercicio 2017, la facturación conjunta de Cadena Elecco superó los 17 millones de euros. La enseña nació en 2011 en Madridejos, Toledo, provincia en la que cuenta con 16 tiendas, la de mayor presencia junto a Madrid, con otras 16, seguida de la de Ciudad Real, con 11. **www.cadenaelecco.com**

LO QUE NO VES LA HACE ÚNICA.

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

Nuestra experiencia en la fabricacion de 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.

Nos vemos en SICAM (Pordenone, Italia)
del 16 al 19 de octubre 2018 - Stand C9

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

WE CARE
scilm®
FURNITURE TECHNOLOGY

ÈGGO KITCHEN HOUSE

Èggo Kitchen House es una cadena internacional de tiendas de muebles de cocina de calidad alemana y hechos a medida. De origen belga, empezó a operar en 2007 y hoy cuenta con más de 55 puntos de venta en Europa, una facturación anual superior a los 100 millones de euros y una media de 17.000 cocinas vendidas al año. Su principal fortaleza reside en el modelo de venta y atención al cliente, así como en la participación en su accionariado del fabricante germano de cocinas Nobilia, lo que proporciona a èggo unas condiciones de compra y de equipamiento de las tiendas muy competitivas, con un producto "made in Germany".

En España, está presente desde octubre de 2013. Según su responsable nacional, Jesús Muguiro (en la imagen), en nuestro país cuenta ya con siste establecimientos y espera cerrar 2018 con una nueva apertura. El pasado ejercicio, la enseña superó los 7 millones de facturación a nivel español. Las previsiones para el cierre de 2018 apuntan a alcanzar los 9 millones de euros.

Según Muguiro, el concepto empresarial de èggo no contempla de momento internet como un canal de venta, sino como un canal generador de tráfico a las tiendas: "la red y la digitalización siguen siendo canales de información, un medio para comunicar qué somos, cómo trabajamos, por qué trabajamos así... Es decir, para que los consumidores conozcan lo que nos diferencia y cuáles son las ventajas que van a encontrar si deciden acudir a una de nuestras èggo Kitchen House." Sin embargo, reconoce que su modelo de negocio está en constante evolución y que, al final, su objetivo pasa por "ser como el cliente quiere que seamos y estar donde el cliente quiere que estemos". En este sentido, muestra su intención de desarrollar herramientas para acercarse al mundo digital, sin perder la esencia de la planificación de la cocina con el cliente en base a sus gustos, necesidades y presupuestos. Dicho esto, el eje de las acciones de comunicación de èggo es el online y las redes sociales, aunque sin dejar el offline.

En las tiendas èggo, el primer elemento que llama la atención, según su responsable para España, son las grandes pantallas del exterior con promociones, modelos y servicios. Una vez dentro, toda la planificación conjunta de la cocina se realiza en pantallas de 42" que muestran de forma generosa e inmediata, incluso las modificaciones y sus costes.

Por lo que respecta a servicios, el Director de èggo España asegura que se ponen en la piel del cliente, de forma que antes de cada paso "pensamos en cómo nos gustaría ser tratados". Así, además de la definición, planificación y montaje de la cocina, realizan los planos técnicos, contactan con los decoradores o reformistas y, si el cliente lo solicita, le facilitan el contacto con este tipo de profesionales que, aunque no serán de èggo, sí han sido homologados por la cadena. Esto se traduce en que, por ejemplo, en el caso de la tienda piloto èggo La Gavia (Madrid), el porcentaje de clientes recomendados roza ya el 30%.

La cocina que más triunfa en èggo Kitchen House España es, en el 70% de las veces, de color blanco, con acabados en mate o brillo. No obstante, durante este ejercicio, en palabras de Muguiro, están despuntando las cocinas de línea "bistro", modelos en color negro mate combinados con madera.

Entre los materiales preferidos para los frentes de puerta siguen liderando los laminados, en especial, las propuestas de estratificado y melaminas, y entre estas, vuelven a ser muy demandados los acabados en imitación madera.

Según èggo, también se confirma la tendencia alcista de las lacas, gracias a la "democratización" de los precios a la que han contribuido empresas como ellos. En encimeras, los nuevos estratificados, su calidad y variedad de acabados han permitido su crecimiento frente a los derivados del cuarzo o los porcelánicos. En cuanto al diseño, de nuevo son las líneas puras y las gamas sin tiradores las preferidas por los consumidores.

El perfil del cliente èggo responde a un consumidor urbano, de entre 30 y 60 años, que valora la calidad pero sin descuidar el mejor precio. Alguien que ha buscado previamente en internet y sabe lo que necesita .

www.eggo.es

(R)EVOLUTION

Silentia+

Desarrollo tecnológico de las bisagras de la primera generación.

Los **dos amortiguadores de aceite de silicona** garantizan una excepcional constancia en la aplicación de la fuerza decelerante asegurando, de esta manera, un cierre perfecto en cualquier condición, ambiente y aplicación.

Silentia+ está provista **del innovador selector que retarda la acción amortiguadora** y aporta la fuerza decelerante ideal para cualquier tipo de puerta.

saliceespana.es

SALICE

QUÉ SE DEBE TENER EN CUENTA ANTES DE COMPRAR UNA CAMPANA EXTRACTORA, SEGÚN FRECAN Frecan ofrece al usuario cinco consejos sobre criterios a seguir para comprar la campana extractora que más se adecue a sus necesidades: conocer la tasa de extracción requerida, decidir si conviene más extracción o recirculación, asegurarse de que los conductos están en buen estado, y tener en cuenta la posición y la anchura necesaria y el tipo de cocina donde se instalará.

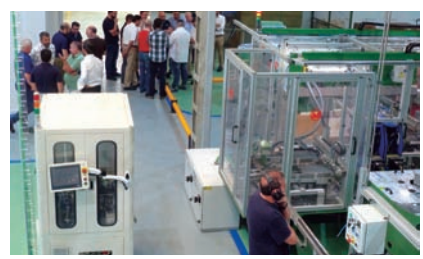
EL ACUERDO DE REFINANCIACIÓN BANCARIA DE CATA Y CNA GROUP, HOMOLOGADO JUDICIALMENTE El Acuerdo de Refinanciación y Reestructuración Bancaria firmado por Cata y CNA Group ya está homologado por el Juzgado de lo Mercantil nº 9 de Barcelona, para poder continuar con la expansión internacional contemplada en su plan de negocios. Después de un periodo de negociaciones, el acuerdo ha sido suscrito también por las entidades financieras Caixabank, Sabadell, Santander, Popular, Bankia e Ibercaja. Contempla la refinanciación de la deuda de 54,5 millones de euros a largo plazo en unas condiciones sostenibles para CNA Group. En el acuerdo se incluyen también los instrumentos de financiación del circulante necesarios que ascienden a 20,4 millones de euros, que permitirán mantener sus expectativas de crecimiento y alcanzar el Plan de Negocios acordado en los próximos cinco años

COSENTINO INAUGURA EN HONOLULU SU PRIMER CENTER DE HAWAI Grupo Cosentino inauguró el pasado mes de julio su primer Cosentino Center de Hawai, en Honolulu. El nuevo Center refleja el crecimiento continuado de Cosentino en Norteamérica y a nivel internacional. *Hawai se ha consolidado como una de las comunidades más relevantes para arquitectos y diseñadores en Norteamérica*, remarca Eduardo Cosentino, CEO de Cosentino, quien añade *al expandir nuestra presencia a Hawai con este nuevo Center, ofrecemos a los arquitectos y diseñadores de la ciudad acceso inmediato a nuestras últimas novedades de producto y acceso al mejor servicio, demostrando así nuestro compromiso permanente con la comunidad de A&D y con el mercado de Estados Unidos.*

KRATER, DE NEOLITH, OBTIENE UN PREMIO MUUZ 2018 Neolith ha recibido, de nuevo, un prestigioso premio Muuuz International. Esta vez por el modelo Krater, su tabla oscura con vetas en espiral que rinde homenaje a la pizarra natural. Lanzada a principios de año, Krater se creó en respuesta a la popularidad del modelo Nero Marquina de Neolith (ganador del premio Muuuz International 2017) y a la tendencia imperante de aportar tonos y matices más oscuros a las decoraciones de cocinas y cuartos de baño.

MESA CLICK, DE CANCIO Con un diseño minimalista pero elegante y sobrio, el fabricante de mobiliario Cancio propone una innovadora solución para los espacios estrechos: Click, una mesa de pared abatible que ofrece un doble uso: en posición cerrada, la mesa Click dispone de una estrecha balda de apoyo y, al abrir ésta el espacio útil se multiplica para crear un espacio practicable equivalente al de una mesa de medidas estándar. Gracias a las dos escuadras metálicas de acabado antracita, Click proporciona un mecanismo de apertura de alta resistencia, combinando la funcionalidad con el diseño de una forma sencilla y eficaz. La mesa está disponible en 80×25 y en 110×25 y se ofrece en una amplia variedad de colores y acabados distintos que harán que convine perfectamente con cualquier rincón de la casa.

INDAUX CELEBRA SU REUNIÓN ANUAL DE DELEGADOS COMERCIALES Las instalaciones de Indaux en Zaragoza acogieron el pasado 26 de julio la reunión anual de delegados comerciales de la península ibérica. Allí, los delegados pudieron conocer de primera mano las innovaciones implantadas en la planta industrial, vieron in situ la fabricación de la nueva corredera Komplet, y pudieron asistir a una presentación sobre ventas, producto, servicio y competencia, entre otras charlas y actividades.



AD gruppoicat.com

- made in Italy -

Nero Assoluto

La reina de las superficies: el desafio final para el diseño. Piedra sinterizada de fabricación italiana para encimeras de cocina y revestimientos.

Laplitec®

Prestigious Italian Surface

Toma el guante.
Ver el vídeo:

lapitec.com

PANDO PRESENTA SU NUEVO CATÁLOGO-TARIFA 2018/19 En esta renovada edición 2018/19 del Catálogo-Tarifa de Pando se podrán descubrir las nuevas colecciones de la firma, a la vez que consultar sus tarifas vigentes. Este nuevo formato mantiene y mejora toda la información técnica, estética y fotográfica de los modelos, concentrándola en una sola página para dotarlo de una mayor funcionalidad. Además, las páginas lateralmente están troqueladas, lo que permite localizar fácilmente los productos, 11 nuevos modelos de Pando, repartidos en campanas decorativas, techo e integración, que hacen que disponga de un total de 56 con más de 500 posibilidades diferentes.

#COCINACONCONCIENCIA: ELECTROLUX CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS Mientras existen 795 millones de personas con desnutrición, más de mil millones de toneladas de alimentos cada año, un tercio de toda la comida, se tira a la basura. Esta forma de producción masiva contribuye drásticamente al cambio climático y las reservas de comida se verán afectadas en el futuro. Para concienciar sobre estos malos hábitos, Electrolux ha producido y comparte el documental *Cocina con Conciencia*, una iniciativa sostenible para combatir el desperdicio de alimentos, que beneficiará a nuestra salud, a nuestro bolsillo y a nuestro planeta, que puede verse en su web. Esta idea se enmarca dentro de la estrategia For the Better, que surgió hace dos años y pretende disminuir considerablemente el impacto medioambiental del grupo, adoptando medidas como la creación de la Fundación Electrolux Food o su adhesión a la iniciativa *Feed the Planet*, de la Asociación Mundial de Cocineros.

DE DIETRICH ESTRENA PÁGINA WEB EN ESPAÑA De Dietrich presenta su nueva página web para nuestro país, www.de-dietrich.es, con un diseño elegante y funcional que ofrece una idónea experiencia y usabilidad del usuario. La nueva web permite acceder a los contenidos de una manera cómoda y actualizada y visualizar los productos de la marca, contactar con el servicio postventa y de atención al cliente y consultar los manuales de los electrodomésticos De Dietrich. Además, destaca su apartado *Consejos del Chef*, donde la firma ofrece recetas gratuitas para elaborar con sus placas y hornos, consejos sobre los electrodomésticos e información sobre Pierre Gagnaire, el chef de cabecera de De Dietrich, un virtuoso de la cocina galardonado con tres estrellas Michelin. La marca está representada en España por Frigicoll.

