COCINA INTEGRAL

SEGUNDO TRIMESTRE 2022 - Nº. 131 / WWW.COCINAINTEGRAL.NET

ÓRGANO DE DIFUSIÓN DE AMC

TENDENCIAS
RADIOGRAFÍA DE LA COCINA POST PANDEMIA

PRODUCTO
ASPIRACIÓN INVISIBLE: UNA TENDENCIA CLAVE PARA LAS COCINAS ABIERTAS

FERIAS
AVANCE DE EXPOSITORES DE ESPACIO COCINA SICI 2022

IMAGINE

KIT PERSIANA

Servi Canto GROUP

Veleta o **PILAR**

En el ámbito de las relaciones humanas, cada persona es un mundo y muchas veces no hace falta tener mucha psicología para saber, a los pocos minutos de conversación con alguien, qué tipo de hombre o mujer es. Haciendo un símil con el sector de la arquitectura y la construcción podríamos decir que hay personas veletas y personas pilares. Como el propio nombre de esta clasificación indica, las veletas son aquellos elementos constructivos que coronan muchos edificios, con formas diferentes, originales y atractivas. Con sus movimientos sirven para indicar la dirección del viento. Por su parte, los pilares, enterrados en la cimentación y ocultos a la vista, hacen que la construcción resista y no se venga abajo.

Por supuesto que en una casa tiene que haber de todo, pero si nos paramos a pesar en cuál de los dos elementos resulta prescindible, está claro que no hay duda acerca de la respuesta.

Qué contraste el de esas personas que buscan ser las salsa de todos los platos, que cuentan, hablan y hacen mil y una promesas que nunca cumplen. Gente que hace mucho ruido, pero que no deja poso (veletas). Frente a ellas encontramos a esas otras, de trabajo callado y oculto, que no alardean de su labor pero que hacen que las empresas aguanten y tiren para adelante (pilares).

Nuestras plantillas son seguramente nuestro mejor y principal activo. El elemento que aporta valor, diferenciación y respaldo. Valorarlas es también de justicia y saber rodearse de más pilares que veletas, también.

VIONARO V8

La diferencia está en los detalles.

Cuanto menos espacio ocupado por el material, mayor espacio para el almacenamiento.

Nuevo Cajón Ultra Slim **8mm.**

16% MÁS, DE ESPACIO DE ALMACENAMIENTO.

Inko presenta e**n primicia para el mercado español**, el nuevo cajón **Vionaro V8 de GRASS.**
Un prodigio de diseño, fruto de la exploración de los límites de la física de nuestro partner GRASS.

Con laterales de 8mm, en una aleación exclusiva de acero 100% reciclable, una **robustez** nunca vista, y un **diseño minimalista**, el V8 aporta ligereza y una eficiencia mecánica que lo hace único en su especie.

Además del componente estético de su brillante diseño minimalista, el nuevo Vionaro V8 **maximiza el aprovechamiento del espacio** de almacenamiento hasta un 16%, permitiendo un sinfín de combinaciones y acabados, que fluyen sin esfurerzo sobre los flamantes y reconocidos sistemas de movimiento del fabricante austriaco.

El cajón de acero 100% reciclable más delgado del mundo.

Con tan solo 8mm de grosor, Grass ha convertido su visión en realidad.

Concebido para durar.

Testeado millones de veces para asegurar la calidad, estabilidad y suavidad de movimiento.

Hasta 70 kg decapacidad de carga.

Combinado con el sistema Dynapro, el V8 soporta cargas de hasta 70 Kg sin problemas para el sistema.

GERMAN DESIGN AWARD 2022

Ganador del Red Dot Design Award 2022.

16% más de espacio de almacenamiento.

Cuanto menos espacio ocupado por el material, mayor espacio para el almacenamiento, es de cajón :-)

Ínfimo esfuerzo de apertura.

El cajón parece abrirse por si mismo. Una pequeña presión es suficiente para activar el sistema de apertura/ movimiento.

INKO G*GRASS®

WWW.VIONARO-V8.COM | WWW.GRASSIBERIA.COM | WWW.INKOCOCINAS.COM

SUMARIO

SUMARIO

131

MIXTO
Papel procedente de fuentes responsables
FSC® C084480
FSC
www.fsc.org

EDITORIAL
Veleta o pilar ____ 3

SUMARIO ____ 6-7

TENDENCIAS
HKIT: "creamos la cocina que haga feliz al usuario" ____ 8

"La demanda de la compra online de muebles existe y va creciendo" ____ 12

BC3 Cocinas: "Sherpa Capital hará de BC3 un referente indiscutible" ____ 18

El Roca Madrid Gallery acoge la Asamblea General de AMC 2022 ____ 22

Barpimo:"en una cocina, nuestro producto es el que primero ve el consumidor" ____ 24

Balay: el 75 aniversario de "una gran familia" ____ 28

¡SÍGUENOS!

DIRECCIÓN EDITORIAL / FINANCIERA
DIRECCION@DORIAGM.COM

REDACTOR JEFE JAVIER GÓMEZ
JAVIER.GOMEZ@DORIAGM.COM

REDACCIÓN ANNA UTGÉS Y LAIA BERTRAN
ANNA@DORIAGM.COM / LAIA.BERTRAN@DORIAGM.COM

DIRECTORA DE PUBLICIDAD LUISA PERALES
L.PERALES@DORIAGM.COM

DIRECCIÓN DE ARTE / DISEÑO JAVIER LANZAS
XAVI@DORIAGM.COM

SUSCRIPCIONES
CONTABILIDAD@DORIAGM.COM

IMPRESIÓN COMGRAFIC, S.A.

D.L.: M-44234 - 1989

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

AMC Asociación de Mobiliario de Cocina

ÓRGANO DE DIFUSIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE MOBILIARIO DE COCINA

C/ GENERAL RAMÍREZ DE MADRID, Nº8, PLANTA 7, ÁTICO 4
28020 - MADRID (ESPAÑA) - TEL. 618 999 747
WWW.AMCOCINA.COM / AMC@AMCOCINA.COM

GERENTE SEBASTIÁN ACEDO - AMC
PRESIDENTE JUAN LUIS SALVADOR - ANTALIA
VICEPRESIDENTE SANTIAGO ALFONSO - COSENTINO
CONSEJO ASESOR JOSÉ MANUEL PABÓN - INKO COCINAS
MOISÉS CASTILLO - PANDO
ANA RITA MEDRANO - DELTA
JESÚS CATENA - ACB
FERNANDO CANCIO - CANCIO
JUANA PINO - PINO COCINAS & BAÑOS
ANATOLI JIMÉNEZ - HÍTALO
GIANDOMENICO GALEANDRO - WHIRLPOOL

Las exportaciones españolas de mueble de cocina en el 1er trimestre ... 34

Radiografía de la cocina post pandemia ... 36

Breves ... 52

AMC

Breves ... 54

SICI ... 56

PRODUCTO

Aspiración invisible: una tendencia clave para las cocinas abiertas ... 58

FERIAS

FIMMA Maderalia 2022 cierra sus puertas con cifras exitosas ... 66

El sol volvió a brillar en el Salone del Mobile.Milano 2022 ... 68

Casa Decor 2022 acoge más de 38.000 visitantes en sus 57 espacios de exposición ... 70

Breves ... 74

Calendario ... 76

ASOCIADOS ... 77

ANUNCIANTES ... 82

HKIT: "creamos la cocina que haga feliz al usuario"

EL FABRICANTE ONUBENSE DE MUEBLES DE COCINA HKIT DA CON LA CLAVE DEL NEGOCIO, CUANDO DICE QUE TIENE MUY EN CUENTA EL CONCEPTO DE FELICIDAD QUE SUPONE LA MÁXIMA EXPRESIÓN DE PONER AL CLIENTE EN EL CENTRO. POR ESO, PRODUCTO Y SERVICIO SON TODO UNO.

Hkit es una empresa fundada en Huelva en el año 2016. En manos de dos socios, este fabricante de cocinas que vende sus productos en Andalucía y el sur de Portugal, cuenta con una decena de trabajadores y factura 1,1 millones de euros al año. La firma tiene previsto ampliar su actuales instalaciones de 1.000 metros cuadrados en 500 metros adicionales, próximamente.

Describa su principal producto para el sector cocina.

En Hkit, creamos la cocina que haga feliz al usuario. En estos pocos años que llevamos de presencia en el mercado, hemos buscado y en ello seguimos, una nueva sensación, la felicidad. Creemos firmemente en este concepto y trabajamos día a día, para dar un mejor servicio y un producto adaptado a las necesidades de cada persona. Creemos firmemente que la cocina es el corazón de la casa. En esta se viven las mejores experiencias de una feliz convivencia.

Es por ello que cada vez nos encaminamos más hacia soluciones sostenibles y buscando que todo nuestro producto sea de la máxima calidad. El servicio es nuestra principal arma de trabajo, buscamos que nuestros clientes nos entiendan como una extensión de su propio negocio y creemos que a ello se debe nuestro rápido crecimiento en el mercado..

¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos?

Estamos apostando muy fuerte por nuevos acabados con diseños muy actuales, y en esa línea estamos colocando varias exposiciones en nuestros distribuidores.

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

Como expuse antes, nuestra empresa, en muchos casos, es como una extensión de nuestros distribuidores. Así, buscamos que sientan que ante cualquier incidencia que les pueda surgir en su labor diaria, puedan disponer de nuestros medios, para poder terminar el trabajo que están realizando.

El plazo medio que damos es de 3 a 5 semanas, según materiales, pero solemos adaptarnos a las necesidades de nuestros distribuidores, según sea el caso.

En lo referente a la garantía, hay varias formas de enfocarlo. Por un lado, la normal por ley, pero lo más importante es que nuestros clientes saben que estamos aquí para solucionar cualquier problema que surja por motivos que no sean de mal uso por parte del cliente final, independientemente de la fecha en que se produzca la incidencia.

Balay

75

Aniversario

Por 75 años más
de amistad

75 años trabajando rodeados de amigos

Desde nuestros inicios, en Balay siempre hemos trabajado para llevar innovación, practicidad y diseño a todas las cocinas. Y vosotros habéis estado ahí durante todo el camino.

Gracias por la confianza que nos habéis brindado estos 75 años.

Celebramos nuestro aniversario con esta edición especial, la **Serie 75 aniversario**. Con un elegante acabado en color grafito, apuesta por un diseño moderno y recupera el logotipo Balay de los años cincuenta. La serie incorpora la nueva placa de inducción Balay con extractor integrado.