UNA ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES RECONOCE LA EFICACIA DE LAS LAVADORAS MIELE Según un estudio, realizado el pasado mes de junio, la lavadora Miele WCE660 se sitúa en la primera posición como la mejor de todas las máquinas analizadas. Para llegar a esta conclusión, se han evaluado características como la eficacia del lavado, el consumo de energía y agua o los resultados del centrifugado y aclarado. En este sentido, esta lavadora destacó como la más eficaz de todas con las manchas, tanto en el programa de algodón como en el de sintéticos, además de lograr excelentes resultados de centrifugado. A la lavadora Miele WCE660 le sigue el modelo Miele WKF301, que logró la segunda mejor calificación del análisis, con muy buenos resultados en aspectos como la eficacia del lavado y el centrifugado, y que comparte con la anterior la mayor calificación en fiabilidad de marca.

JORNADA DE FORMACIÓN TÉCNICA EN EL SHOWROOM DE DAKE El pasado 12 de junio, DAKE ofreció un curso de formación a algunos de los servicios técnicos con los que colabora. En él se trabajaron detalles vinculados a todas las marcas que la empresa representa. Los responsables técnicos de DAKE, expertos en cada una de ellas (Viking, Steel, Blanco, Gutmann, InSinkErator...), fueron los responsables de impartir los cursos. Se empezó con una pequeña introducción sobre cada una de ellas y sobre sus productos más representativos. A continuación, se formó a los técnicos sobre cómo gestionar las plataformas específicas que DAKE y sus marcas ponen a su disposición, para continuar con cuestiones vinculadas a la instalación de los productos, posibles averías o problemas técnicos, así como las diferentes situaciones ante las que los servicios técnicos pueden encontrarse en una reparación. La jornada finalizó con una exhaustiva visita al showroom de DAKE.

NUEVO

CON TEKA NO VOLVERÁS A LIMPIAR EL HORNO

¡CUELGA LOS GUANTES!

NUEVOS HORNOS WISH, LOS ÚNICOS PIROLÍTICOS CON DOBLE SISTEMA DE LIMPIEZA

¿Por qué conformarte solo con la pirólisis? Con el doble sistema DualClean eliges el modo de autolimpieza que quieras girando el mando. **Pirólisis** para una limpieza profunda con calor o **HydroClean**® con vapor de agua para la limpieza de cada día.

#selimpiansolos

Teka

*Tras la autolimpieza se recomienda retirar las partículas con un paño.

www.teka.com

AMC PUBLICA EL VÍDEO DE LA MESA REDONDA SOBRE LA SUCESIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR Ya está disponible, en la web de AMC y en YouTube, el vídeo resumen de la mesa redonda "La sucesión en la empresa familiar," que tuvo lugar el pasado 9 de mayo en el marco de la 40ª Asamblea General de la asociación.

El espacio The Art of Living de Frigicoll, en Madrid, fue el escenario de la mencionada mesa redonda, que estuvo presentada por Sebastián Acedo, director gerente de AMC, y en la que participaron Juan Sabriá, director general de Frigicoll; Juan Rigol Coll consejero delegado de la compañía; Raúl Royo, consejero delegado de Royo Group; Juan Luis Salvador, director general de Antalia Cocinas y presidente de AMC; y Miguel de Argila, fundador de DAKE y vicepresidente de la asociación.

ENTREGADOS LOS PREMIOS DE LA II EDICIÓN DE ANTALIA DECORA Verónica San José, de la Escuela de Diseño de Valladolid, se hizo con el primer premio de la II Edición del Concurso de Diseño Antalia Decora, a primeros de junio. El showroom Cosentino City Madrid fue el lugar escogido para celebrar la gala de la entrega de premios, evento que contó con la colaboración de Grupo Cosentino, Señorío de Relleu, Neff, Dake y Formica.

El acto comenzó con la bienvenida de Juan Luis Salvador, director de Antalia, y continuó con las palabras de su director de marketing Miguel Ángel García, presentando la marca, y también con el reconocimiento a todos los participantes de un concurso que busca apoyar a los jóvenes creadores en el mundo de la decoración, el mueble y la cocina, por parte de Daniel García, consejero delegado del Grupo Top Form.

Asimismo, Teresa Casas, presidenta del Consejo General de los Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior de España, destacó el talento de los estudiantes, a quienes pidió valentía para presentar sus propuestas e introducir aire nuevo en el mundo de la decoración.

En esta edición se solicitó a los estudiantes participantes el diseño de una vivienda tipo loft en un espacio diáfano que integrara área de dormitorio, baño, zona de relax, comedor y cocina, la principal protagonista de estos espacios. La originalidad, talento, buen hacer e imaginación de los diez finalistas conquistaron al jurado. Estos fueron los proyectos ganadores:

- 1º premio: Verónica San José. Escuela de Diseño de Valladolid. Proyecto *Cambio tacones por ruedas de tractor*. Contrato en prácticas en el departamento de diseño de Antalia durante seis meses con posibilidades de contratación indefinida y dotación de 2.000 euros.
- 2º premio: Alejandro Conde Herrero. Escuela de Arte y Superior de Diseño de Zamora. Proyecto *Acond*. 1.500 euros.
- 3º premio: Nerea Fernández Martínez y Edurne Molinero de Bilbao de Creanavarra Centro Superior de Diseño. Proyecto *Dener*. 1.000 euros.
- Premio especial a la universidad o escuela a la que pertenece el proyecto ganador: Escuela de Diseño de Valladolid. Viaje para dos personas a la Architect@Work de París en su edición de 2018.
- Mención especial a la creatividad: Asier Moreno Saldise. Creanavarra Centro Superior de Diseño. Proyecto *Hasmo*.
- Mención especial a la funcionalidad: Tania María Sierra Herdenson. Escuela de Arte y Superior de Diseño de Zamora. Proyecto *Miss Blue*.

iTOP Ker

by inalco

CERSAIE (24-28 Sept)

Hall 20 C44 / D43

Bologna (ITALY)

SICAM (16-19 Oct)

Hall 10 A18 / B19

Pordenone (ITALY)

www.inalco.es

MUEBLES OB CUMPLE 40 AÑOS El pasado día 29 de junio, tuvo lugar el homenaje al empresario Gonzalo Obrero Ortiz durante la celebración del 40 aniversario de Muebles OB, empresa fundada por él en 1978. El acto tuvo lugar en el Cortijo de La Huertezuela, en Villafranca de Córdoba, junto a más de 600 invitados.

Muebles OB, uno de los principales fabricantes de muebles de cocina de nuestro país, cuenta con una red de distribución que se extiende por todo el territorio nacional y llega a más de 15 países, entre los que se encuentra Francia, Portugal, EE.UU., o Emiratos Árabes. Actualmente, sus instalaciones ocupan una superficie de más de 40.000 m^2 y produce una media de 35 cocinas diarias.

Durante el homenaje a Gonzalo Obrero, tanto los trabajadores como su familia le hicieron entrega de varios obsequios conmemorativos, entre los que figura una representación de cada una de las empresas fundadas por él a lo largo de su vida profesional. Posteriormente en su intervención, el empresario, Premio Savia 2011 de la Unión de Empresarios de la Madera por su trayectoria profesional, agradeció a todos los presentes su asistencia al acto, así como a todas las personas que habían contribuido al desarrollo de sus empresas.

ALTAS DE ASOCIADOS EN AMC Durante el año 2018, se han producido 14 nuevas incorporaciones, con lo que el total de asociados a AMC ha ascendido a 75 (se puede ver el Listado completo al final de esta revista). Las nuevas firmas asociadas son:

• SOLA. Situada en la localidad de Cascante (Navarra), Sola Cocinas es una joven empresa dedicada a la fabricación y distribución de mobiliario de cocina de la más alta calidad. Apuestan por un diseño adaptado a las necesidades de cada cliente, por lo que sus proyectos son únicos y sus propuestas personalizadas. Su principal objetivo es hacer primar en sus creaciones la calidad, la innovación, el diseño y la cercanía al cliente.

Desde Sola Cocinas se ofrecen cocinas elegantes, minimalistas, sofisticadas y contemporáneas, con todo tipo de módulos especiales, cajones a medida, iluminación y lo necesario para hacer de la cocina un lugar mejor donde disfrutar de la experiencia de cocinar.
Con su incorporación a AMC, Sola Cocinas persigue sumarse al objetivo principal de la asociación, crear valor para la marca y abogar por una diferenciación con el resto de empresas basada en la exclusividad y los más altos estándares de calidad.

• DISENOVE. Con sede en Guardo, Palencia, posee una amplia trayectoria en la fabricación de muebles de cocina. Tras el triste fallecimiento el pasado año de su fundador, Juan Carlos Murias, actualmente está al frente de la compañía su hijo, Alberto Murias, quien mantiene la misma filosofía de apuesta por la calidad, el trabajo bien hecho y la pasión por la cocina.

Disenove dispone de una amplia red de distribuidores que confían en su producto y en su manera de trabajar. El fabricante de muebles de cocina cuenta con un equipo de diseño especializado que está al día de los estilos y tendencias más actuales y que también tiene muy en cuenta las necesidades de cada cliente para adaptarse a las mismas.

En Disenove buscan la perfección en cada proyecto, por lo que emplean materiales con las máximas garantías de calidad y fabricación, siempre respetando el medio ambiente en dicho proceso. De esta manera, Disenove se suma al proyecto de la asociación para impulsar el sector español de la cocina para que, tanto dentro como fuera de España, ésta sea sinónimo de prestigio, calidad y diseño.

• LEVANTINA. Con sede en la localidad alicantina de Novelda, Levantina es una compañía internacional, referente mundial en el sector de la piedra natural; con una amplia gama de productos únicos y exclusivos que facilita la elección idónea de materiales para el mundo de la arquitectura e interiorismo actual. Cuenta con la mayor cantera de mármol Crema Marfil del mundo, y ser una compañía extractora y productora la convierte en una apuesta con garantía. Naturamia es la colección de piedra natural que destaca por su belleza y prestaciones únicas en el mercado de las encimeras de cocina y baño. Piedras naturales únicas y exclusivas procedentes de diversas partes del mundo. Además, Levantina completa su oferta de productos al mercado con Techlam Top, porcelánico de gran formato especialmente pensado para superficies de trabajo.

EVOLUTION

EVOLUTION es el lanzamiento estrella de la marca KAÜTAT. En respuesta a las nuevas tendencias de mercado, **DB GROUP** KAUTÄT® pone a disposición de sus clientes un cajón de **estética lineal, minimalista y elegante que con su perfil fino de 13 mm.**, permite a su vez, disfrutar de una máxima capacidad interior del cajón o gaveta. Su excelente y contrastada guía sincronizada, evita ruidos y optimiza el deslizamiento, aportando además un excelente comportamiento con carga dinámica.

EVOLUTION, se presentará en dos acabados, **antracita y blanco**, en tres alturas **90, 130 y 180**, en todos los fondos y repleto de un **completo programa de accesorios**, cuberteros, protectores, sistemas de reciclaje, etc. con el que poder vestir el cajón con múltiples soluciones. **EVOLUTION by KAÜTAT, la apuesta solvente e inteligente.**

Distribuidor exclusivo España y Portugal

SGS Certificado para **100.000 ciclos de apertura**

db GROUP®

db@dbgroupherrajes.com

Crece el mercado global de **SUPERFICIES** de cocina

EL MERCADO GLOBAL DE ENCIMERAS ESTÁ MOSTRANDO UN CRECIMIENTO CONSTANTE EN TODO EL MUNDO, DEBIDO A UN AUMENTO EN LOS INGRESOS DISPONIBLES Y UN AUMENTO EN LOS NIVELES DE EMPLEO, ESPECIALMENTE EN LOS MERCADOS CLAVE DE AMÉRICA DEL NORTE Y ASIA-PACÍFICO.

Según pronostica Future Market Insights en su informe *Countertop Market: Global Industry Analysis and Opportunity Assessment 2017 – 2026*, el mercado global de superficies de cocina está programado para alcanzar una valoración de casi 142.000 millones de dólares en el año 2026, lo que representa un crecimiento del 4,9% respecto a 2017.

Esto se debe a que el renovado ímpetu que está experimentando la industria de la construcción y de la rehabilitación ha afectado también positivamente al mercado mundial de encimeras. A todo esto contribuyen, asimismo las tasas de interés históricamente bajas en Estados Unidos, y la disponibilidad de los bancos en ese país de extender líneas de crédito a los consumidores que desean renovar su vivienda.

Precisamente, Estados Unidos será uno de los mercados donde más se notará esta tendencia alcista. Future Market Insights pronostica también que el mercado estadounidense de superficies de cocina crecerá de los 16.927 millones de dólares en 2017 a los 25.708 en 2026, lo que representa una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 4,8%.

Cement Design.

¿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

Compac.

Además, uno de los últimos informe de Freedonia sobre el mercado global de encimeras señala que la producción de superficies de cocina en el país norteamericano alcanzará un valor de 29.300 millones de dolares en 2022, gracias al crecimiento de la construcción y de la reforma y a la tendencia de cocinas más grandes y de materiales de mayor calidad.

SUPERFICIES SÓLIDAS Y GRANITO

Tal como se afirma también en el informe de Future Market Insightes, las superficies sólidas y la piedra natural serán las protagonistas de este crecimiento a nivel mundial, de manera que las primeras alcanzarán un valor de casi 34.750 millones de dólares en el año 2026. Por su parte, el granito llegará a un valor de 39.500 millones de dólares en 2026, gracias al descenso de los precios de este material y a su atractivo estético.

En las siguientes páginas se muestran ejemplos de las últimas novedades en superficies de cocina.

www.futuremarketinsights.com

www.freedonia.com

TechlamTop de Levantina.

Barocco de Naturamia.

Calacatta Boheme de Naturamia.

Marvel Gold de Techlam Top.

LEVANTINA - WWW.LEVANTINA.COM/ES

NATURAMIA® by LEVANTINA

Naturamia es una colección de piedra natural resistente y bella, ideal para cocinas y baños, gracias al sencillo mantenimiento que precisa, y también al hecho de que todos los productos de Naturamia Collection llevan un tratamiento bacterioestático, así como otro que los hace resistentes a las manchas. Naturamia convierte la piedra natural en un producto de diseño exclusivo y contemporáneo, adaptándola a los más variados universos estéticos. Su amplia paleta de color abarca un variado muestrario cromático, y las vetas y los espectaculares y fantásticos dibujos y sus texturas alcanzan el brillo intenso de un pulido o la discreta belleza de un tacto mate, aportando así personalidad a los distintos espacios. En varios grosores y con un cuidado acabado de los cantos, que puede ser recto, biselado, curvo o a inglete, las encimeras de granito y otras piedras de Naturamia ofrecen una garantía por un periodo de 10 años desde el momento de su instalación.

TECHLAM® TOP by LEVANTINA

Techlam Top es un material revolucionario, un innovador porcelánico que lleva el concepto de encimera a una nueva dimensión, ofreciendo una superficie de trabajo de alta calidad. Resistente al desgaste y al paso del tiempo, su aspecto se mantiene siempre igual de atractivo. Estas encimeras aguantan perfectamente la acción de ácidos, como el limón o el vinagre, y asimismo son impermeables y no experimentan desgaste con la acción del agua. Las superficies Techlam Top no se ven alteradas tampoco por manchas de vino, aceite u otros alimentos: basta con pasar un paño húmedo para que recuperen todo su esplendor, y además de su fácil limpieza y nulo mantenimiento, son muy higiénicas y aptas para el contacto con los alimentos. Con una gama de colores inspirada en las piedras naturales clásicas, las encimeras Techlam Top devuelven la sensualidad de materiales como el mármol y las cuarcitas, sin renunciar a la resistencia del mejor porcelánico.

LEVANTINA
THE NATURAL STONE COMPANY

LEVANTINA
AUTOVÍA MADRID-ALICANTE, S/N 03660 NOVELDA (ALICANTE) - ESPAÑA
T. 00 34 965 60 91 84 INFO@LEVANTINA.COM

PRODUCTO

COSENTINO - WWW.DEKTON.ES

Grupo Cosentino ha desarrollado cuatro nuevas propuestas de color mate que amplían la colección Industrial de la superficie ultracompacta Dekton. En colaboración con el diseñador y arquitecto argentino, Daniel Germani, la compañía continúa alineando su innovación e investigación con las tendencias mundiales y ha logrado nuevas referencias con un altísimo nivel estético, bajo una estética sosegada y cuidada.

1. Inspirada en materiales industriales, Laos se convierte en una transgresora reinterpretación de los cementos. Con una tonalidad oscura y una estructura desgastada, este tono define la personalidad de la gama Industrial, reinterpretándola y mostrando su lado más innovador. Su estética se basa en un acabado mate con vetas grises y tonos dorados, ideal para los ambientes más vanguardistas.

2. Con una cuidada y distinguida gráfica, Soke es un color inspirado en los suelos de cemento clásico. Su estructura de grietas realistas se integra sutilmente en un fondo lleno de detalles. Trama y base se funden a la perfección con una gama cromática agrisada, convirtiéndose en un color versátil para cualquier aplicación.

3. Asimismo basado en los suelos de cemento clásico, Kreta se presenta con una estructura calmada. Su diseño es homogéneo y controlado, aunque de forma aleatoria proporciona zonas más oscuras y/o zonas más claras, dependido de la densidad de la trama. Su textura mate y su tono gris son ideales para combinarse con cualquier tipo de material.

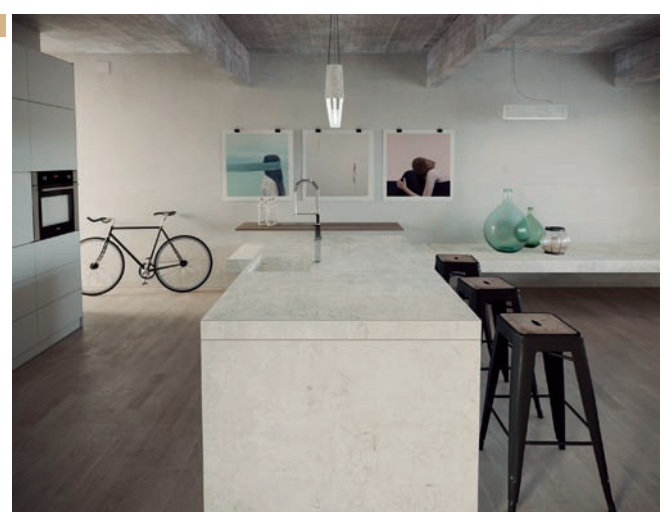
4. De estética industrial, Lunar supone una reinterpretación del cemento convencional. Su estructura poco marcada y su base blanca hacen de Lunar un color de moda. Su dibujo y su fondo casan de forma equilibrada y armoniosa para ofrecer un resultado sublime en la decoración actual.

1

2

3

4



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

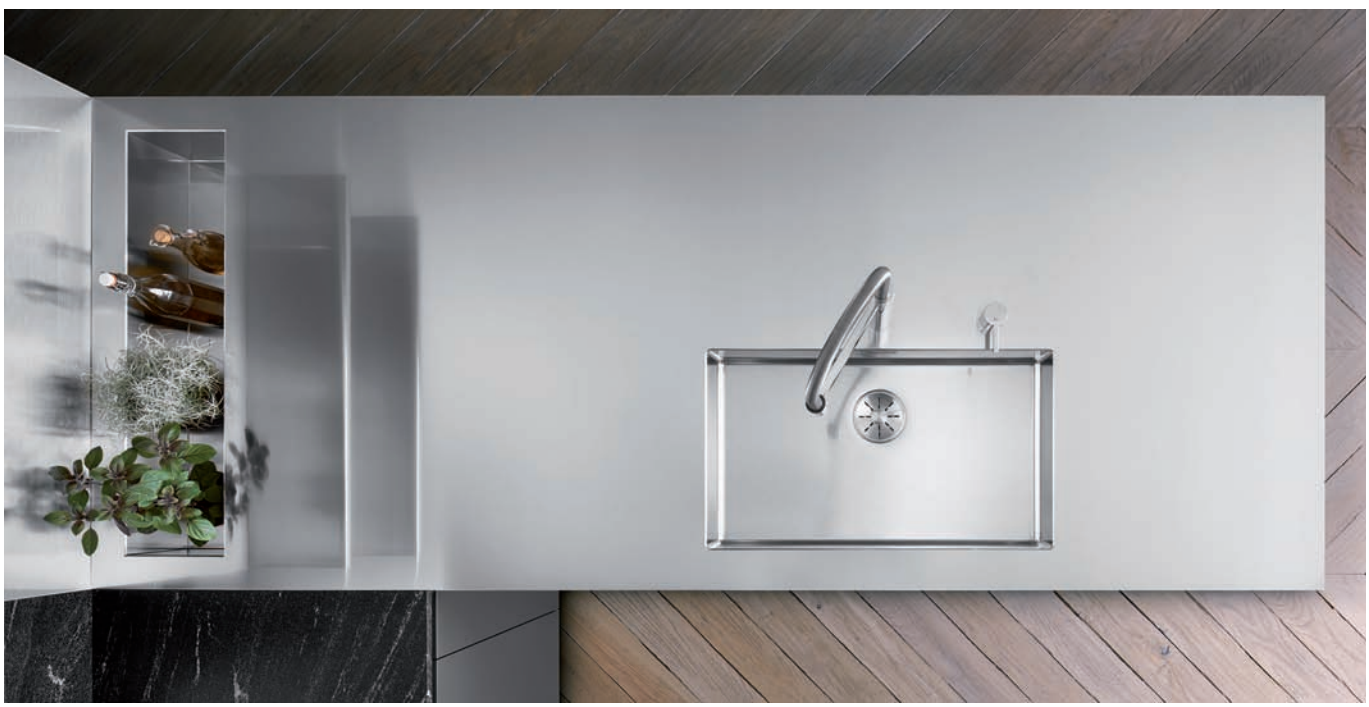
MASTERkitchen
DISEÑO EN TU COCINA

PRODUCTO

BLANCO - DAKE.ES

Gracias a una gran variedad de elementos individuales de excelente calidad y con detalles a juego, Blanco Steelart ofrece al mercado superficies 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 gran novedad y última innovación de la marca es Durinox, un nuevo acabado extremadamente duro y resistente al rayado, 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 gran endurecimiento del material, el cual se vuelve a prensar y posteriormente se somete a un proceso de refinado de la pletina para su posterior manipulación y producción. El resultado es una superficie especialmente refinada con acabado metalizado y de tacto muy agradable, que además es resistente al rayado, 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 su servicio de diseño y proyección, conforman una gestión integral de los proyecto SteelArt.



GRESPANIA - WWW.GRESPANIA.COM

1

2

3

Grespania presenta su nuevo material ultrarresistente para encimeras Coverlam Top, que destaca por su realismo y su riqueza de detalles. Disponible en espesores de 12 mm y 10,5 mm, son un total de ocho colecciones inspiradas en una selección de materiales naturales y repartidas en seis gamas de acabados (piedras, cementos, maderas, metales, monocolores y mármoles). Gracias a su elevada dureza, las superficies para encimeras Coverlam Top no se rayan con el uso cotidiano y mantienen su riqueza estética durante más tiempo. Asimismo, satisfacen las necesidades más exigentes del hogar gracias a su elevada resistencia térmica, química, y a manchas de humedad. Además, gracias a su casi nula porosidad, son altamente higiénicas, de manera que resultan idóneas para la manipulación de alimentos. De esta forma, Grespania reitera su constante compromiso con la innovación, cumpliendo las expectativas de un sector tan exigente como el de la arquitectura y el interiorismo, y sigue creciendo de manera sostenible, lanzando productos singulares gracias a los últimos avances en fabricación y diseño, sin olvidar el máximo respeto por el medio ambiente.

1. Paladio Coverlam Top amplia su gama de producto con otra nueva incorporación: la serie Paladio. En ella, Grespania logra recrear a la perfección la naturalidad y la elegancia del mármol Fumo di Londra, sumamente apreciado y poco común, dotándola de unas características técnicas insuperables. Coverlam Top Paladio se presenta en dos acabados, Natural y Pulido, ideales para vestir sofisticados espacios tanto residenciales como comerciales. Las estancias se tornan elegantemente brillantes, luminosas y naturales, pero con todas las ventajas técnicas del porcelánico de Coverlam Top, que permite resultados impactantes y vanguardistas.

2. Duomo El mármol es tendencia y está muy presente en nuestras vidas. Bajo esta premisa, Coverlam Top presenta la serie Duomo, una superficie fría pero muy versátil y elegante para cubrir con sus vetas todo tipo de espacios. Se presenta tanto en acabado Pulido como Natural, en espesores de 10,5 mm y 12 mm, y en formatos de 1.000 x 3.000 mm y 1.540 x 3.280 mm. Gracias a la pureza de su color y a la suavidad de su acabado, es una gran opción para convertir cualquier estancia en un alegato artístico.