Descubre todo
lo que hemos preparado
por nuestro 75 aniversario

Tengo un amigo en Balay

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

Esta es la pregunta del millón. Nuestra empresa está creando una marca propia, con unas características especiales con la que queremos ampliar el radio de acción. Tanto en España como en Portugal. Se ha retrasado en estos momentos porque hemos cambiado a unas instalaciones más modernas y con posibilidad de ampliarlas. En la actualidad, tenemos 1.000 m^2, pero este verano pasaremos a tener 1.500 m^2. Con esto y con las inversiones que tenemos previsto hacer, estaremos preparados para dar el salto a cotas mayores.

■ ¿En qué canales tienen más presencia? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?

HKIT tiene una serie de distribuidores independientes que venden nuestro producto. Igualmente, tenemos un canal de construcción, pero que es muy pequeño en comparación a la venta al mayor. No tenemos tiendas propias.

Nuestro ámbito de acción se centra en la actualidad a Huelva, Sevilla y el Algarve Portugués.

■ ¿Cómo siguen (o crean) sus productos/servicios las tendencias en el diseño de mueble de cocina?

Tenemos una serie de proveedores de puertas que marcan tendencia en el mercado. Nos adaptamos a lo que hay en ese momento en el mercado y seleccionamos lo que creemos que se adapta más a nuestra filosofía de empresa.

■ ¿Cómo les fue 2021 y qué previsiones tienen de cara a 2022?

El pasado 2021 fue un año sin parangón. Tuvimos una subida en ventas, realmente espectacular. No creemos que la subida de este año sea exactamente en la misma proporción, porque a día de hoy tenemos una venta parecida a la del año pasado, pero con una gran diferencia: la cartera de cocinas prevista de entregas ha aumentado más de un 30% con respecto a las que teníamos el año pasado por las mismas fechas.

Creemos que el negocio, a día de hoy, no tiene techo. Si todas las inversiones y modificaciones que estamos llevando a cabo las acabamos en los plazos previstos, esperamos seguir creciendo.

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

Para nosotros es muy importante la asociación, tanto de ideas como de compromisos. Creemos que es bueno, para nosotros y para todos, el poder participar en el avance del producto español, por excelencia. Vemos cómo parece que se vende el producto extranjero como algo “mejor”, que el producto nacional, y esto es algo que no puede estar más equivocado. El producto español es de un muy alto nivel, en cualquiera de sus formatos, y no tenemos nada que desmerecer, al contrario, pienso que supera en muchos casos a otros productos.

■ ¿Qué opinan de la próxima edición de Espacio Cocina SICI en septiembre junto con Hábitat?

Creemos firmemente en la celebración de ferias, puesto que sirven para ver y aunar ideas y tendencias del mercado. Por supuesto, iremos en septiembre a Espacio Cocina SICI y esperamos que en un plazo breve, podamos participar con nuestro propio espacio HKIT.

www.hkit.es

Zénit by ALVIC
High Resistance Surface

Una superficie mate sin límites.

Descubre la nueva **Colección Pigments de Zénit,** un viaje al origen del color con cinco diseños inspirados en la naturaleza.

Superficies lacadas en supermate con tecnología de vanguardia que aporta una extraordinaria resistencia al rayado y la abrasión, un tacto sedoso y un acabado que no deja huellas. Máxima versatilidad para emplearse en el diseño y la fabricación de todo tipo de mobiliario y decoración de interior.

Tacto seda · *Larga durabilidad* · *Anti-huellas* · *Respetuoso con el medio ambiente*

ALVIC

alvic.com

“La demanda de la compra online de **MUEBLES** existe y va creciendo”

OPENBRAVO ES UNA FIRMA DE SOFTWARE PARA EMPRESAS MINORISTAS. SU FINALIDAD ES AYUDARLES A SER MÁS COMPETITIVAS MEDIANTE SU PLATAFORMA OMNICANAL EN LA NUBE. NOS CUENTA MÁS DETALLES SU RESPONSABLE PARA EL SUR DE EUROPA, MAR VIEIRO.

Mar Vieiro.

El universo online es una realidad que el comercio de muebles de cocina no puede obviar. Para hablar de cómo aprovechar esta tendencia, entrevistamos a Mar Vieiro, Directora de Ventas para el sur de Europa y Latinoamérica, de Open Bravo.

¿Cuál es en estos momentos la situación de la venta online de productos de muebles y decoración?

El sector del mueble y la decoración es un mercado muy grande en el cual, sin embargo y de forma general, la penetración del eCommerce ha sido tradicionalmente de las más bajas, si lo comparamos con otros sectores como la moda o la electrónica de consumo. Un sector con un ticket medio de valor elevado, en el que, a pesar de que los compradores en muchos casos empiezan a buscar online, aún prefieren la visita a las tiendas para ver y probar productos y completar su compra (perfil ROPO o Research Online Purchase Offline). Sin embargo, hemos visto cómo la pandemia ha supuesto un verdadero cambio en esta tendencia, y las ventas online han aumentado de forma exponencial. Así, un estudio reciente de la empresa Technavio pronostica un crecimiento de las ventas online del sector de la decoración del hogar de casi 53.000 millones de dólares entre 2021 y 2025, con un 42% de este crecimiento procedente de Europa. Podemos decir, por tanto, que las ventas online del sector se encuentran en un momento dulce y que para marcas y minoristas, se trata de un canal que ha dejado de ser una opción.

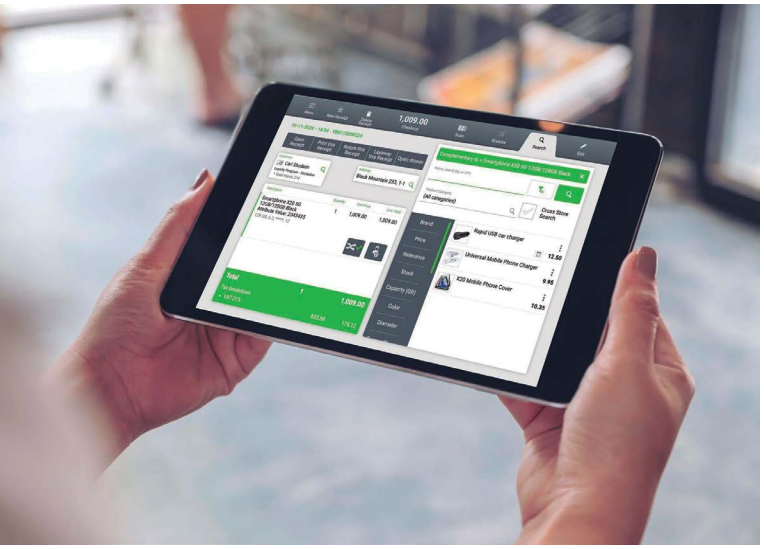
¿Qué comportamiento cree que seguirá el ecommerce de este tipo de productos a medio plazo?

Las previsiones a medio plazo son de confirmación de la importancia del canal online. Apoyadas en el cambio de comportamiento de compra de los clientes, que se ha visto acelerado por la pandemia, pero también gracias a la progresiva adopción de tecnologías que hacen del proceso de compra online una experiencia mucho más conveniente y segura, acercándose en algunos aspectos a la experiencia física. Podemos esperar, sin embargo, que la visita a las tiendas físicas siga siendo importante para determinadas categorías de productos y para recibir asistencia especializada, que es una de las principales razones elegidas por los compradores para continuar visitando este tipo de tiendas.

La venta asistida, acompañando y asesorando al cliente en movilidad es un *must* en este sector, así como contar con la capacidad de optimizar el proceso de preparación de pedidos *fulfillment* y el tiempo de respuesta al cliente.

¿En qué medida la tendencia general de la digitalización que afecta a todos los sectores cree que aumentará las ventas online en este sector?

WORLD DESIGN
CAPITAL
VALENCIA 2022
silestone®
Designed by COSENTINO
99%
Agua Reciclada
100%
Energía Eléctrica Renovable
MIN 20%
Materiales Reciclados
Nuevo Silestone® con Tecnología HybriQ+®
Changing the World®
From the Kitchen
Más sostenible. Más Silestone®.



De hecho ya lo está haciendo y las ventas online están ya empujando al crecimiento global del sector. La demanda por la compra online de muebles y artículos de decoración existe y es creciente. Los avances tecnológicos no hacen más que ayudar a que la experiencia de compra online sea cada vez más conveniente y segura, facilitando que cada vez más compradores se decidan por este canal para sus compras.

■ El placer de acudir a una tienda de mobiliario y ver, tocar, planear y soñar la cocina deseada ¿se puede sustituir online?

Tocar va a ser difícil. Quizás por ahora. Pero es evidente que el uso de tecnologías como la realidad aumentada, con IKEA que fue un precursor, permiten cómodamente desde casa, evaluar productos que hasta ahora requerían siempre la visita a una tienda física.

Personalmente creo, sin embargo, que las tiendas físicas seguirán siendo el destino de muchos compradores que valoran la opción de tocar, probar y comparar productos de forma física, pudiendo ser asistidos por personal especializado. En el caso de una cocina además, toma especial importancia el diseño, con un amplio abanico de opciones y materiales, que no son posibles de evaluar desde el sillón de nuestra casa. En estos casos, visitar una tienda y poder compartir nuestro sueño con un especialista para recibir consejo y ayudarnos a lograrlo, lo que suele pasar incluso por un proyecto de diseño, con un presupuesto, está lejos de poderse conseguir únicamente desde la pantalla de nuestro ordenador o móvil.

■ ¿Cómo puede un estudio/tienda física de muebles implantar una estrategia omnicanal para beneficiarse de las ventajas del modelo de negocio online?

En primer lugar, hay que tener claro que la omnicanalidad, no es un destino, sino un camino. Y que no todas las marcas y minoristas deben seguir el mismo ni llegar a hacer lo mismo.

Lo primero son unos básicos sólidos, como son un buen conocimiento de los clientes, una gestión ágil de inventario y del surtido, ya que se trata de un sector en el que la variedad de productos es muy elevada. Conocer bien a los clientes, sus preferencias y actividad a través de todos los canales, disponer de visibilidad detallada del stock disponible, idealmente en tiempo real, o la capacidad de lanzar nuevos productos o promociones de forma ágil, son fundamentales. Sin esto, no hay estrategia omnicanal posible, ni comercio unificado.