3. Calacata Book y Estatuario Book A las ya conocidas series de Coverlam Top Calacata y Estatuario, se les suman las piezas Book en espesor de 10,5 mm, acabados Natural y Pulido y formato 1.000 x 3.000 mm. Estas superficies, de factura muy artística, se convierten en protagonistas de las estancias y crean espacios con patrones dignos de recordar.

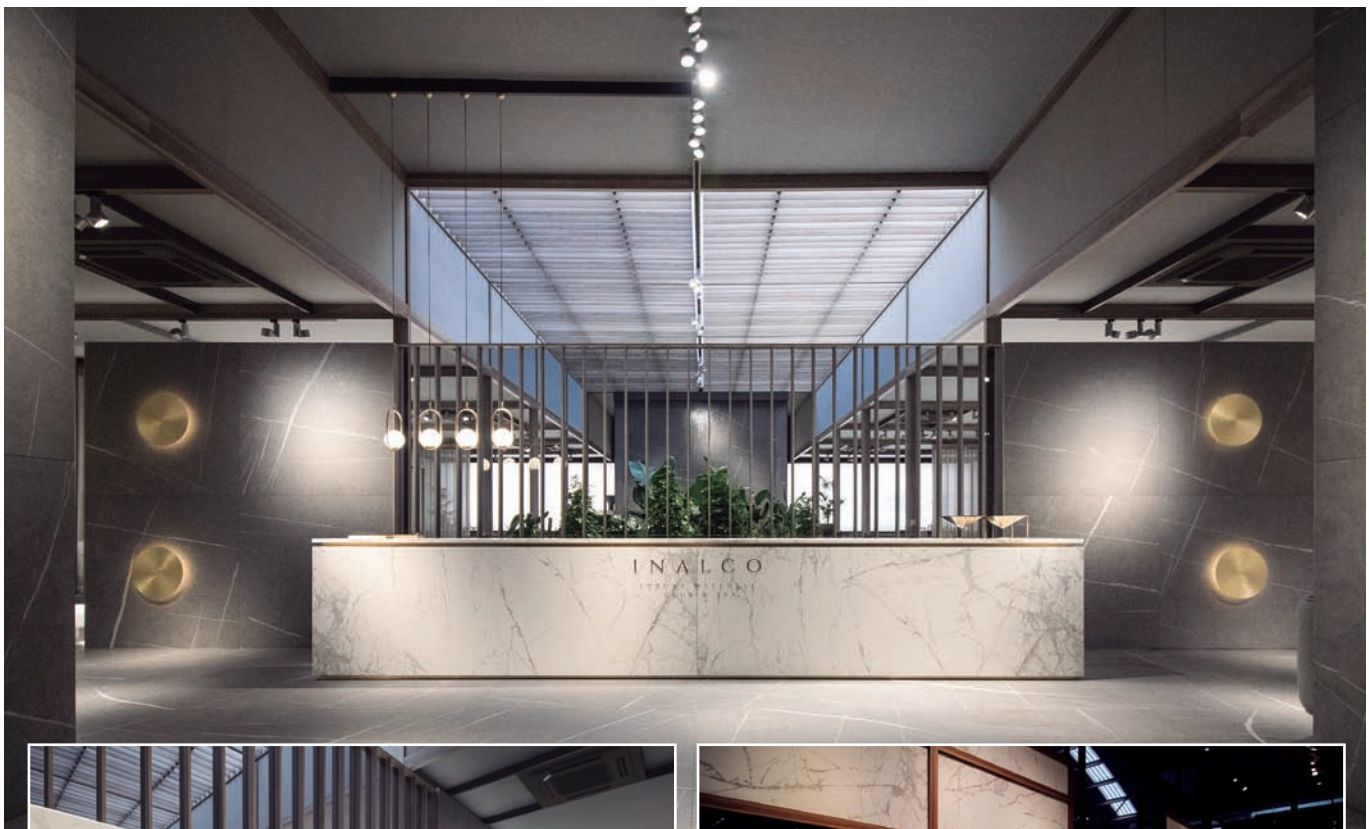
GRESPANIA CERAMICA

GRESPANIA S.A.
CV-16, CTRA. CASTELLÓN-ALCORA, KM 2.200 P.O. BOX 157
12080 CASTELLÓN (SPAIN) T. 00 34 964 344 411 F. 00 34 964 344 401 MAIL@GRESPANIA.COM

PRODUCTO

INALCO - WWW.INALCO.ES

Las superficies de cocina extrablancas que transmiten luminosidad y exclusividad son cada vez más demandadas en el mundo del interiorismo. Así, Inalco presenta nuevos diseños con su innovador acabado pulido mate que, además de ser increíblemente suaves, aportan una exquisita belleza y una blancura excepcional: las superficies **ITOPKER Countertops**, de formato 150 x 320 cm y grosores de 6, 12 y 20 mm, nuevas superficies de gran elegancia y modernidad que enlazan con las últimas tendencias de decoración. Concretamente, Lithea ITOPKER, con sus suaves líneas grises sobre fondo blanco, y Syros ITOPKER, una pieza de gran impacto visual inspirada en el mármol níveo, imposible de encontrar en la naturaleza, son los principales exponentes de esta tendencia. Junto a ellas, Selecta ITOPKER, con su acabado pulido brillo, representa una explosión de luz. Estas superficies se podrán ver en las dos ferias italianas de referencia Cersaie (Hall 20, C44/D43) y SICAM (Hall 10, A18/B19), en otoño. Las imágenes pertenecen al nuevo espacio expositivo de la compañía, que muestra que las tablas porcelánicas que fabrica pueden emplearse en todas las aplicaciones posibles (encimeras de cocina y baño, mostradores, spa, suelos, revestimientos...).



ESPACIO COCINA SICI

TRENDS AND TECHNOLOGY · 28 ENERO - 1 FEBRERO · FERIA VALENCIA

2019

Salón de Mueble y Equipamiento para la Cocina | Coincidiendo con CEVISAMA | www.espaciococina.feriavalencia.com

Organizan Feria Valencia y Asociación de Mobiliario de Cocina

FERIA VALENCIA

AMC Asociación de Mobiliario de Cocina

PRODUCTO

NEOLITH - WWW.NEOLITH.COM/ES

A 300 metros de altitud, en un entorno entre caseríos, viñedos y bosques, se encuentra, en el municipio guipuzcoano de Aia, el plató de TV exterior de Karlos Arguiñano. Su nueva cocina, para este verano 2018, contó como es habitual con **Neolith** como material estrella. Así, en esta nueva cocina exterior del chef televisivo se combinaron dos de los nuevos modelos de la firma lanzados en 2018: **Retrostone** y **Krater.** Neolith Retrostone se integró en encimeras y revestimiento del mobiliario modular de toda la cocina. Se trata de una elegante superficie con un llamativo efecto de grano grande, inspirado en el terrazo tradicional. Por su parte, el modelo Krater se empleó a modo de revestimiento de mobiliario de cocina, en el frontal de la encimera, creando distintos volúmenes; Krater rinde así homenaje a la pizarra natural, con su diseño en tonos grisáceos que contrasta con la tonalidad clara y luminosa de Retrostone. En resumen, dos diseños totalmente diferentes que se unen aportando fuerza y dinamismo.

sc herrajes®

descubre el

TITANIO

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

www.sc-herrajes.com

PRODUCTO

HI-MACS - WWW.HIMACS.EU

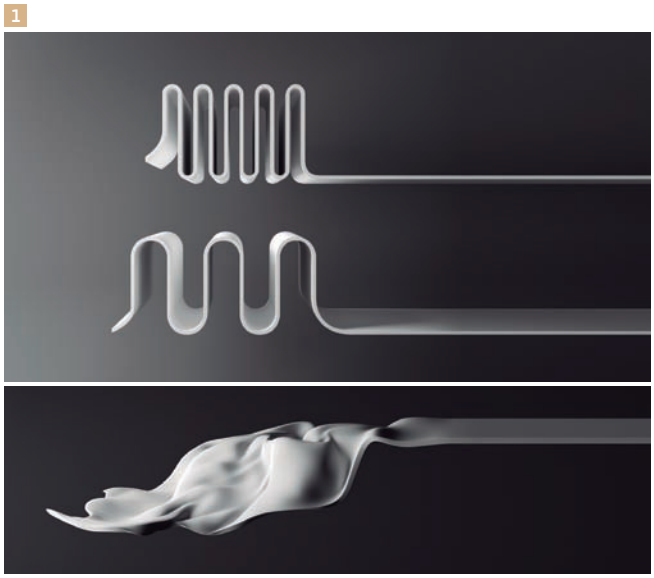
1. **Hi-Macs Ultra-Thermoforming** es una innovadora fórmula que lleva los límites del moldeado en piedra acrílica a un nuevo nivel, con un 30% más de capacidad termoplástica. El nuevo radio interno mínimo posible, de 6 mm, ofrece un producto más flexible durante el proceso de termoformado, lo que ayuda a los diseñadores a crear unas curvas más marcadas y unos diseños más orgánicos. Todo ello, sin afectar a las propiedades del material, que sigue siendo resistente, y fácil de trabajar y de mantener. Hi-Macs Ultra-Thermoforming está disponible en el emblemático color Alpine White, en planchas de 760 x 3.680 mm x 12 mm, y es adecuado tanto para un uso interior como exterior.

2. La nueva colección **Concrete**, una línea de productos que nació del deseo inicial de volver a lo estrictamente esencial, a una época industrial en la que los colores básicos proporcionaban un lienzo en blanco en el que crear, incorpora la textura rugosa del hormigón crudo y el fino acabado de Hi-Macs, con todas las ventajas de la piedra acrílica de última generación. El material totalmente no poroso se puede termoformar, lo que permite obtener formas curvadas, así como superficies sin juntas; de este modo, resulta fácil de reparar y mantener. Las cinco tonalidades de la gama Concrete disponibles están inspiradas en la moderna arquitectura industrial.

3. La colección Hi-Macs **Marmo** se ha actualizado con nueve colores nuevos de aspecto marmóreo, desde el blanco sobre blanco pálido hasta unos llamativos tonos marrón oscuro y antracita. Las nuevas tonalidades, surgidas de la última generación de la tecnología de la producción de piedra acrílica Marmo, muestran una superficie con vetas cortas y nítidas, que presenta un aspecto más realista y una fabricación sin juntas visibles más fácil.

4. Los nuevos fregaderos de la firma, respaldados por sus más de 25 años de experiencia, se fabrican mediante un proceso de moldeado de alta tecnología que garantiza total calidad e higiene, gracias al diseño bajo encimera. Todos ellos se pueden combinar con las encimeras de la marca y cuentan con 15 años de garantía, si la instalación la realiza un miembro del Quality Club.

1



2

3

4

FRANKE - WWW.FRANKE.COM/ES

Franke Solid Surface es un material homogéneo, no poroso, que consiste en una mezcla de minerales naturales y resinas acrílicas. Combinando practicidad, resistencia y elegancia, ofrece al mismo tiempo absoluta libertad en el diseño de cocinas y baños, de acuerdo a las preferencias personales del usuario. La falta total de poros de este material garantiza una higiene y una protección antibacteriana óptimas, ya que no permite que ni la suciedad ni los restos de alimentos penetren en él. Por la misma razón, es altamente resistente a las manchas y muy fácil de limpiar. Certificado por la Organización Internacional Independiente de la NSF, su uso es perfectamente seguro en lugares donde se preparan los alimentos. Otras certificaciones que cumple son: ISO 9001/14001, Greenguard por AQS, SGS por ANSI, y NEMA. Además, se trata de un material termoformable y sin juntas visibles, que sigue los estándares contemporáneos de la arquitectura y el diseño. Los colores y los patrones de las superficies son homogéneos, de manera que no se ven afectados por la radiación UV y mantienen su color y su acabado durante muchos años. También, si es necesario, el material se puede reparar fácilmente.

PRODUCTO

BAUTEK - WWW.BAUTEK.ES

Las **superficies inoxidables** de **Bautek** están elaboradas en acero de la máxima calidad AISI 304, al cual, tras un minucioso proceso de diseño asistido por ordenador, los profesionales de Bautek dan forma para fabricar obras de artesanía exclusivas. Estas superficies pueden conjugarse con otros elementos propios de la cocina, como puertas, traseras, frentes de cajón, plafones, estructuras tubulares, estantes y muebles en general, y en ellas se pueden integrar o enrasar fregaderos, placas de gas o de inducción, y otros accesorios. Bautek cuenta con más de 20 años de experiencia trabajando el acero inoxidable, lo que le permite asesorar a sus clientes garantizando el éxito de cada proyecto.

FORMICA - WWW.FORMICA.ES

Formica Infiniti es una superficie con unas propiedades especialmente adecuadas para el exigente entorno de la cocina. Elegante y de líneas puras, con un acabado mate contemporáneo, ofrece una suavidad y resistencia inéditas, con una tecnología exclusiva que la protege de marcas, huellas y abrasiones fortuitas, por lo que conserva su aspecto limpio durante mucho más tiempo. Visualmente sorprendente, Formica Infiniti transmite una gran sensación de calidad, con una textura aterciopelada, suave, cálida y sedosa al tacto, que realza el espacio de cocina convirtiéndolo en un entorno acogedor. Además, este acabado antimarcas súpermate puede postformarse, creando curvas y preciosos interiores estilizados, y por su innovadora tecnología siempre mantiene su uniformidad. Ofrece, además, altísimas prestaciones antimicrobianas e hidrófugas. Ideal para aplicaciones verticales y horizontales, Formica Infiniti ofrece 21 diseños, de los cuales ocho son mates lisos y, los más recientes, 13 mates estampados. Siete de los diseños estampados se presentan en formato TrueScale a gran escala, sin repetición del diseño a lo ancho de la hoja del laminado. Con TrueScale pueden apreciarse los patrones en toda su belleza, es más asequible que los materiales tradicionales (mármol, piedra y madera), y cuenta con la alta durabilidad y resistencia requeridas en un entorno de cocina. Los 21 diseños se ofrecen en planchas de 3.600 x 1.400 mm, ideales para la fabricación de superficies y mobiliario de cocina.

PRODUCTO

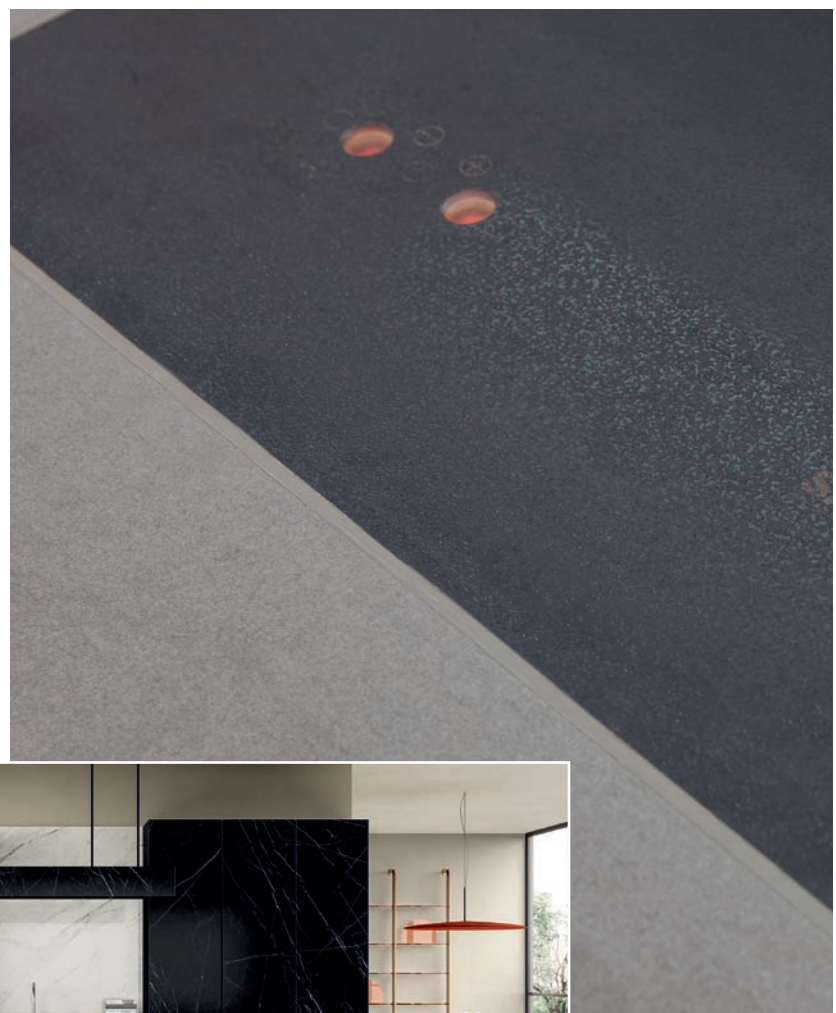
SAPIENSTONE - WWW.SAPIENSTONE.ES

1-2. **SapienStone,** marca del holding Iris Ceramica Group, cuenta con un producto innovador, fruto de la colaboración con la empresa española TPB Top Porzelanik Barcelona: una encimera de cocina de gres porcelánico con placa de inducción integrada **TPB tech,** sobre la que se puede cocinar directamente. En la imagen, la encimera cuenta con las texturas de la colección Malm, inspirada en el metal oxidado, cambiante y con muchos matices, para un espacio de cocina de aire industrial: el elegante Malm Grey para la encimera SapienStone y el audaz Malm Black para la placa de inducción TPB tech. Con un grosor de solo 12 mm, esta encimera, como todas las superficies SapienStone, se caracteriza por su no absorción, su resistencia a las altas temperaturas, a los golpes, a los arañazos, a las abrasiones, a los productos ácidos y a los agentes corrosivos, así como por su facilidad de limpieza y máxima higiene.

3. Refinado e intenso, **Dark Marquina** es el nuevo color SapienStone para vestir las encimeras de cocina. Caracterizado por su fondo negro iluminado por finas vetas blancas, reproduce uno de los más apreciados mármoles españoles: el negro de Marquina. El contraste negro-blanco lo hace perfecto para ambientes elegantes y con marcada personalidad, mientras que las características técnicas del gres porcelánico SapienStone aseguran resistencia, durabilidad e higiene en la cocina. Las encimeras Dark Marquina, de solo 12 mm de grosor, están disponibles en dos acabados: Silky, que ofrece una aterciopelada experiencia visual y táctil, y Polished, que realza de manera inigualable la profundidad del negro.

1

2



3

LAPITEC - WWW.LAPITEC.COM

Grandes superficies, tablas extragrandes y aplicaciones en interiores para pavimentos y cocinas: estos son los puntos clave de la nueva colección **Velvet** de **Lapitec**. El nombre describe perfectamente su fuente de inspiración, pues se trata de una superficie cepillada que brinda una sensación muy delicada, como el terciopelo (velvet, en inglés). La serie continúa con la tendencia de las grandes superficies que la firma inició en 2017 con la propuesta Urban, dedicada a los revestimientos para exteriores. Velvet, en cambio, se dirige a los espacios interiores con una propuesta cromática formada por cuatro tonos —Brooklyn, Berlin, Casablanca y London— y tres espesores (12, 20 y 30 mm). Al igual que en la colección Urban, los nombres rinden homenaje a cuatro ciudades icónicas con un estilo arquitectónico muy claro y distintivo. Brooklyn es una interpretación inédita de los colores y las tonalidades de las aleaciones de hierro, que ofrece un resultado matérico de gran efecto. London es un gris ceniza que evoca los tonos inspirados en el color humo de Londres, interpretados en una clave más metropolitana y glamurosa. En cambio, el color Berlin propone los colores y los ambientes urbanos de la capital alemana. Por su parte, Casablanca es un acabado ebúrneo, muy claro y puro, que recuerda los edificios blancos de la ciudad marroquí, famosos porque resaltanr sobre el fondo del mar Mediterráneo.

PRODUCTO

1

2

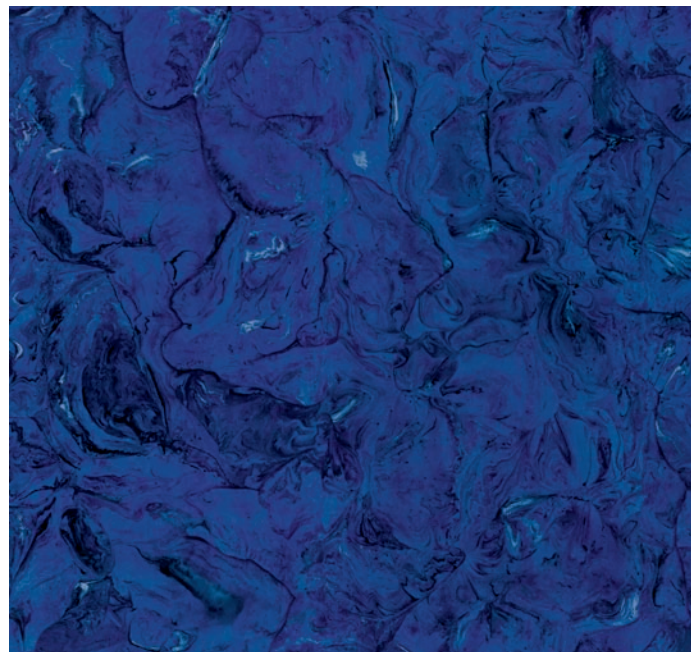
3

1. COMPAC / www.compac.es Con sus diseños Ice Black y Ice White , la colección Ice of Genesis, diseñada por Arik Levy e inspirada en los glaciares del Ártico, emplea los métodos de producción del cuarzo para ofrecer una gran sensación de profundidad al tiempo que muestra una sorprendente transparencia material.

2. CEMENT DESIGN / www.cement-design.com Los minerales son en nuestros días una de las apuestas estrella en la decoración de interiores, gracia a su belleza singular. Partiendo del cautivador potencial de estos materiales, Cement Design desarrolla Turmalina, un revestimiento continuo exclusivo en base ecocementosa con efectos brillantes y reflectantes. Este producto está caracterizado por su versatilidad cromática y su fortaleza energética.

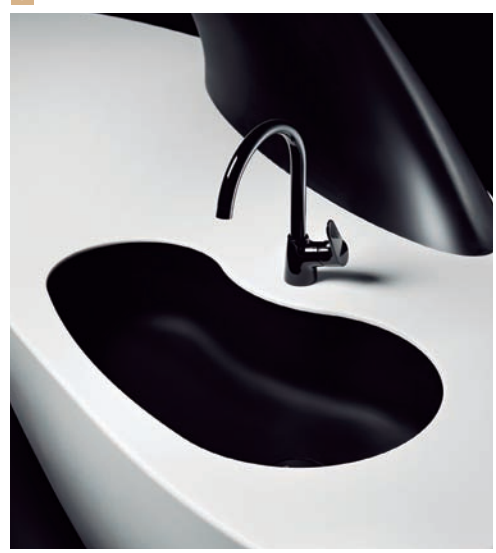
3. KRION / www.krion.com/es Los diseños de los paneles de las distintas series de Krion otorgan una visión original al universo Solid Surface y aportan un gran número de ventajas y beneficios. Además, la amplia paleta de colores y tonalidades multiplica las posibilidades a la hora de combinar elementos e integrarlos fácilmente ya sea con otros materiales o con elementos decorativos distintos. Para acabar, su nula porosidad y su fácil mantenimiento hacen de estas planchas de superficie solida una elección ideal para desarrollar cualquier proyecto. En la imagen, la serie Opale.

4



5

6



4. LAMINAM / www.laminam.it Fluidosolido, la nueva colección de tablas cerámicas de 12 mm de grosor de la firma, cuenta con texturas fluidas sobre superficies cerámicas particularmente sólidas y resistentes, que describen los marcados contrastes de la naturaleza, donde los elementos opuestos se complementan y se integran perfectamente, dando forma al entorno. En la imagen, los colores Grigio y Blu Lucidato.

5. LUISINA / www.luisinacucine.com Las encimeras de madera macizas de Luisiwood combinan el acabado de la propia naturaleza con los diferentes modelos Vintage, con lo que se le otorga a la madera de aspecto rústico y diferenciador. Maderas tratadas y fabricadas por maestros artesanos permiten darle un aspecto único y especial a cada proyecto, creando encimeras a medida de aspecto cálido y natural. Luisiwood trabaja con ocho tipos de maderas diferentes y tres acabados para cada una, todo ello con maderas procedentes de los cinco continentes y tres tipos de empalme: Style, Premiun y Luxe.

6. STARON / www.apegrupo.com/builk Builk by Apegrupo, como importador y coordinador de la red de distribución de Solid Surface Staron, y su amplio catálogo cerámico (revestimiento, pavimento y encimera) da un paso en el concepto de integración de materiales, gracias a su oficina técnica a disposición de prescriptores, estudios de cocina y diseñadores, para ayudar a convertir en realidad los proyectos más vanguardistas.