A partir de aquí se trata de definir una estrategia que encaje con los objetivos del negocio. Si para ello requerimos ofrecer Click & Collect, deberemos preparar a las tiendas por ejemplo. Si nuestro comprador está en redes sociales, deberemos tener presencia en las mismas. No existe una única forma de implementar una estrategia de omnicanalidad o de comercio unificado, si bien todas comparten una premisa principal: situar al cliente en el centro y pensar en él para todas las decisiones.

■ Hoy en día el proceso de venta comienza online, con la búsqueda de información en Internet. ¿Qué han de hacer las tiendas físicas de muebles para que la compra termine en su establecimiento?

Lo importante hoy es cerrar la venta, sea en el canal que sea, algo a lo que precisamente ayuda una estrategia omnicanal o de comercio unificado. Al iniciarse hoy muchas compras en una búsqueda en internet, es fundamental contar con una fuerte presencia online. Para ello es clave una estrategia SEO bien definida, que permita un buen posicionamiento en buscadores. La presencia en redes sociales, ha tomado también una mayor importancia para el sector, en redes como Pinterest o Instagram.

Una vez logrado un buen posicionamiento, la web debe tener un diseño atractivo y de muy fácil navegación, lista para su uso desde dispositivos móviles. Con información completa y detallada de productos, visibilidad del stock disponible, buenas imágenes y capacidades de búsqueda, incorporando servicios de asistencia humana o virtual. En el checkout, distintas opciones de entrega como el Click & Collect o la entrega a domicilio y distintos métodos de pago y financiación, así como una clara descripción de los posibles costes de envío. Y si nos han conocido online, dado que las tiendas seguirán siendo importantes, es fundamental ofrecer una

Ver el video

800 separadores de cajones

¿Organizar los cubiertos? Con 800 se te ocurren mil ideas.

800 es el cubertero de aluminio que puedes componer como quieras: un kit con dos matrices, tapas y separadores de plástico que se pueden cortar a medida. Disponible en tres colores, convierte el cajón en un pequeño y práctico mundo para inventar y reinventar. Con el estilo y la forma de la firma EuroOrvel.

- → Simple y versátil
- → En tres colores
- → Se puede cortar a medida
- → Equipado con tapas y separadores

euroORVEL®

Grupo Scilm

Tomás Eceiza Castillo — D,tec — Agente para España y Portugal
tel. +34 943.30.83.25 — tomas@dtecsl.com

experiencia también adaptada a las expectativas del comprador actual. Espacios muy atractivos visualmente, con la adopción de tecnologías que permitan ofrecer un servicio personalizado y de calidad en cualquier lugar de la tienda.

Por encima de todo, será clave disponer de información detallada de los clientes, que permita una experiencia lo más personalizada posible, con detalle de sus compras en todos los canales, preferencias y datos personales. Datos que puedan ser analizados y explotados con herramientas que permitan ofrecer un servicio excelente y establecer una buena segmentación, para el lanzamiento de acciones que aumenten la posibilidad de nuevas compras y para asegurar la fidelidad a la marca, apoyado en planes de fidelización que hoy deben basarse en algo más que simples beneficios económicos.

Como proveedor de software para retail, ¿qué soluciones ofrece Openbravo a las tiendas de mobiliario y equipamiento doméstico que le ayuden a aprovechar las ventajas de la digitalización?
Openbravo ofrece una plataforma software en la nube que permite mejorar la experiencia de compra, tanto online como offline. Ello, sobre una tecnología moderna, que permite al negocio además aumentar la agilidad de sus operaciones, algo crítico hoy.

Una plataforma totalmente modular que permite la gestión de la preparación de pedidos online, que pueden ser entregados tanto en tienda como a domicilio, en escenarios como Click & Collect o Ship-from-Store, facilitados por una visibilidad centralizada y en tiempo real del stock disponible en todas las tiendas y almacenes y de la capacidad para identificar los mejores puntos de preparación según distintas reglas de negocio. Para las tiendas, una solución que permite la gestión centralizada y en tiempo real de todas las tiendas y terminales, con capacidades para preparación de pedidos y de gestión de inventario. Su componente de punto de venta, totalmente web, ofrece a nuestros equipos de tienda herramientas para asistir a los clientes desde cualquier lugar desde dispositivos móviles, con recomendaciones de productos y servicios y una variedad de métodos de entrega y pago, empoderando a nuestros equipos de tienda física como embajadores de nuestra marca y con herramientas que les permitan vender más y mejor. Una solución además fácilmente configurable como solución de autopago, para una experiencia de checkout más conveniente y rápida. La plataforma ofrece además una completa solución de gestión de almacenes, para gestión de tareas como pickings, recepciones, envíos, movimientos o recuentos de inventario desde dispositivos móviles. Tareas clave para una optimización del stock, base para una estrategia omnicanal exitosa en la que se ofrece un servicio al cliente ágil y eficiente. Todo ello, soportado por un back office centralizado con información de clientes, fidelización, productos, precios y un potente motor de descuentos y promociones.

¿Pueden contarnos algún caso de éxito de alguna empresa del sector que haya conseguido mejoras significativas a raíz de haber adoptado alguno de sus productos?
Sin duda, un ejemplo claro es BUT, minorista de muebles, decoración y electrodomésticos, segundo minorista en Francia en el sector, que hoy utiliza nuestra solución en más de 300 tiendas. BUT buscaba ofrecer una experiencia de compra mejorada y soportar el crecimiento de sus ventas en tienda y online, dentro de su estrategia omnicanal. La solución de Openbravo permite soportar distintos escenarios de compra, en la propia tienda o de venta online como Click & Collect, entregas en la acera o entregas a domicilio, con avisos al personal en la zona de preparación de las tiendas sobre la llegada de nuevos pedidos online.

En tienda, los vendedores pueden utilizar nuestra solución de clienteling móvil para asistir a sus clientes, con acceso a información detallada de productos, con imágenes, stock disponible en todas las tiendas, así como recomendaciones y opiniones de otros clientes. Clientes que pueden moverse por los distintos departamentos, realizando sus compras desde distintos terminales, y pudiendo finalmente acudir a las cajas o terminales de pago distribuidos por la tienda para el checkout mediante diversos métodos de pago y entrega. La solución se integra además con distintos sistemas como el de diseño de cocinas, para emitir finalmente el ticket de la compra correspondiente.

Un claro beneficio para BUT ha sido, además, la eliminación de servidores locales en sus tiendas, lo que supone un ahorro muy significativo en costes hardware y el aumento de la agilidad TI, por ejemplo, en el caso de nuevas aperturas. Gracias a Openbravo y el resto de iniciativas en sus tiendas, BUT fue el año pasado galardonado como uno de los minoristas más innovadores en Francia.

Otras marcas del sector, como Crack Hogar en España o Zôdio en Francia, perteneciente al gigante Grupo Adeo, número 1 en Europa del sector DIY, son también algunos de nuestros clientes.

www.openbravo.com

Sign.

Luz funcional que decora.

MICHELE MARCON DESIGNER

Una vez aplicado a la pared, el elemento estructural traza una línea horizontal de luz que divide el ambiente, siguiendo la arquitectura de los espacios y creando un fuerte efecto gráfico.

LS-LIGHT.COM

d,tec

Agente Tomás Eceiza Castillo
Plaza Iribar nº 2 – 2º Oficina 9
20.018 San Sebastián
(+34) 943.308325
tomas@dtecsl.com

FIMMA Maderalia

L&S @MADERALIA
VALENCIA
29.03 —1.04.2022
NIVEL 3, PABELLÓN 1
B39

L&S Lighting Intelligence

BC3 COCINAS: "Sherpa Capital hará de BC3 un referente indiscutible"

EL NUEVO SOCIO DE BC3, SHERPA CAPITAL AYUDARÁ AL GRUPO BC3 A SEGUIR CRECIENDO Y A CONSOLIDARLO COMO UN CLARO REFERENTE DEL SECTOR FABRICANTE DEL MUEBLE DE COCINA.

BC3 nació en Granada en 1982. En todos estos años, la compañía ha ido creciendo hasta convertise en un grupo líder fabricante de muebles de cocina, con seis fábricas en Granada, Alicante, Murcia, Sevilla, Valencia y Barcelona, que suman un total de 26.500 metros cuadrados, 280 trabajadores y una facturación aproximada de 33 millones de euros. Actualmente, BC3 Cocinas vende sus productos en todo el territorio nacional, además de en Francia, Portugal y la Guayana francesa. Nos cuentan más sobre la empresa sus responsables.

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

Nuestro principal producto es el mueble de cocina terminado. La principal ventaja sobre nuestra competencia radica en que ofrecemos un catálogo de producto muy completo y variado, con el desarrollo más amplio del mercado en cuanto a medidas, materiales, acabados y referencias.

Ofrecemos una amplísima propuesta de soluciones para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con la posibilidad de personalizar el diseño mediante un producto de alta calidad y prestaciones, así como una gran variedad de modelos y acabados que se adaptan perfectamente, según al segmento de mercado al que vaya dirigido: estudio de cocina, grandes superficies o canal contract.

■ **¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos?**

Nuestro último lanzamiento ha sido la colección Innova, 12 acabados en melamina tanto unicolores como acabados en madera de gran realismo. Igualmente, estamos trabajando en una nueva colección muy novedosa, de puertas en HPL unicolor, con 12 acabados muy actuales, tanto en brillo como en mate.