Gran expectación en torno a ESPACIO COCINA-SICI 2019

YA SE CONOCEN ALGUNOS DETALLES DE LA PRÓXIMA EDICIÓN DEL SALÓN ESPACIO COCINA-SICI, QUE TENDRÁ LUGAR EN LA FERIA DE VALENCIA, DEL 28 DE ENERO AL 1 DE FEBRERO DE 2019.

A falta de casi cinco meses para que tenga lugar en Valencia una nueva edición de Espacio Cocina-SICI, la segunda, tras el convenio firmado entre AMC y Feria Valencia, ya se conocen algunas novedades de la misma.

Según explican desde la organización, la gestión comercial está siendo muy positiva, y todo apunta a que se superarán incluso las previsiones más optimistas, que estaban fijadas en 18.000 m^2 de exposición, la presencia de más de 250 marcas y una cifra de visitantes, juntamente con Cevisama, de unos 90.000 profesionales.

Y es que los organizadores han constatado que los resultados de la pasada edición, unidos a la campaña de promoción (tanto nacional como internacional) han generado una gran expectación en el sector en torno al salón y hay "ganas" de feria. También, la coyuntura económica es favorable: la obra nueva, las reformas y el contract, mantienen un buen tono.

> La próxima edición de Espacio Cocina-SICI, que tendrá lugar en la Feria de Valencia del 28 de enero al 1 de febrero de 2019, contará con numerosas novedades para adaptarse a las necesidades de expositores y visitantes

Por otra parte, el contexto surgido a partir de la nueva realidad del mercado de la cocina con importantes "huecos" dejados por la desaparición de empresas de referencia nacionales e internacionales, supone asimismo una oportunidad. Lo mismo que la aparición de nuevos actores en el mercado, la gran distribución y las centrales de compras, sin olvidar los procesos de integración industrial y comercial.

Además, la coincidencia de Espacio Cocina-SICI con la feria Cevisama puede ayudar al creciente proceso de internacionalización de los fabricantes de muebles de cocina.

Como explica Miguel Bixquert, Director del salón, "el fabricante nacional representado por AMC ha hecho de SICI su apuesta estratégica para que la feria sea el mejor instrumento de posicionamiento de marca, dándole visibilidad y de manera que sirva para acabar con la práctica de muchos estudios de cocina que consideran el producto español de segunda fila y venden antes una marca extranjera".

ALGUNAS NOVEDADES DE ESPACIO COCINA-SICI 2019

Para adaptarse de la mejor manera a las necesidades de los expositores y visitantes, los organizadores de Espacio Cocina-SICI incluirán en la próxima edición una serie de novedades que son fruto de una encuesta realizada entre más de 200 estudios de cocina.

Así, en la edición de 2019 se tendrán en cuenta nuevos perfiles de visitantes (prescriptores), como colegios de arquitectos, decoradores y escuelas de diseño. Igualmente, se incluirá una mayor oferta, en especial de todo lo relacionado con encimeras/bancadas/fregaderos, nuevos materiales y formatos. A nivel de expositores, también se dará mayor protagonismo a los electrodomésticos (con temas tendencia como domótica, eficiencia energética...).

En otro orden de cosas, también habrá muchas novedades a nivel organizativo. De esta manera, se planteará una nueva distribución de los stands en la que desaparecen los pasillos principales, dando lugar a circuitos para facilitar que el profesional visite toda la feria. En la misma línea, se potenciará la colaboración entre expositores, de manera que habrá stands con producto compartido. En este sentido, hay que mencionar que los expositores tienen a su disposición numerosas posibilidades de participación: suelo libre, stands personalizados, patrocinios, demostraciones, talleres, acciones de city marketing, etc.

Para atraer compradores extranjeros, Feria Valencia realizará diversas misiones comerciales. El objetivo es conseguir 300 clientes de 16 países.

Además, en Espacio Cocina-SICI 2019, el Foro SICI volverá a convertirse en punto de encuentro y espacio de reflexión para los profesionales del sector. Para la próxima edición hay previsto asimismo un amplio programa de actividades "fuori fiera", de manera que el salón continúe en la ciudad.

Otras actividades incluyen la colaboración con proveedores (de puertas, herrajes, barnices) e instaladores (marmolistas), así como acciones de promoción de cara al público y al consumidor final.

http://espaciococina.feriavalencia.com/

Los electrodomésticos inteligentes triunfan en la IFA 2018

LO QUE HACE TAN SÓLO UNAS EDICIONES ATRÁS ERAN PROTOTIPOS Y OCUPABAN POCO ESPACIO, LOS ELECTRODOMÉSTICOS INTELIGENTES CONTECTADOS, SE HAN CONVERTIDO EN LOS GRANDES PROTAGONISTAS DE LA EDICIÓN 2018 DE LA FERIA IFA, CELEBRADA EN BERLÍN DEL 31 DE AGOSTO AL 5 DE SEPTIEMBRE.

Las cocinas inteligentes han sido protagonistas de la principal feria europea de electrónica de consumo y electrodomésticos, la IFA. Y es que la práctica totalidad de los fabricantes han mostrado en el salón sus productos conectados. Lo llevan haciendo desde hace un par de ediciones como mínimo, pero en 2018 se puede hablar ya de tendencia generalizada en el sector.

Como ya sabemos, las tendencias tardan un tiempo en materializarse en el mercado, por lo que lo visto en IFA contrasta con una realidad aún minoritaria, la de la compra de electrodomésticos inteligentes, pero sin duda, creciente.

Como atractivo importante que la tendencia deja entrever, se hallan las posibilidades de los sistemas de control por voz de los electrodomésticos que se suman a la tendencia de la conectividad, pero sobre todo, a la megatendencia de simplificar la vida a los usuarios evitándole cada vez más tareas.

> LA IFA de 2018 recibió un total de 245.000 visitantes de los que 150.000 fueron profesionales, la mitad, de fuera de Alemania

OTRA EXITOSA EDICIÓN DE IFA

Los datos facilitados por Messe Berlin, organizadora de la feria, han vuelto a indicar para la edición de 2018 unos muy buenos resultados, no ya por los números conseguiidos: 1.814 expositores, una superficie ocupada de 161.200 metros cuadrados y 245.000 visitantes recibidos, de ellos, 150.000, profesionales y la mitad de fuera de Alemania, sino por el grado de innovaciones mostradas y por el volumen de negocio generado, que la organización calcula en 4.700 millones de euros.

En las páginas siguientes ofrecemos una muestra de lo exhibido en la IFA 2018 por destacados fabricantes del sector.

www.ifa-berlin.com

1

3

2

4

1. SIEMENS / www.siemens-home.bsh-group.es La conectividad fue la gran protagonista del stand de Siemens, además de nuevos electrodomésticos e innovaciones pioneras en el campo de los sensores y la robótica que cubren las necesidades y expectativas de los consumidores en la era digital. El CEO de Siemens Home Appliances Alemania, Roland Hagenbucher presentó en rueda de prensa la nueva placa FreeInduction Plus, que se adapta automáticamente a las necesidades del chef: se pueden colocar y mover libremente hasta seis ollas y sartenes de todos los tamaños y formas. Una pantalla TFT táctil de 6,2 pulgadas ayuda a garantizar una experiencia de usuario intuitiva. La clave de la tecnología son los 56 microinductores ovales situados bajo la superficie de la placa que detectan automáticamente la posición y la forma de los utensilios de cocina.

2. MIELE / www.miele.es Los nuevos lavavajillas G 7000, prácticamente autónomos, permiten al usuario despreocuparse totalmente del lavado, ya que sólo tiene que llenar y vaciar el electrodoméstico. El sistema de dosificación automática AutoDos incorpora una gran novedad: PowerDisK, un disco de detergente en polvo ubicado en la puerta del lavavajillas, que mediante un sensor inteligente dispensa la cantidad necesaria de detergente para cada programa específico. Desde la App Miele mobile, se puede controlar el proceso de lavado encendiendo y apagando el lavavajillas, activando funciones, comprobando niveles de detergente e incluso, pudiendo comprarlo online. Además, algunos modelos integrables contarán con 'M Touch', una pantalla táctil multifunción que recuerda al manejo de un smartphone.

3. LIEBHERR / www.frigicoll.com La serie Monolith de Liebherr, presentada en la pasada edición de Eurocucina, volvió a protagonizar el stand de la marca en la IFA. Según Steffen Nagel, Director General de Ventas (Global) de Liebherr, "los electrodomésticos se pueden combinar, si así lo desea el cliente, y se pueden convertir en impresionantes centros de conservación. Para hacer esto, la serie Monolith combina la última tecnología de refrigeración con un diseño elegante, características de lujo y tecnología SmartDevice orientada al futuro".

4. BOSCH / www.bosch-home.es La nueva lavadora con función secado Wash&Dry, que llegará al mercado en 2019, incorpora dosificación automática de detergente y suavizante. Como lavadora, cuenta con una capacidad de hasta 10 kg de ropa. Además, dispone de diversos programas, como el *Antialergias*, y funciones como la opción *Vapor*, para refrescar las prendas y eliminar olores y arrugas. Como secadora, soporta 6 kg y su tecnología a través de sensores ofrece un control preciso de la humedad residual del tejido para que el proceso dure sólo lo necesario y las prendas no se sobrecalienten. Gracias a la función Wash&Dry, además permite lavar y secar en continuo hasta 6 kg e incluye un programa que permite tener la colada lista incluso en una hora.

5

6

7

8

5. ELECTROLUX / www.electrolux.es Electrolux amplía su colaboración con Google integrando sus electrodomésticos conectados en Europa con el Asistente de de voz de Google. La integración de voz comenzará con hornos inteligentes Electrolux a principios de 2019. La integración de voz con electrodomésticos conectados mejora la experiencia de cocina al ahorrar tiempo y simplificar las tareas cotidianas.

6. CATA / www.cnagroup.es Cata llevó a Berlín lo último en control de potencia de inducción. Así, la nueva gama TFT proporciona dos sistemas de cocinado, el sistema tradicional con ajuste de la potencia de calor, y la sofisticación y precisión de cocinado con placas de inducción con control de temperatura y conexión bluetooth, un sistema único en cuanto a tecnología de placas de inducción que permite una mayor precisión de la temperatura.

7. EDESA / www.cnagroup.es La oferta de placas de inducción de Edesa abarca desde los modelos TC tradicionales, pasando por nuevos modelos como “Mono-Slider Touch”, “Multi-Sliders”, “Round Sliders”, hasta los más sofisticados “Hidden Sliders” en versión mono y redonda, porque Edesa entiende que la tecnología facilita un alto rendimiento en los métodos de cocción.

8. AMICA / www.amica-group.es En IFA 2018, se presentó una nueva generación de hornos en acero inoxidable y negro con diseño tipo X. Un bisel uniforme y superdelgado con una altura de sólo 96 milímetros crea la apariencia de conexión y coincidencia entre los electrodomésticos, de modo que se puedan combinar uno encima de otro. Los dispositivos con diseño de tipo X están destinados a usuarios exigentes que desean algo especial.

9

10

11

12

9. **CANDY / www.candy-group.com** El producto estrella del stand de Candy este año en la IFA ha sido la lavadora Rapid'ò, capaz de realizar un lavado completo en menos de 39 minutos. Poder mover la parte superior de la puerta, también facilita la carga y descarga de prendas. Ideal para los que no tienen tiempo.

10. **GRUNDIG / www.grundig.es** La nueva gama de frigoríficos Multi Door de Grundig ha sido diseñada para hacer frente al desperdicio de alimentos y minimizar el consumo energético. Por eso, emplea las últimas tecnologías conectadas para conservar los alimentos más frescos y durante más tiempo, con un consumo de energía mínimo. Los modelos premium de esta línea cuentan con un compartimiento específico para carne fresca, que monitoriza su ciclo de vida gracias a la tecnología de detección de olores FreshMeter y muestra la información al usuario a través de un indicador LED, para garantizar que no se consumen alimentos en mal estado.

11. **AEG / www.aeg.com.es** En la feria, se presentó la nueva gama de placas de inducción SenseCook, que incluye el nuevo modelo SensePro con sous-vide y la primera sonda inalámbrica y sin batería del mundo.

12. **LG / www.lg.com/es** En IFA 2018, LG transformó el espacio Sommergarten en una cocina Ultrapremium denominada Signature Kitchen Suite. Expertos de la industria, técnicos especialistas y diseñadores líderes en la materia, entre ellos Valcucine y Arclinea, han trabajado juntos en el desarrollo de esta nueva gama. Esta colaboración ha permitido que este proyecto fuera perfeccionado y cuente con conceptos tan importantes en la cocina europea, como son el minimalismo y la automatización. De esta forma, se ha desarrollado una gama pensada para integrarse en los espacios existentes y, que a su vez, combine con otros electrodomésticos. Disponible en diferentes estilos, esta línea cuenta con elegantes acabados en acero inoxidable. La gama completa de Signature Kitchen Suite incluye horno, placa de inducción, frigorífico, lavavajillas, bodega y máquina de café. Todos son compatibles con plataformas de Inteligencia Artificial como Google Assistant o Amazon Alexa.

LIVINGKITCHEN: altas expectativas y cocina del futuro

PARALELAMENTE A IMM COLOGNE, EN ENERO DE 2019, FABRICANTES Y DISEÑADORES DEL SECTOR DE LA COCINA MOSTRARÁN EN LIVINGKITCHEN SU VISIÓN DE LA VIDA DEL FUTURO CON MUCHAS NOVEDADES EN PRODUCTOS E INTERESANTES EVENTOS. EL NUEVO PROGRAMA DE EVENTOS DE LIVINGKITCHEN PRESENTARÁ CONCEPTOS VISIONARIOS Y SOLUCIONES INTELIGENTES PARA EL FUTURO DEL SECTOR.

La LivingKitchen abrirá de nuevo sus puertas del 14 al 20 de enero de 2019 en Colonia. Reuniendo en un mismo lugar a las empresas alemanas e internacionales más importantes del sector de la cocina, el objetivo de la feria es convertirse en el evento más internacional dedicado a las cocinas, tanto en Alemania como en todo el mundo. Tres empresas españolas han confirmado ya su participación en el evento: Inoxpan, Inalco y Neolith.

En los tres pabellones de LivingKitchen se espera contar con alrededor de 200 expositores de más de 20 países, incluidos 60 nuevos entre los que se encuentran Lube, Driada, Gessi, Infinity Surface y Zampieri. Así, junto con marcas como Nobilia, Schüller, Nolte y Leicht, la industria del mobiliario de cocina estará presente prácticamente por completo. Los esperados más de 150.000 visitantes de 130 países podrán experimentar el espacio de la cocina como eje central de vida. Más del 50% de ellos provendrán del ámbito comercial y más del 30% del ámbito del diseño de interiores, también del contract.

Pero además del tamaño, lo que distingue a LivingKitchen de todos los demás eventos comparables del sector es la internacionalidad de los expositores. Actualmente, un 60% de ellos vienen de fuera de Alemania, mientras que en 2015 eran solamente un 45%. Pero no sólo el tamaño y la relevancia internacional de la feria son únicos, sino, especialmente, el diseño de contenidos del formato. Los tres pabellones feriales ofrecen el concepto de la cocina en estado puro. Además de las relevantes demostraciones de productos, numerosas presentaciones se centrarán en ofrecer experiencias muy prácticas.

LA COCINA DEL FUTURO:

Cocina al vapor y extractores de encimera, islas de cocina y cocinas de hormigón, veladas culinarias y robots de cocina, barbacoas de lujo para el exterior y cocina vegana: la cocina tradicional se ha modificado en los últimos años mucho más que en los treinta anteriores, y sigue variando a toda velocidad. Son sobre todo tres cosas las que promueven la evolución de la cocina: las innovaciones tecnológicas en los electrodomésticos, las tendencias en el diseño y la cultura culinaria, ha manifestado Matthias Pollmann, director de Gestión de Ferias de Koelnmesse. Por ello, estos temas figurarán en Colonia en el centro del programa de eventos de Livingkitchen. En los tres formatos, Future Design , Future Technology y Future Foodstyles, se tratará de las futuras formas del equipamiento de la cocina y de su configuración así como también de la cuestión de cómo viviremos en el futuro. Y es que nunca las cocinas habían tenido un aspecto tan diferenciado y han tenido unas funciones tan variadas como hoy en día.

Future Design, en el pabellón 4.2, servirá a LivingKitchen como expacio experimental para las más variadas ideas relacionadas con la configuración futura de la cocina. El conocido diseñador Alfredo Häberli presentará sobre una superficie de 160 m^2 un concepto integral que proporcionará una interesante visión de la evolución que se operará en el diseño de cocinas. En un segundo espacio de exposición de unos 240 m^2, jóvenes diseñadores mostrarán una amplia panorámica de elementos y conceptos de cocina, accesorios y posibilidades de aplicación, con diseños y prototipos de la *KitchenSelection* seleccionados por un jurado internacional. En el marco del *Pure Talent Contest*, el concurso internacional de Imm Cologne para nuevas generaciones de diseñadores, que se celebra desde hace 16 años, se concederá por primera vez un premio especial para la categoría de *Cocinas*.

Partiendo de las tecnologías disponibles actualmente, en *Future Technologies*, sobre una superficie de unos 600 m^2 en el pabellón 4.1, se enseñarán las posibilidades que ofrecerán los futuros desarrollos tecnológi-

cos. En el centro de todo ello figurarán tecnologías integradas en redes cuya influencia en nuestro espacio vital, puesto de manifiesto en la iniciativa *Let's Be Smart*, se podrá apreciar de forma totalmente realista.

En la imagen de la configuración futura de la cocina existe también la cuestión de la forma en que las tendencias en la alimentación modifican la cocina. Así, en *Future Foodstyles* se discutirán soluciones para autoproducción, *urban gardening, indoor farming* o cocinas al aire libre, en los 350 m² de la instalación, y se presentarán evoluciones sociales como urbanización y conceptos de *sharing*, así como también tendencias de cocina y de alimentación como *bio* y *veggie*, *in vitro* y *convenience*, robots de cocina y hornos inteligentes. El programa estará combinado con un *FoodMarket* que se instalará en los pasajes situados entre los pabellones 4 y 5 y 2 y 4, en los días que la feria estará abierta al público general. Este espacio dará un aspecto completamente nuevo a LivingKitchen. Aquí, la cocina y la alimentación se mostrarán como una tendencia de estilo de vida particularmente apetecible. Al mismo tiempo, este mercado ofrecerá a los clientes finales una experiencia de compra de alta calidad

DAS HAUS - INTERIORS ON STAGE

En la feria internacional del mueble y la decoración Imm Cologne también se le ha dado relevancia a la cocina como núcleo y corazón de la casa, concretamente en Das Haus – Interiors on Stage. En la próxima edición, esta habitual simulación de una vivienda en la feria será un espacio confortable e integrado donde cobra importancia el aspecto social, creando una atmósfera y espacio muy confortable, un concepto compacto y un lugar donde quedarse y tomarse su tiempo. Este año, el evento está a cargo de la pareja de diseñadores australianos Truly Truly, responsables de un proyecto que busca nuevas formas para una cultura abierta del hábitat. Sensual en los detalles (texturas, tejidos, colores...) y ambiguo en la clasificación de las funciones espaciales y la configuración de los muebles (algo entre función y arte, entre privado y público), Kate y Joel Booy transmitirán una fascinante experiencia a los visitantes de la feria. El concepto *Living by Mood* muestra espacios emocionales que indagan las convenciones del hábitat en relación con lo más bello y lo más sensual.

Das Haus – Interiors on Stage es una casa de unos 180 m² que se construye cada año en Imm Cologne, en medio de la Pure Editions en el pabellón 3.1. Arquitectura, estructuras espaciales, equipamiento, materiales, colores e instalaciones de luz proceden de la mano de un diseñador/ equipo de diseñadores/ arquitectos que se nomina cada año. Se trata de una obra de arte total temporal que permite percibir la visión creativa de una realidad ideal de la situación del hábitat. Está abierta a todos los visitantes de Imm Cologne y se puede entrar en ella, probarla, fotografiarla, vivirla y debatir sobre ella.

GRANDES EXPECTATIVAS

Especialmente a través de estos eventos, LivingKitchen quiere atraer tanto al mundo profesional como a los consumidores finales. Y durante el próximo evento se espera que el éxito internacional registrado por los expositores se haga extensivo y se incremente en lo que respecta también a los visitantes; por ejemplo, atrayendo a más grupos de visitantes procedentes de los relevantes mercados de EE. UU., Asia y Europa, y en este último caso especialmente de Italia, los Países Bajos, Francia, España y Austria. En ese sentido, no sólo se centra la atención en los visitantes del sector de la cocina, sino también en otros multiplicadores como arquitectos, diseñadores y planificadores de proyectos. LivingKitchen se marca como meta estimular las ventas de cocinas (y todos los productos relacionados) en importantes mercados de exportación y en Alemania, y abrir nuevos canales de venta para las empresas expositoras.

Gracias a LivingKitchen e Imm Cologne, se reunirá en la ciudad catedralicia de Colonia el mundo del diseño de interiores en pleno, tanto de la oferta como de la demanda. En total, unos 1.300 expositores presentarán sus líneas de productos actuales en más de 270.000 m² de superficie de exposición, de los cuales más de 42.000 estarán dedicados a LivingKitchen.

www.livingkitchen.com

LivingKitchen 2017.

NUEVOS TEMAS Y NUEVA DISTRIBUCIÓN EN CIFF SHANGHÁI La 42ª edición de China International Furniture Fair (CIFF) Shanghái, celebrada en el Centro Nacional de Exposiciones y Convenciones de Hongqiao, del 10 al 13 de septiembre de 2018, contó con la presencia de más de 1.200 expositores en una zona de exposición de 400.000 m^2 con una distribución optimizada. Vida doméstica global, tendencias de mobiliario y decoración y maquinaria para madera y mueble fueron algunos de los nuevos temas y exposiciones que pudieron verse en ella.

FORO #INNODESIGN SOBRE NUEVOS CONCEPTOS DE INTERIORISMO, EN HÁBITAT 2018 #InnoDesign, evento que se celebrará en Ágora Nude de Hábitat Valencia, es el resultado de la suma de la innovación (nuevas tecnologías y nuevos hábitos de vida, de compra, de uso de los espacios de trabajo y de redes sociales) al trabajo de interiorista. 10Deco, junto a un amplio grupo de interioristas, organiza este foro abierto en el Ágora Nude de Feria Hábitat, el día 21 de septiembre a las 12.30, para hablar de este nuevo concepto de interiorismo que proporciona tanto mejora en la calidad de vida del usuario como beneficio empresarial.

RENOVACIÓN Y CONTINUIDAD EN EL SALONE DEL MOBILE.MILANO MOSCÚ El Salone del Mobile.Milano Moscú ha estado creciendo durante 13 años, dándose a conocer, afirmando su liderazgo y forjando lazos cada vez más estrechos. En su 14ª edición, del 10 al 13 de octubre en Crocus Expo-2, consolidará su impulso hacia la internacionalización y subrayará su objetivo de alcanzar la primacía en un mercado importante. Más de 250 empresas estarán exhibiendo en los Pabellones 7 y 8, viendo el evento como una gran oportunidad para afianzarse en el mercado ruso y en el de las antiguas repúblicas soviéticas, que muestran un interés cada vez mayor en productos de calidad. Se esperan más de 30.000 visitantes, profesionales, público en general y prensa, gracias a la amplia gama de productos expuestos.

CONSTRUTEC: TECNOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD La sostenibilidad, la tecnología y la innovación se configuran como los grandes ejes vertebradores del futuro del sector de la construcción, como podrá comprobarse en CONSTRUTEC 2018, Salón Internacional de Materiales, Técnicas y Soluciones Constructivas, organizado por IFEMA y que tendrá lugar del 13 al 16 de noviembre en la Feria de Madrid. El certamen se celebrará en el marco de ePower&Building, el mayor evento de soluciones para todo el ciclo de vida de la edificación, con el lema Transforming the way we build a Green World como leit motiv. ePower&Building engloba, además de CONSTRUTEC, los salones ARCHISTONE, BIMEXPO, VETECO, MATELEC y MATELEC LIGHTING, y coincide con MATELEC INDUSTRY. La feria se celebra en un contexto de recuperación del sector, con un aumento de la obra nueva de 80.786 viviendas, casi 16.748 viviendas más que en 2016, según recoge el Informe sobre el Sector de la Construcción 2017, del Observatorio Industrial de la Construcción.