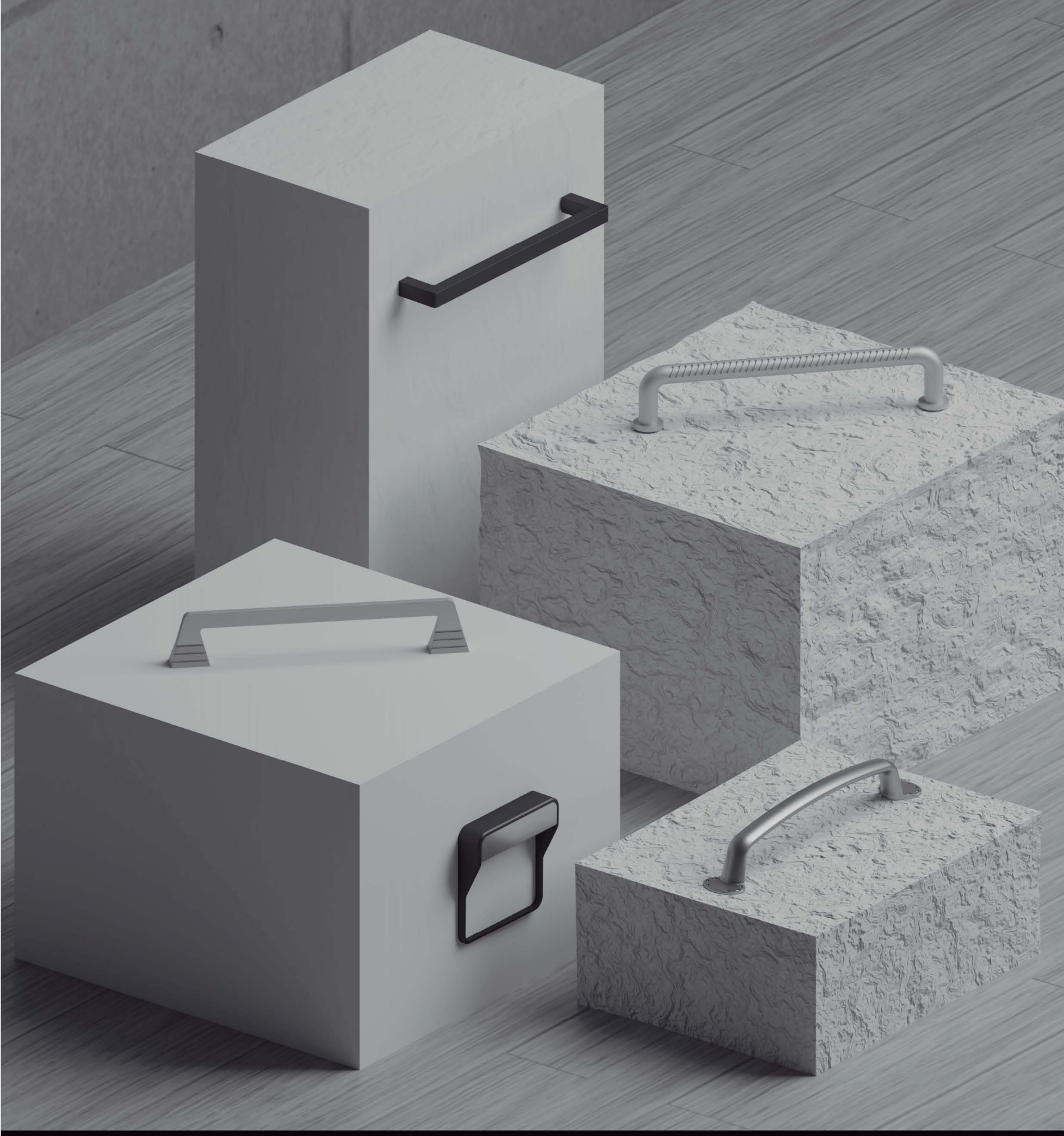
■ **Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos, ofrecidos por su empresa. ¿Con qué plazos de entrega trabajan? ¿Qué garantía tienen sus productos?**

Desde BC3 Cocinas ofrecemos unos plazos de entrega lo más ajustados posible, a pesar de las dificultades de acceso a la materia prima o componentes y los plazos tan dilatados de entrega con los que nos encontramos actualmente.

BC3 Cocinas trabaja con proveedores y firmas de primer nivel, cuyos productos están certificados por empresas homologadas que los someten a todo tipo de pruebas para garantizar los más altos estándares de calidad. Esto, unido a las inversiones realizadas en maquinaria de última generación y personal altamente cualificado, hace que nuestras cocinas gocen de la máxima garantía y fiabilidad.

■ **¿En qué canales tienen más presencia? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?**

El Grupo BC3 centra la mayor parte de su negocio en el estudio de cocina y canal especialista, aunque cada día estamos más presentes en grandes superficies y trabajamos igualmente con todas las grandes empresas del canal contract.



sc herrajes®

Avd. de la Naciones, 31
45200, Illescas
925 51 24 24
info@sc-herrajes.com
sc-herrajes.com

TENDENCIAS

Actualmente, contamos con más de 500 puntos de venta, todos ellos son distribuidores de la marca BC3 Cocinas. En todas nuestras fábricas disponemos de un showroom a disposición de nuestros clientes donde mostramos las últimas novedades y tendencias en el sector del mueble de cocina, pero no disponemos de tiendas propias, ya que solo vendemos al cliente profesional.

¿Cuál es la política de expansión de la marca?

La política de expansión de BC3 Cocinas en el corto plazo, se centra, por un lado, en fidelizar aún más a nuestros distribuidores actuales y, por otro, en afianzar nuestra presencia y crecer en aquellas zonas del territorio nacional en las que tenemos menor penetración. En el medio plazo, la expansión está más enfocada en el mercado internacional, con prioridad y foco en los países en los que ya tenemos una presencia notable, como son Francia y Portugal y, más adelante, nos expandiremos hacia países en los que todavía no tenemos presencia.

¿Cómo siguen sus productos las tendencias de mueble de cocina?

Disponemos de un equipo de diseño multidisciplinar que está permanentemente estudiando las tendencias del sector del mueble de cocina, asistiendo a ferias especializadas y colaborando de forma estrecha con nuestros principales proveedores para desarrollar, en muchos casos de forma conjunta, nuevas propuestas que ofrecer al mercado. Asimismo, el equipo de backoffice y, en general, todas las áreas que están en contacto con nuestros clientes, van informando de las necesidades y propuestas de mejora que nos solicitan, para, posteriormente, ser implementadas en cambios de versión y en el diseño de nuevos productos.

¿Cómo les fue 2021 y qué expectativas tienen para 2022?

Para el Grupo BC3, el ejercicio 2021 ha sido el mejor de la serie histórica en términos de cifra de ventas y en rentabilidad. Para este año 2022, esperamos superar las cifras del año anterior y, para lograrlo, contamos con el impulso y ayuda de un nuevo socio mayoritario, Sherpa Capital, con gran experiencia en el desarrollo y gestión de empresas de tipo industrial, con un equipo humano altamente cualificado, que ayudará, sin duda, a mejorar todos los ámbitos de la empresa y a hacer del Grupo BC3 un referente indiscutible del sector del mueble de cocina a nivel nacional.

Por último, la previsión de mercado para el segundo semestre del 2022 y, principalmente, para el 2023, es que haya una ralentización de la demanda del consumidor final y, por tanto, una contracción del

mercado. No obstante, estamos convencidos de que el plan estratégico diseñado a corto y medio plazo, hará que esa caída de ventas se vea compensada con la mayor presencia en zonas con escasa penetración de Grupo BC3 y con la captación de un mayor número de distribuidores de nuestras cocinas.

¿Por qué han decidido asociarse a AMC, qué esperan de la asociación y que pueden aportarle?

La decisión de unirnos a AMC es porque consideramos que, en un sector tan atomizado como el del mueble de cocina, es importante unir esfuerzos y poner en valor los estándares de calidad de los fabricantes y distribuidores nacionales. Por otro lado, siempre es importante poder compartir conocimientos y buenas prácticas con el resto de empresas del sector que, a pesar de ser competencia, va a redundar en una mayor oferta y calidad de servicio a nuestros clientes.

AMC aporta a sus asociados formación, marketing y comunicación, asesoramiento jurídico y, en general, información relacionada con el sector del sector del mueble de cocina, que resultan de gran ayuda en la toma de decisiones. Desde Grupo BC3, pensamos que podemos aportar nuestra visión del mercado, avalada por una experiencia de más de 40 años en permanente adaptación a los cambios que se han producido en un sector dinámico y cada vez más exigente, que ha tenido que ir amoldando su modelo de negocio .

¿Cómo valoran el que SICI pase a celebrarse en 2022 en septiembre y con Hábitat?

Creemos que es una decisión muy acertada el hecho de que tanto SICI como Hábitat coincidan en el tiempo y que compartan espacio en Valencia, como lugar de referencia para el sector del mueble. Pensamos que ambas ferias se complementan perfectamente y hará que esta edición sea todavía más atractiva para los profesionales, tanto de la cocina como del sector inmobiliario.

https://bc3.es/

COCINA INTEGRAL

¡SÍGUENOS!

El Roca Madrid Gallery acoge la ASAMBLEA GENERAL DE AMC 2022

ANTE CERCA DE UN CENTENAR DE PROFESIONALES, EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE MOBILIARIO DE COCINA (AMC), JUAN LUIS SALVADOR, HIZO UN LLAMAMIENTO PARA PEDIR UNA MAYOR CONCIENCIACIÓN E IMPLICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE EQUIPAMIENTO DE COCINAS PARA CONSEGUIR UN SECTOR MÁS FUERTE.

El pasado 24 de mayo, tuvo lugar en el Roca Madrid Gallery, la Asamblea General 2022 de la Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC) que, con cerca de un centenar de profesionales presentes, supuso un nuevo éxito de convocatoria. La jornada estuvo marcada por el networking, el impulso sectorial de AMC a través de varias iniciativas; y temas como la presencia en internet o la relación de la cocina con la arquitectura y el diseño.

La Asamblea comenzó con la intervención del Director Gerente de AMC, Sebastián Acedo, que presentó los números del ejercicio 2021 y el presupuesto para 2022, que fue aprobado. El tesorero de la asociación, Fernando Cancio, también comentó dichos números e hizo referencia al buen estado financiero de la entidad. También se trató la modificación de los estatutos de AMC para poder designar dos miembros asesores con voz pero sin voto, a los que encargarles la gestión de proyectos de interés para la asociación.

Asimismo, se produjo la renovación de los dos miembros salientes de la Junta Directiva, Francisco Dávila, de Mobalco, y Jesús Catena, de ACB. El primero fue sustituido por Juana Pino, de Living Pino, mientras que el segundo continuará en el cargo otro año más al no haberse presentado ninguna otra candidatura.

En la Asamblea General de AMC se mostró la evolución del número de asociados, que alcanza ya los 117 miembros, 11 más desde la última asamblea celebrada en octubre de 2021. Con una facturación de 1.789 millones de euros, las empresas de AMC representan cerca del 70% del sector cocina, el 0,15% del PIB nacional y el 22,66% del sector español del mueble.

HACER SECTOR

Tras la presentación de estos datos, tomó la palabra el presidente de AMC, Juan Luis Salvador, quien hizo un llamamiento general para cambiar la forma de pensar y tratar de conseguir la mentalidad de sector que tienen, por ejemplo, en Alemania o Italia. En este sentido, apeló a la responsabilidad de cada empresa para ser parte activa del sector, independientemente de su tamaño. Ahondó en los beneficios que la colaboración tiene para el sector en su conjunto a medio y largo plazo y, también, para cada empresa. Hacer sector, dijo, es responsabilidad de todos y es algo de lo que también se benefician todos. Igualmente, el presidente de la Asociación de Mobiliario de Cocina invitó a las empresas a aprovechar las oportunidades y las iniciativas que desde AMC se van ofreciendo.

En este punto, habló de la próxima edición de Espacio Cocina SICI y del acuerdo que por mediación de Santiago Alfonso, vicepresidente de AMC y Director de Comunicación y Reputación Corporativa de Cosentino, la asociación ha alcanzado con la organización de la Capitalidad Mundial del Diseño de Valencia con la que coincidirá la feria y que atraerá a cerca de dos millones de visitantes a la ciudad de Valencia, 200.000 de ellos, extranjeros. Este macro evento de diseño que

tomará la ciudad a lo largo de este año y parte del próximo, contempla numerosas actividades y exposiciones en las que, en aquellas relacionadas con la cocina, podrán participar los expositores de Espacio Cocina SICI 2022. Este acuerdo permitirá poner en valor al sector de la cocina y a las empresas de AMC en la Capitalidad Mundial del Diseño y en las tendencias sobre el futuro del hábitat. En la Asamblea General de AMC también intervino el director de la feria Espacio Cocina SICI, Miguel Bixquert, que destacó la coincidencia este año con Hábitat, la gran feria española del mueble y la decoración. De esta manera, mencionó grandes marcas de diferentes sectores que estarán presentes en la feria y cuyo poder de convocatoria se traducirá en una edición exitosa.

Dentro de la gran cita del sector del mobiliario y el interiorismo, Espacio Cocina SICI ocupará el pabellón 4. Como novedad concreta mencionó el espacio KMO (Kitchen Material Options). El mismo consistirá en una exposición de materiales, tendencias y tecnologías para la cocina por parte de expositores y proveedores; además de en un foro para la reflexión y el debate, con jornadas técnicas y presentaciones como el I Coloquio Intersectorial de la Cocina o el II foro de Marmolistas.

Tras el tema SICI, Sebastián Acedo hizo un rápido repaso por las actividades realizadas por la asociación. Asimismo, Marta Velasco, de la empresa BCW, agencia de comunicación de AMC, señaló como temas claves sobre los que trabajar este año con los asociados la sostenibilidad y el metaverso. También avanzó una encuesta al consumidor que revelará datos interesantes sobre cómo es la cocina ideal de los españoles y que centrará buena parte de las acciones comunicativas durante esta año.

PONENTES INVITADOS

Uno de los platos fuertes de la Asamblea General 2022 de AMC fue la intervención de Daniel Colino, de la empresa Cocinas CJR. Su canal de YouTube centrado sólo en cocinas tiene 160.000 suscriptores y su Instagram, 64.000 seguidores. Con estos datos, su presentación estuvo centrada en hacer ver a los presentes la importancia de las redes sociales y la estrategia online para sus negocios. Así, para poner en valor la importancia de los contenidos online dijo que sus vídeos tienen al mes 740.000 visualizaciones, o lo que es lo mismo, 65.800 horas. Esto supone multiplicar por mucho las horas que dedica al mes a crear sus vídeos. Colino se refirió al perfil de Google de las empresas como un primer paso para comenzar la estrategia online; con imágenes atractivas, valoraciones y datos actualizados.

Daniel Colino.

Fran Silvestre.

Sobre a los contenidos que mostrar en redes sociales mencionó que aquellos que nos diferencian, sin tratar de vender; solo mostrando el producto, con naturalidad y originalidad. Es importante, según Colino, que el contenido que se muestre tenga valor, que sirva a la gente para algo; porque ello asegura que se vea, y mencionó también la importancia de la especialización para atraer y fidelizar seguidores.

La otra participación estrella de la jornada fue la del arquitecto Fran Silvestre, quien mostró y comentó varios de sus proyectos de vivienda, incluyendo las cocinas. En todos destaca el uso de las formas geométricas muy definidas, el blanco y la luz. En cuanto a sus cocinas, dominan los modelos abiertos al salón, también en color blanco, de estilo minimalista.

Silvestre valoró el papel innovador del sector de la cocina y dijo que el diseño siempre ha entrado en la casa por la cocina. Asimismo, se refirió a la necesidad de conseguir para sus proyectos, como el denominado Niu Houses, que busca democratizar la arquitectura de diseño, un único proveedor para el interiorismo; que sea capaz de suministrar la cocina, pero también los armarios o la tabiquería y en este punto, el fabricante de cocinas considera que es el mejor candidato.

Tras su intervención, el arquitecto suscitó un animado debate en el que se generaron numerosas cuestiones por parte de los asistentes a las que el arquitecto trató de dar su visión. Así, por ejemplo, preguntado por los criterios a la hora de escoger a los proveedores de sus proyectos, se refirió como aspecto fundamental al de la postventa, que es a su juicio el que realmente marca la diferencia.

www.amcocina.com

BARPIMO: "en una cocina, nuestro producto es el que primero observa el consumidor"

BARPIMO LLEVA EN EL MERCADO DE BARNICES PARA MADERA MÁS DE SEIS DÉCADAS. CON SU AMPLIA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS BUSCA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS DIFERENTES FABRICANTES DE MOBILIARIO DE COCINA.

Barpimo lleva más de 60 años en el sector de barnices para madera. Se trata de una empresa totalmente adaptada a los nuevos retos y exigencias del mercado del mueble de cocina, que afronta el presente y futuro con ilusión, estrategia y planificación. Así, constituye un grupo sólido, con una de las mayores ofertas del mercado de pinturas, más de 200 trabajadores y presencia en más de 25 países. Esta empresa española posee un posicionamiento internacional consolidado y en constante crecimiento, en el que destaca su filial de Polonia, con más de 25 años de trayectoria.

■ Describa su principal producto para el sector cocina.

Poseemos desarrollos específicos para la industria de la cocina altamente tecnológicos, y diseñados para garantizar un perfecto acabado. Disponemos de una amplia variedad en cuanto a calidades, colores, procesos, texturas y efectos, ofreciendo a los fabricantes de cocinas la gama más completa y vanguardista de barnices y acabados para madera. Hoy, la cocina se basa en los conceptos de innovación, diseño, calidad, personalización, diferenciación y sostenibilidad, en los que Barpimo tiene mucho que ofrecer.

El presente y el futuro dependen de la personalización y servicio a todos los niveles. Barpimo, de forma estratégica, busca que la relación con sus clientes sea muy cercana y fiable, y trabaja día a día para ofrecerles un servicio de calidad. En relación a la tecnología del color, aspecto altamente estratégico en el sector de la cocina, Barpimo cuenta con coloristas experimentados y sistemas tintométricos propios muy tecnológicos y preparados para poder fabricar cualquier color.

■ ¿Cuál/es ha/n sido sus últimos lanzamientos?

Ofrecemos al fabricante de cocina numerosas opciones de barnizado, tanto cualitativas como cromáticas, y ajustándonos a sus instalaciones productivas. Así, Barpimo desarrolla constantemente nuevos productos que satisfacen las demandas tecnológicas y estéticas de los clientes. Para el sector de la cocina, algunas de nuestras últimas mejoras de producto incluyen:

•Productos y procesos acrílicos transparentes de última generación que garantizan un perfecto y natural acabado en procesos a poro abierto, además de excelente resistencia a todos los niveles, como al rayado. Destaca la gama Acrilac Nature Plus.
•Productos y procesos pigmentados en cualquier color, textura y brillo, totalmente personalizados.
•Acabados pigmentados de alta dureza y resistencia, con posibilidad de fabricarlo en cualquier color.
•Productos y procesos sostenibles de bajo impacto medioambiental. Es el caso de la gama Hydrobarp Care de barnices al agua, tanto en transparente como en pigmentado, con propiedades antibacterianas y que garantiza la calidad del aire interior. Aquí, creemos que la clave del impulso de la sostenibilidad está en la exigencia de los consumidores finales y en la prescripción, en que realmente exista una demanda importante de este tipo de productos.

REKKER

ESPACIOS ÚNICOS PARA FAMILIAS ÚNICAS.

www.cocinasrekker.com

TENDENCIAS

Además, estamos encantados de aplicar nuestros productos sobre diferentes soportes de madera, ya que la madera es un material altamente sostenible y ecológico, cálido, protege al medioambiente y extremadamente bello.

■ Hablemos de servicio. Enumere los servicios añadidos o relacionados con sus productos, ofrecidos por su empresa. ¿Con qué plazos de entrega trabajan? ¿Qué garantía tienen sus productos?

El servicio es uno de los puntos más estratégicos e importantes para Barpimo. En nuestro formato de negocio, la exigencia diaria de los fabricantes de cocinas para que les suministremos los colores y productos solicitados es máximo, por lo que ofrecer un excelente servicio nos diferencia. Para ofrecer un excelente servicio a todos los niveles debemos tener delegaciones y centros de color en diferentes puntos del ámbito nacional. Así satisfacemos las necesidades del mercado y cumplimos los exigentes plazos de entrega de nuestros clientes.

■ ¿En qué canales tienen más presencia? ¿En cuántos puntos de venta a nivel nacional tienen presencia? ¿Cuentan con tiendas propias?

Como proveedores de barnices para madera a la industria de la cocina, nuestro canal de venta más importante es el B2B. También promocionamos la marca Barpimo y sus productos orientados a la cocina en redes sociales, mediante charlas con prescriptores, etc.

■ ¿Cuál es la política de expansión de la marca?

Como decía nuestro fundador, D. Juan Ros, "el futuro no es un regalo, es una conquista". Por lo tanto, Barpimo afronta el presente y futuro con ilusión, estrategia y planificación, ofreciendo al mercado productos y servicios perfectamente adaptados a los tiempos actuales y de futuro, que satisfagan a todos los niveles las necesidades de los clientes. Resumiendo, el objetivo es crecer y crecer, pero de forma ordenada, estratégica y con criterio. A nivel nacional, la línea industrial de madera de Barpimo está muy presente en empresas pequeñas y medianas y, a partir de clientes estratégicos, queremos recuperar poco a poco la confianza de los clientes y el liderazgo del mercado. A nivel internacional, el objetivo también es crecer, con productos de calidad y estrategias personalizadas a todos los niveles: comerciales, de marketing y comunicación, y una logística para estar en cualquier mercado, esté donde esté.

■ ¿Cómo siguen sus productos las tendencias de mueble de cocina?