BILBAO MUEBLE 2019, CADA VEZ MÁS INTERNACIONAL Empresas de Portugal, Francia, Polonia, Holanda y Turquía muestran interés en participar en Bilbao Mueble (Feria Profesional del Hábitat de Bizkaia), y algunas de las empresas internacionales referentes en el sector de hábitat, como Elastron Group, Drewlux, Happy Cocconing, Buroart, o Cadeinor Mobiliario ya han confirmado su interés en la feria. Además, en el marco del evento tendrán lugar diversas conferencias, con ponentes como Jorge Pensi, uno de los diseñadores de mobiliario más destacados en el ámbito internacional, y César Caicoya, arquitecto adjunto a Frank Guery (Museo Guggenheim), entre otros.

ÉXITO DE CBD GUANGZHOU La vigésima Feria Internacional de la Edificación y la Decoración de China en Guangzhou (CBD, por sus siglas en inglés), celebrada el pasado julio, reunió a más de 2.000 expositores repartidos por un área de exposición de 416.000 m^2. El evento también recibió a a 179.413 compradores, lo que supone un incremento interanual del 17,76%, y no sólo ofreció un servicio de adquisición integral para compradores, sino que también proporcionó acceso a soluciones completas para gente que buscaba paquetes de decoración personalizados para el hogar.

OCTUBRE

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				

03/05 Valencia (España)
EUROBRICO
Feria internacional del bricolage.
eurobrico.feriavalencia.com

10/12 Hamburgo (Alemania)
EUROPEAN WOOD-BASED PANEL SYMPOSIUM
Foro para la Industria de la madera y auxiliar de la madera.
www.european-wood-based-panel-symposium.org

10/12 Shanghai (China)
CIKB - CHINA INTERNATIONAL KITCHEN AND BATHROOM EXPO
Feria internacional de la cocina y el baño. Edición china de LivingKitchen.
www.livingkitchen-china.com

10/13 Moscú (Rusia)
I SALONI WORLDWIDE MOSCOW
Salón de muebles italianos en Moscú.
www.isaloniworldwide.ru/en

13/17 High Point (Carolina del Norte, EE.UU.)
HIGHT POINT MARKET
Feria internacional del mobiliario. Edición de otoño.
www.highpointmarket.org

13/17 Estambul (Turquía)
INTERMOB ISTAMBUL - WOOD PROCESSING MACHINERY
Feria del Mueble y la Madera - Feria de Maquinaria y Herramientas de Procesamiento de Madera de Turquía.
www.woodmachineryistanbul.com / www.intermobistanbul.com

15/21 Barcelona (España)
SEMANA DE LA REHABILITACIÓN
Semana de actividades para promover la actividad de la rehabilitación.
www.rehabilita.cat

16/19 Pordenone (Italia)
EXPO SICAM
Salón internacional de componentes, semielaborados y accesorios para la industria del mueble.
www.exposicam.it

18/19 Bilbao (España)
EGURTEK
Simposium de arquitectura y construcción en madera.
www.egurtek.com

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

18/22 Kortrijk (Bélgica)
BIENNALE INTERIEUR
Feria bienal de interiorismo.
interieur.be/biennale

22/25 Moscú (Rusia)
LESDREVMASH
Feria de maquinaria, equipamiento y tecnología para la industria de la madera.
www.lesdrevmash-expo.ru/en

24/26 Barcelona (España)
INTERIHOTEL
Evento español de interiorismo hotelero.
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		

04/07 Bruselas (Bélgica)
BRUSSELS FURNITURE FAIR
Feria del sector del mueble de Benelux.
www.furniturefairbrussels.be

13/16 Madrid (España)
EPOWER@BUILDING THE SHOW
Evento de soluciones para todo el ciclo de vida de la edificación. Incluye Construtec, Construtic, Bimexpo, Archistone, Veteco, Veteco Solar, Veteco Glass, Matelec y Maletec Ligjting.
www.ifema.es/epower_01

14/16 Tokio (Japón)
INTERIOR LIFESTYLE LIVING
Feria japonesa del diseño de interiores.
www.ifft-interiorlifestyleliving.com

16/18 Fort Lauderdale (Florida, EE.UU.)
HOMESHOW
Feria del diseño y la remodelación de Florida (edición Fort Lauderdale).
www.homeshow.net

19/23 Moscú (Rusia)
MEBEL MOSCÚ
Feria internacional del mueble. Salón de componentes, semielaborados y accesorios para la industria del mueble.
www.meb-expo.ru

20/23 París (Francia)
EQUIPBAIE
Feria internacional de materiales de construcción.
www.equipbaie.com

20/25 Casablanca (Marruecos)
SALON INTERNATIONAL DU BÂTIMENT (SIB)
Salón internacional de la construcción y los trabajos públicos .
www.sib.ma

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

27/29 Düsseldorf (Alemania)
VALVE WORLD EXPO
Feria de válvulas industriales para el contrl de fluidos.
www.valveworldexpo.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 (Jaén)
Tel. 953.350.240
MARCA: Cincocina
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 ECOLÓGICAS 2012, S.L.
Ctra. Albufera, s/n.
46820 Anna (Valencia)
Tel. 902.210.551
MARCA: Mobilco
www.mobilco.es

COCINAS FIONA
C/ Cinco, 57
45217 Ugena (Toledo)
Tel.: 925.533.647
MARCA: Fiona
www.cocinasfiona.com

COCINAS TEROL, S.L.
Pol. Ind. Pla de Terol C/ Apolo
03520 Polop (Alicante)
Tel. 965.870.327
MARCA: Terol
www.cocinasterol.es

DELAMORA ESPACIO INTEGRAL, S.L.
C/ Montecarlo, 8
28942 Fuenlabrada (Madrid)
Tel. 916.085.363
MARCAS: GM Cocinas, delamora
www.gmcocinas.es

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

DISENOVE, S.L.
Centro de Empresas Guardo Nave 8
34880 Guardo (Palencia)
Tel. 979.850.500
MARCA: Disenove
www.disenove.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

GRUPO AFAR COCINAS, S.L.L
C/ Enrique Herrera, 21
Apdo. de Correos Nº 28
14420 Villafranca de Córdoba (Córdoba)
Tel. 957.190.936
MARCA: Grupo Afar
www.grupoafarcocinas.com

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

HITALO ALCALÁ S.L.
Autovía A-92 Sevilla-Málaga Km 6,5
41500 Alcalá de Guadaira (Sevilla)
Tel. 955.511.956
MARCA: HITALO
www.hitalo.es

IBERKITCHENS, S.L.
Pol. Ind. La Campiña C/ Valencia, 3
41400 Écija (Sevilla)
Tel. 955.902.227
MARCA: Iberkitchens
www.iberkitchens.com

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

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

MUEBLES AROCA, S.L.U.
Ctra. Úbeda - Jaén Km, 40
23100 Mancha Real (Jaén)
Tel. 953.048.134
MARCA: Aroca
www.mueblesaroca.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 de Córdoba (Córdoba)
Tel. 957.190.011
MARCA: Pino
www.laspino.com

FABRICANTES DE MUEBLES DE COCINA

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

REKKER SYSTEM, S.L.
Pol. Ind. Can Barri, nave 43
08415 Bigues i Riells (Barcelona)
Tel. 938.657.790
MARCA: REKKER
www.rekkersystem.com

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

TRANSFORMADOS DE LA MADERA JESÚS SOLA, S.L.
C/ Josef Ezmel, 10
31523 Ablitas (Navarra)
Tel. 948.850.545
MARCA: Sola Cocinas
www.solacocinas.com

YELARSAN, S.L.
Partida Los Llanos, s/n
03110 Mutxamel (Alicante)
Tel. 965.922.579
MARCA: Yelarsan
www.yelarsan.es

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
MARCAS: 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

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

LEVANTINA Y ASOCIADOS DE MINERALES, S.A.
Autovía Madrid-Alicante Km. 382
03660 Novelda (Alicante)
Tel. 96 560 91 84
MARCA: Naturamia, Techlam, Techlam Top
www.levantina.com

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

ROCA SANITARIO, S.A
Avda. Diagonal 513
08029 Barcelona
Tel. 933.661.200
MARCA: Roca
www.roca.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
MARCAS: 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
MARCAS: Blanco, Gutmann, Viking, ISE, Steel, Atag, 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

FABRICANTES E IMPORTADORES DE ELECTRODOMÉSTICOS

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

WHIRLPOOL ELECTRODOMÉSTICOS S.A.
Avda. dels Vents 9-13 esc. A 2a planta
08917 - Badalona (Barcelona)
MARCAS: Whirlpool, Hot Point, Indesit
www.whirlpool.es

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

MESINOR,S.C.
Pol.Ind. San Lázaro C/El Silo, s/n
26250 Santo Domingo de la Calzada (La Rioja)
Tel. 941.340.043
MARCA: Mesinor
www.mesinor.com

OTROS COMPONENTES DE MUEBLES DE COCINA

AZERO ACCESSORIES, S.L.
Carrer de l´Ordim 16
Pol. Ind. El Pla
46870 Ontinyent (Valencia)
Tel: 962 38 91 95
MARCA: AZERO
www.dequm.com
www.azeroiluminacion.com

CUCINE OGGI, S.L.
Calle 7, nº 5 nave 2 Pol. Ind. Codonyers
46220 Picassent (Valencia)
Tel. 963.300.344
MARCAS: Forma e funcione, Niemann, Schwinn, Cutting Rockenhausen, Ebb, Sige, Elco, Wesco, Luisina.
www.cucineoggi.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/ Mario Vargas Llosa, 2
28850 Torrejón de Ardoz (Madrid)
Tel. 916.555.385
MARCA: DB GROUP
www.dbgroupherrajes.com

EMUCA, S.A.
Pol. Ind. El Oliveral c/H, 4
46394 Riba - Toja del Turia (Valencia)
Tel. 961.667.019
MARCA: Emuca
www.emuca.es

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

HÄFELE HERRAJES ESPAÑA, S.L.
C/ Electrónica 33-35, P.I. URTINSA II
28923 Alcorcón (Madrid)
Tel. 91 644 80 21
MARCAS: Häfele, Ninka, Vauth Sagel, Nehl, Schuco, Hawa, Accuride
www.hafele.es/es/

HETTICH IBERIA S.L.
Pol. Ind. Etxezarreta, 3
20749 Aizarnazabal (Guipuzkoa)
Tel. 943.897.020
MARCA: Hettich
www.hettich.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

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

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

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

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

LAS ALBINAS MOBILIARIO, S.L.
Avda. de los descubrimientos, s/n
11130 Chiclana de la frontera (Cadiz)
Tel. 956.402.018
MARCA: Antalia
www.lasalbinas.com

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

FERIA VALENCIA
Avda. de las ferias s/n
46035 Valencia
Tel. 963.861.132
www.feriavalencia.com

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

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

QUALITYLEGAL, S.L.
C/ Rector Lucena, nº 20 1ºE
37002 Salamanca
Tel.923.136.514
clientes@qualitylegal.es

ANUNCIANTES

PORTADA

TECNOMAK

CONTRAPORTADA

HETTICH

INTERIOR PORTADA

ALVIC

INTERIOR CONTRAPORTADA

SERVICANTO

ANUNCIANTES 116

EN ORDEN ALFABÉTICO

BLANCO (DAKE) 23
DB GROUP 47
DECORACTIVA 49
FARO 21
FERIA ESPACIO COCINA-SICI 57
FERIA SICAM 25
FORMICA 6-7
GRESPANIA 55 PUBLIRREPORTAJE
HI MACS 29
INALCO 45
INFER 15
INKO COCINAS 8-9
KESSEBÖHMER 35
L & S 33
LAMIPLAST (PEKA) 13
LAPITEC 41
LEVANTINA 51 PUBLIRREPORTAJE
MASTER KITCHEN 53
PLASMA MADE 11
SALICE 39
SAPIENSTONE 27
SC 59
SCILM 37
SILESTONE 17
TEKA 43
TITUS PLUS 19

COCINA INTEGRAL
Conéctate

NEW COLLECTION METALLIC

2018 BY SERVICANTO

Solicita muestras: imagen@servicanto.es Para pedidos/consulta de precios: pedidos@servicanto.es

Personalización, diseño y máxima flexibilidad: **Nuevos perfiles decorativos para InnoTech Atira**

¡Variedad sin límites! Aporte valor en el interior de sus muebles combinando los diferentes elementos del entorno como frentes, mobiliario o suelos, para lograr un acabado único y atractivo.

www.hettich.com

Technik für Möbel

Hettich