Nosotros fabricamos los barnices para madera con los que los fabricantes aplican y decoran sus cocinas, es decir, nuestro producto es

el que primero observa el consumidor final y luego, toca y siente. Por tanto, ocupamos un papel importante, y debemos dominar las tendencias y modas en acabados: nuevos colores, texturas, diseños. Así, nos encanta colaborar con nuestros clientes en la realización de las nuevas colecciones, trabajando en equipo.

■ ¿Cómo les fue 2021 y qué expectativas tienen para 2022?

2021 fue atípico. Por un lado, hubo una situación muy complicada de las materias primas, con fuertes aumentos de precio. Y por otro, hubo una fuerte demanda, que nos llevó a cerrar el año a casi todos con fuertes incrementos. La otra cara de la moneda es la reducción del margen, ya que no se han podido repercutir al mercado las subidas de precio. En 2022, como preveíamos, el primer cuatrimestre ha seguido la inercia de 2021, y en el segundo, ya estamos notando los efectos de los altos costes generalizados, que está afectando al consumidor final. El tercer cuatrimestre se espera un clima de cierta inestabilidad.

■ ¿Por qué han decidido asociarse a AMC, qué esperan de la asociación y que pueden aportarle?

Hoy, el mueble de cocina marca la tendencia del mueble a todos los niveles: diseños, materiales, acabados, tendencias, certificaciones, y, sobre todo, su nuevo rol en los espacios hábitat. Para nosotros es estratégico formar parte de AMC. Nos gustaría implicarnos de forma activa en el sector y ofrecer nuestras opiniones, ideas y posibles soluciones en los debates que puedan surgir en AMC. Como empresa colaboradora nuestra aportación puede ser importante a nivel de acabados. Además, nos gustaría implicarnos de forma activa en el sector y ofrecer nuestras opiniones, ideas y posibles soluciones en los diferentes asuntos que se puedan plantear en la asociación.

■ ¿Cómo valoran el que SICI pase a celebrarse en 2022 en septiembre y con Hábitat?

Nuestra opinión es que en Hábitat queda mucho más integrada. A día de hoy, la cocina es el elemento principal del hogar, por lo que es ideal que se una a la feria Hábitat, ya que va a ser beneficioso en ambas partes, además que va a atraer al prescriptor especializado de calidad, lo cual beneficiaá a todos los participantes de la feria Hábitat.

www.barpimo.es

ARAN
CUCINE

i Saloni
EuroCucina

HALL 11
STAND C15 - D26
07-12 JUNIO 2022

ARAN Cucine Flagship Store Milano
Piazza S. Gioachimo, 2N, 20124 Milano (MI)
+39 02 36557552

BALAY: el 75 aniversario de "una gran familia"

ESTE AÑO SE CUMPLE EL 75 ANIVERSARIO DE UNA ICÓNICA MARCA DEL MERCADO ESPAÑOL DE ELECTRODOMÉSTICOS: BALAY. HABLAMOS DE TAN SEÑALADA EFEMÉRIDE CON EL DIRECTOR GENERAL DE BSH ELECTRODOMÉSTICOS ESPAÑA, FERNANDO GIL BAYONA.

Fernando Gil Bayona.

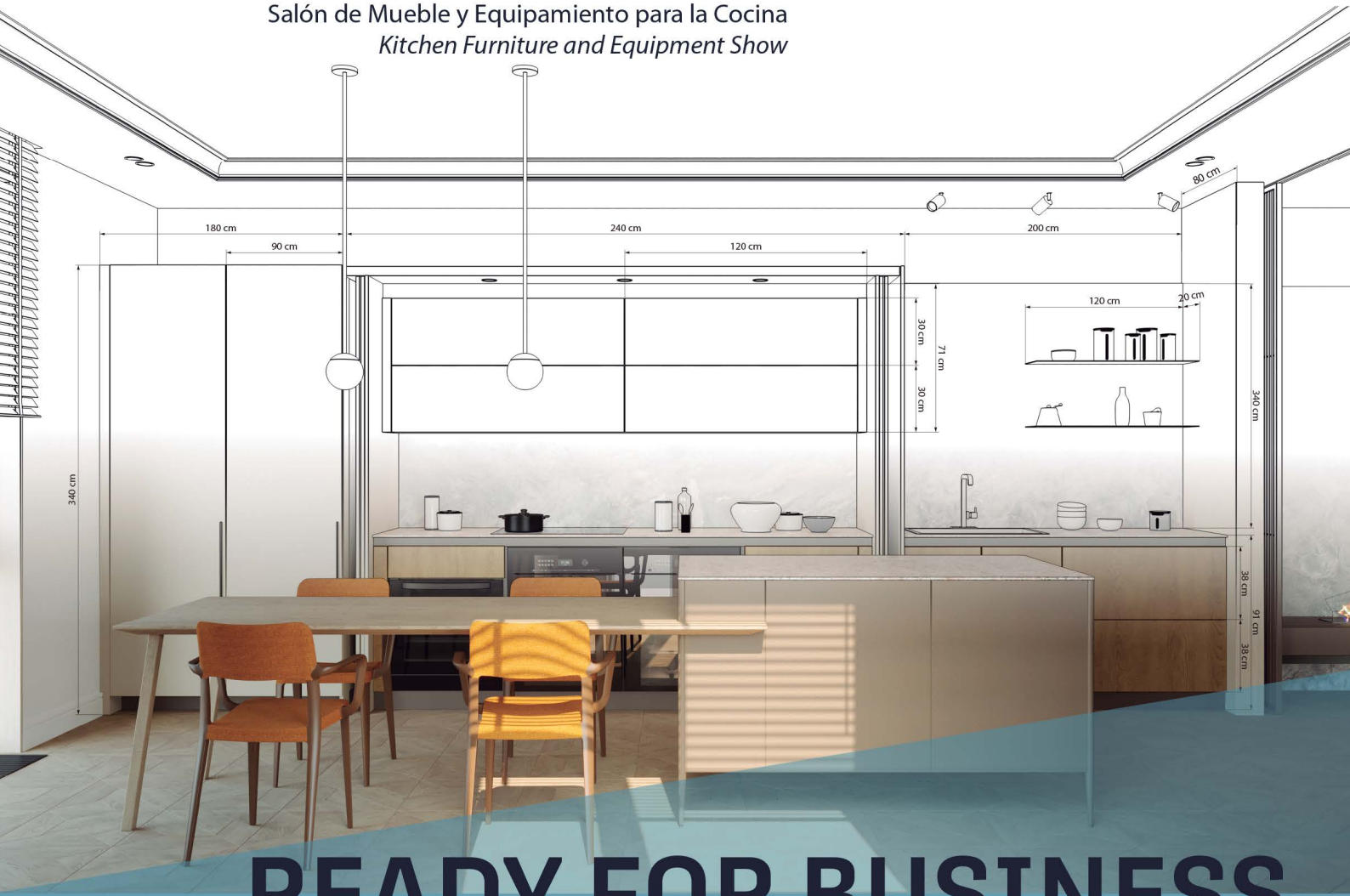
Para Fernando Gil Bayona, hablar de Balay presenta seguro un componente emocional que supera la mera gestión empresarial. De hecho, su abuelo fue uno de los fundadores de la empresa y su padre, Fernando Gil Martínez, el que la modernizó para adaptarla a los nuevos tiempos y la impulsó. Hoy, Balay sigue siendo uno de los principales activos de BSH en España. En una entrevista concedida por Fernando Gil Bayona a la revista SONITRÓN, perteneciente al mismo grupo editorial de COCINA INTEGRAL, el directivo se congratula de que la marca, tras todo este tiempo, siga siendo un referente a nivel nacional. Según Gil Bayona, "Los consumidores la adoran, y sus ratios de marca favorita (first choice) son los más elevados en España junto a la marca Bosch. Balay es una marca cercana, con usuarios fieles que la compran recurrentemente y que, al mismo tiempo, goza de todos los avances tecnológicos del Grupo BSH. Balay le da una fortaleza al Grupo impagable, siendo cimiento clave de una gran construcción de cuota". De hecho, Gil Bayona apunta al buen nivel de ventas experimentado por la marca, a pesar de los problemas de suministro de microchips. En este sentido asegura que están gratamente sorprendidos por el elevado número de pedidos que reciben. "La gente quiere Balay y trabajamos para conseguir suministrar del mejor modo posible" -explica.

El máximo responsable de BSH en nuestro país tiene palabras de recuerdo para su padre, principal artífice de la reconversión industrial de la compañía en los años 80, a quien le debe el cariño por la marca. "De él" -explica- "aprendí a ser constante, a trabajar con eficiencia, a mantener el compromiso con lo que hiciera en la vida. A vivir, tanto los buenos como los malos momentos, con alegría e involucración; a ser afable, educado, agradecido. A mirar al futuro, a intentar ir dos pasos por delante del corto plazo; a tomar decisiones complicadas.

ESPACIO COCINA SICI

20 - 23 SEPT. 2022

Salón de Mueble y Equipamiento para la Cocina
Kitchen Furniture and Equipment Show



READY FOR BUSINESS

Concidiendo con / *Coinciding with*

FeriaHábitatValència

HOME TEXTILES PREMIUM
BY TEXTILHOGAR

Promotores de / Promoters of

WORLD DESIGN CAPITAL VALENCIA 2022

Organizan / Organize

FERIA VALENCIA

AMC
Asociación de Mobiliario de Cocina

TENDENCIAS

Catálogo de la nueva serie de producto.

Ha sido y sigue siendo, aunque falleciera ya, mi gran referente".

De cara a celebrar el 75 cumpleaños de la marca, la empresa ha preparado diversos eventos -austeros por las circunstancias que aún vivimos-, pero, como explica el directivo, "cargados de simpolismo y cariño". En este sentido, destaca la exposición en Zaragoza "La casa de tu amigo Balay", que ofrece un recorrido por la historia de la marca. Otras actividades incluyen un acto conmemorativo a nivel institucional y un emotivo encuentro con trabajadores jubilados para reconocer su papel. En la misma línea se incluyen las "Charlas divulgativas Balay" impartidas al público por trabajadores sobre diferentes temas o la participación en la iniciativa El bosque de los zaragozanos" promovida por el Ayuntamiento de la capital aragonesa y ECODES, y consistente en la plantación de árboles.

Además, Balay ha lanzado una serie especial de producto identificada con el logotipo de los años 50 pero con la tecnología más actual.

Entre las novedades de producto más destacadas de Balay, cuyo catálogo completo está disponible en su página web, el principal responsable de la firma señala, como producto estrella, la placa FlexInducción con extractor integrado; la nueva gama de hornos y microondas; los últimos lanzamientos de lavadoras con un nuevo diseño y clase de eficiencia energética A; las secadoras para combinar con las lavadoras; lavavajillas de libre instalación con un nuevo panel de control situado en la parte superior de la puerta para un manejo más cómodo; los nuevos modelos de frigoríficos combinados; una vinoteca nueva o el frigorífico multi puerta.

LAS CLAVES DEL ÉXITO

Preguntado por las claves que han hecho posible alcanzar un hito como el del 75 aniversario, Fernando Gil apunta el hecho de haber sabido mantener colaboradores muy motivados: "La Balay es algo familiar, querido, de sudar la camiseta. Con poca rotación de personal y un grado de compromiso excepcional. El proyecto gusta y se quiere".

Otro de los puntos fundamentales para Fernando Gil es la pertenencia al Grupo BSH, líder en Europa. Ello les permite contar con "La más puntera tecnología, una excelente base de proveedores, los mejores servicios – servicios al cliente, marketing, logística, back office- y unos muy buenos equipos de ventas".

El tercer punto que detalla el directivo es "la comunicación, cercana y querida. Familiar. Que se ve reforzada porque lo que dice es cierto." En este punto hay que mencionar el éxito de la campaña "Tengo un amigo en Balay", que fideliza a los consumidores. El máximo responsable de Balay también señala como parte del éxito de la marca en todos estos años la colaboración con la distribución. Y, por último, Gil Bayona habla de los consumidores, que han sabido apreciar durante todos estos años el trabajo bien hecho. Resumiendo, el Director General de BSH España se refiere al consumidor: "es fiel, muy fiel" -dice-. "Son muchos años entrando en las casas de los consumidores. Es una marca con una relación calidad – precio difícilmente superable. Fruto de su conocimiento es el hecho de que es una marca donde hemos invertido mucho durante muchos años de forma consistente. Pero esto es una maratón: hay que alimentar la marca todos los días, y alimentarla con buenos mensajes y excelente producto". **www.balay.es**

:DGM

kitdigitaldoria.com

SOMOS AGENTES DIGITALIZADORES

HASTA

12.000€

PARA TU NEGOCIO

PÁGINAS WEB
TIENDAS ONLINE
REDES SOCIALES
GOOGLE ADWORDS

GOBIERNO DE ESPAÑA
VICEPRESIDENCIA PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
SECRETARÍA DE ESTADO DE DIGITALIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL
red.es
KIT DIGITAL
Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU

PUBLIRREPORTAJE

LAPITEC CHEF, la encimera de inducción invisible

GRACIAS A UNA PATENTE LAPITEC, LA ZONA DE COCCIÓN, CUANDO ESTÁ APAGADA, VUELVE A SER UNA SUPERFICIE DE TRABAJO SEGURA EN LA QUE PODER REALIZAR CUALQUIER ACTIVIDAD.

El vínculo que une el mundo de la cocina a Lapitec, la única piedra sinterizada 100% natural, ya se ha consolidado y lo confirman cualidades técnicas específicas y numerosas colaboraciones con marcas exclusivas.

Tras años de investigación y desarrollo para complementar su oferta, la empresa presenta Lapitec Chef, un sistema de cocción completamente oculto debajo de la superficie de piedra sinterizada y que activa una alfombrilla de cocción tecnológica, que cubre una patente desarrollada en la parte electrotérmica junto con la Universidad de Padua.

El funcionamiento de Lapitec Chef es sencillo: al colocar la alfombrilla específica de silicona encima de la encimera se activan los mandos táctiles que permiten encender el sistema, de dos o cuatro fuegos. Por otro lado, sin la alfombrilla, la encimera de inducción y los mandos correspondientes están inactivos, son seguros y no se pueden encender involuntariamente. Por lo tanto, la superficie se mantiene totalmente libre y se caracteriza únicamente por una pantalla y pequeñas incisiones que enfatizan la naturaleza de cuerpo completo del material (sin impresiones digitales en la superficie). Todo ello, no solo facilita las operaciones de limpieza, sino que también permite utilizar la superficie de trabajo para otras actividades, como la preparación de alimentos y el emplatado, o para la celebración de momentos únicos. Además Lapitec no es poroso, no absorbe y es resistente a los agentes químicos; un apoyo ideal en contextos de cocina tanto indoor como outdoor.

La alfombrilla de cocción de Lapitec Chef, aparentemente una alfombrilla común de silicona, es en todos los sentidos un electrodoméstico dotado de sensores magnéticos y un serpentín oculto. Es compatible con todos los electrodomésticos de inducción y, sobre todo, puede lavarse en el lavavajillas. También permite el funcionamiento en el modo puente y con bloqueo de seguridad para niños.

Estéticamente sofisticado y tecnológicamente avanzado, Lapitec Chef es compatible con todos los colores y acabados de la gama Lapitec y aprovecha al máximo las potencialidades técnicas y estéticas de la piedra sinterizada.

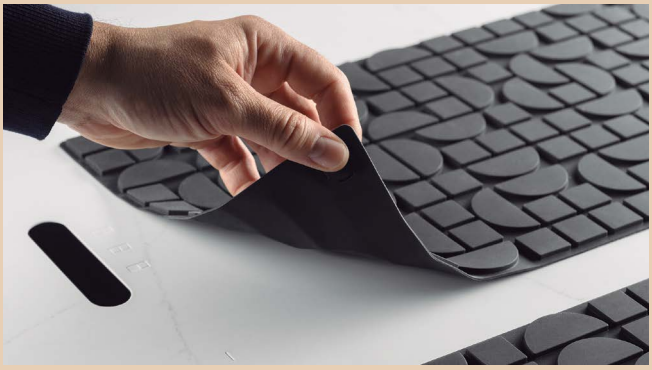
LAPITEC, S.P.A.
Via Bassanese 6, 31050 Vedelago (Treviso) • Italia
Tel. +39 0423 70 38 11 • info@lapitec.com • *www.lapitec.com/es*

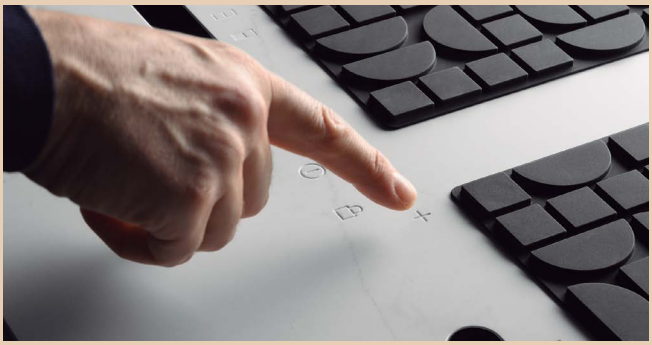
SOBRE LAPITEC

Lapitec se fabrica con una mezcla de minerales naturales que primero se funden a 1.580°C y luego se someten a una tecnología patentada de vibrocompresión al vacío. Está disponible en placas de gran tamaño y combina las mejores cualidades y ventajas de la cerámica, el gres porcelánico, el cuarzo, el mármol y el granito. Lapitec es un material "de cuerpo completo": el exterior y el interior son idénticos, sin esmalte ni impresión digital en la superficie. Una característica que permite mecanizarlo en todo su grosor, con un aspecto y un rendimiento constantes.

Además, es fácil de mecanizar y se emplea en los sectores de la arquitectura, del diseño de interiores y de producto. No es poroso, resiste al calor y al frío, los rayos UV y los rasguños. No absorbe e impide que se acumule suciedad y proliferen los hongos y las bacterias.

Asimismo Lapitec es incorruptible al paso del tiempo y no sufre el ataque de los agentes atmosféricos y domésticos. Una vez limpio, no muestra ningún signo de degradación y mantiene el aspecto original.





LAPITEC

Las exportaciones españolas de MUEBLE DE COCINA en el 1er trimestre

LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE MUEBLES DE COCINA CRECIERON UN 15,18% ENTRE ENERO Y MARZO DE 2022, SEGÚN LOS DATOS FACILITADOS POR LA ASOCIACIÓN DE MOBILIARIO DE COCINA, (AMC).

Entre enero y marzo de este año, las exportaciones españolas de mobiliario de cocina alcanzaron los 46,74 millones de euros. Este dato supone un incremento interanual del 15,18%. Por su parte, las importaciones de mueble de cocina también crecieron en el primer trimestre, un 22,70%, hasta los 17,94 millones de euros.

El dato de exportaciones indica un descenso con respecto al crecimiento experimentado en el mismo trimestre de 2021. Sin embargo, supone un incremento sobre la media de las exportaciones del conjunto del sector del mueble para los tres primeros meses del año.

Por comunidades autónomas, el ranking de exportaciones estuvo encabezado por Cataluña, con algo más de 17 millones de euros. Esta cantidad representa cerca del 36,5% del total nacional y supone un crecimiento interanual de casi el 1.000%. La segunda posición la ocupa Andalucía, con 13,35 millones de euros. Se trata del 28,6% del conjunto de las exportaciones españolas. Comparada esta cifra con la del primer trimestre de 2021 indica un descenso del 47,70%.

Galicia fue la tercera comunidad que más cocinas exportó hasta marzo:por valor de 6,77 millones de euros; el 41,50% más y el 28,57% de la cifra del conjunto de España. El top 5 de la clasificación de comunidades autónomas se completa con la Comunidad Valenciana y con Castilla y León. La primera sumó exportaciones por valor de 5,44 millones de euros. Se trata de un 0,90% más interanual y del 11,64% nacional. En el caso de Castilla y León, el valor de sus exportaciones de mobiliario de cocina se situó en los 985.000 euros, el 2,11% del total. Esta cantidad fue un 13,50% superior a la del mismo periodo de un año antes.

En cuanto a los países de destino del mobiliario de cocina español hasta marzo, el ranking siguió liderado por Francia, con 27,70 millones de euros (casi el 60% del total), el 2% más. La segunda plaza fue para Portugal, que compró muebles de cocina españoles por valor de 5,11 millones de euros. El país luso acaparó casi el 11% de nuestras exportaciones y un 43,50% más que hace un año. Por detrás de los dos países vecinos se situaron Reino Unido, Estados Unidos y Marruecos, con 2,7, 2,5 y 1,3 millones de euros, respectivamente Destaca el incremento de exportaciones a Reino Unido (+96,30%).

IMPORTACIONES

Por lo que respecta a las importaciones de mobiliario de cocina, Cataluña fue la comunidad española que más cocinas extranjeras compró, por valor de 6,8 millones de euros; el 38,35% del total y el 31% más que hace un año. La Comunidad de Madrid se situó en segundo lugar, con 3,8 millones de euros y el 21,51% del total. Se trata de un dato un 55,70% superior al del primer trimestre de 2021. A más distancia les siguieron Andalucía, con 1,7 millones, y Baleares, con 1,2. En el caso de esta última, se constata un incremento interanual del 142%.

De los cerca de 18 millones de euros en muebles de cocina importados, casi el 41% provino de Alemania, concretamente, 7,3 millones de euros. El dato es un 54% superior al del primer trimestre de 2021. Italia ocupó la segunda plaza de países proveedores de mobiliario de cocina con 3,36 millones de euros el 18% del total. Sorprende la tercera posición de Lituania que nos vendió cocinas por valor de casi 3 millones de euros, el 16,32% del total.

www.amcocina.com

ARPA INDUSTRIALE y su apuesta por la sostenibilidad

LA INNOVACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD SON LOS MOTORES QUE MUEVEN A ARPA INDUSTRIALE EN LA CREACIÓN DE MATERIALES ÚTILES Y DURADEROS PARA EL DISEÑO DE INTERIORES. LA SOSTENIBILIDAD ES UNA CUESTIÓN DE SENTIDO COMÚN, CON UN ENFOQUE QUE SE BASA EN HECHOS, Y CON UNA COMPLETA INTEGRACIÓN EN LA PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL

Tanto las superficies de alta calidad Arpa como FENIX®, materiales innovadores para el diseño de interiores, son el resultado de un proceso de fabricación y optimización continuo centrados en la durabilidad y en la reducción del impacto ambiental. Arpa Industriale cree en "hacer más con menos", garantizando la calidad de sus productos con menos recursos.

Uno de los aspectos fundamentales de la estrategia de sostenibilidad a largo plazo de Arpa Industriale es reducir la huella de carbono de sus productos. Así, desde diciembre 2021, todos los materiales FENIX® son *carbono neutral*. Esto significa que, según los metros cuadrados vendidos mensualmente, Arpa Industriale contribuye a la reducción de emisiones de CO_2 a través de mecanismos de compensación: concretamente, instalaciones en las que el gas metano emitido por los vertederos es utilizado para generar electricidad.

La firma inició el camino de la neutralidad de carbono con la sustitución de los aportes con más impacto y la mejora de la eficiencia de los productos y procesos de producción. Arpa Industriale solo compensa las emisiones generadas a través del ciclo de vida de FENIX® que son difíciles de reducir. En paralelo, sigue trabajando para mejorar los procesos productivos y disminuir su impacto ambiental. Convencida de que la sostenibilidad se basa en hechos, Arpa Industriale ha desarrollado Bloom, una nueva tecnología

para el núcleo de los materiales FENIX NTM® y las superficies de alta calidad Arpa. Los productos de Arpa Industriale están compuestos por papel y resinas fenólicas termoendurecibles. Con la tecnología de lignina Bloom se ha conseguido reducir significativamente, en un 50%, la cantidad de fenol incluida en la resina. La lignina es un polímero natural que actúa como el pegamento, uniendo las fibras de la madera entre sí. Gracias a esta innovación, la mayor parte de los componentes clave de los productos Arpa tienen su origen en el mismo sitio: bosques con gestión forestal responsable.

FENIX NTM® Bloom está disponible en cuatro colores exclusivos. Con baja reflectividad lumínica, su superficie es extremadamente opaca, suave al tacto y antihuellas. La recuperación térmica de microarañazos superficiales también es posible. Las superficies de alta calidad Arpa con tecnología Bloom disponen de una selección de 36 colores lisos de la familia Colorsintesi y son parte de las colecciones Premium y Stock. Las placas Arpa han sido diseñadas con todo el estilo de un producto "Made in Italy" y son materiales fáciles de trabajar y muy robustos. Los materiales FENIX® y las superficies Arpa son ideales para numerosas aplicaciones horizontales y verticales de interiorismo.

ARPA INDUSTRIALE IBERICA, S.L.
C/ Ribera, 5 • 08003 • Barcelona • España
Tel. +34 93 295 41 93 • +34 93 516 02 12 • *www.arpaindustriale.com*

Arpa
FENIX

Radiografía de la **COCINA POST PANDEMIA**

EN LO QUE AL CONCEPTO DE ESPACIO COCINA SE REFIERE, PODEMOS HABLAR CLARAMENTE DE UN ANTES Y UN DESPUÉS DE LA PANDEMIA DE COVID. LA SITUACIÓN DE RESTRICCIONES Y LA VUELTA AL HOGAR COMO VALOR REFUGIO TIENEN MUCHO QUE VER.

La pandemia ha acelerado y potenciado enormemente la tendencia de apertura de la cocina al salón y al resto del hogar que ya existía. El mayor tiempo pasado dentro de casa, el teletrabajo y la teleeducación han hecho que se reformulen los espacios de la vivienda de una manera multifuncional, siendo la cocina en este contexto y por razones obvias de pragmatismo, la gran protagonista.

Esto se traduce en un nivel de diseño espectacular que se unifica a nivel de las diferentes estancias de la casa, de manera que las fronteras interespaciales se difuminan e incluso desaparecen. De esta manera, la cocina se confunde con el salón con un mimetismo pasmoso que, al contrario de lo que pudiera parecer, no resta ni un ápice a sus funcionalidades clásicas en la preparación de los alimentos, más bien al contrario. La cocina está más equipada que nunca, aunque, a primera vista, no lo parezca. Estamos ante la integración en estado puro. Los volúmenes y el diseño saltan a la vista escondiendo tras de sí todo lo necesario para, cuando sea el momento, cumplir perfectamente su función de cocinar.

De esta manera, y como hemos podido comprobar en la pasada edición de Eurocucina, se observa un claro predominio de las maderas y de los tonos oscuros. De los armarios estantería y de las cristaleras, en combinación también con los armarios columna que esconden un valioso espacio para almacenamiento.

La cocina oculta y personalizable, como esta de Ernestomeda, está de moda.

En la era postpandemia, la cocina se ha convertido en un elemento a medida, que define a quien la posee y utiliza, y en el que el diseño y la flexibilidad tienen más importancia que nunca para un uso flexible y personalizado de la misma

En la nueva cocina postpandemia, los electrodomésticos también se combinan con muebles y encimeras, de manera que llegan a pasar desapercibidos o, por contra, funcionan como elementos de atractivo diseño. La pureza de las formas y el valor de la naturaleza cobra fuerza asimismo a través de modelos en isla con encimeras de estética pétrea que integran tecnologías que hace posible cocinar directamente sobre su superficie.

Así, en esta confluencia entre el hogar y la cocina en el que la cocina se hace hogar y el hogar, cocina, el espacio se convierte más que nunca en seña de identidad de sus moradores. Un espacio de acogida, para compartir y vivir la vida, hecho a medida y diferente al del resto de usuarios que nos termina definiendo, del mismo modo o más que la ropa que llevamos, o el coche que conducimos. Un concepto que, además, como todo, es susceptible de cambiar para irse adaptando a las nuevas necesidades que como hemos visto, pueden surgir de forma repentina en función de la coyuntura que vamos viviendo. Esto influye también, por tanto, a la hora de concebir y tener en cuenta la cocina, que ahora ha de ser proyectada con los mayores grados de flexibilidad posible para facilitar esa posible la evolución que pueda venir.

Todas estas tendeincias plantean apasionantes retos para los fabricantes de mobiliario de cocina, pero también para sus proveedores de la industria auxiliar, así como para los demás fabricantes de equipamiento. El primero de los cuales sea quizás, la colaboración y la comunicación fluida entre todos ellos para ser capaces de satisfaccer en profundidad las necesidades de los usuarios y, también, por qué no, para hacer avanzar al sector del hábitat en su conjunto.

A continuación ofrecemos una recopilación de propuestas de fabricantes de mobiliario de cocina y electrodomésticos, muchos de los cuales han participado en Eurocucina / FTK 2022. Dicha información se somplementa también con el especial sobre campanas extractoras que incluimos en las páginas 58 a 65 de esta misma revista.

www.salonemilano.it

SICAM 2022
SALÓN INTERNACIONAL COMPONENTES, SEMIACABADOS Y ACCESORIOS PARA LA INDUSTRIA DEL MUEBLE
18-21 OCTUBRE 2022
FERIA DE PORDENONE
Exposicam srl
Via G. Carducci, 12
20123 Milano • Italy
Tel: +39 0286995712
info@exposicam.it
ufi Member
ufi Approved Event
www.exposicam.it

TENDENCIAS

2AKÜCHEN - WWW.2AKUCHEN.COM

Para **2aküchen,** las cocinas protagonistas más demandadas a nivel internacional giran en torno a materiales que conectan con la **naturaleza:** maderas, piedra, colores tierra, así como interiores de mueble en madera. En este sentido, el fabricante malagueño, señala la cada vez mayor demanda, por parte de sus clientes, de soluciones que apuestan por la sostenibilidad y por el respeto medioambiental en el mundo del mueble. Ello ha llevado a 2aküchen a implantar procesos respetuosos con el medio ambiente en todas las fases de su actividad, desde el diseño a la fabricación de los diferentes productos.

1. Como explican desde la empresa, "en 2aküchen apostamos por diseños en materiales porcelánicos con frontal de 3mm en una innovadora base de aluminio negro, junto a la encimera en acabado **Quartzite,** combinado con puertas lacadas. El porcelánico es uno de los materiales más demandados por su valor higiénico, antibacteriano, ecológico y su alta dureza".

2. Otro modelo del fabricante muy demandado tambiés es **Numa,** una puerta en madera de abeto natural de 24mm de grosor, tricapa con un tratamiento de color exclusivo, una apuesta por un material noble que aúna resistencia y belleza.

3. Por otro lado, las cocinas con vitrinas son una tendencia que viene para quedarse. Ofrecen un espacio de almacenamiento que deja ver tu menaje, haciendo que luzca con todo su esplendor. En el diseño **Serie 1000** de 2aküchen, el uso de la luz en el interior de estos muebles, el cristal parsol y baldas de cristal realzan su presencia en esta cocina llena de luz y color. Su uso en cualquier altura de mueble es una clara tendencia.

1

3

2

1

2

REKKER - WWW.COCINASREKKER.COM

Koldtra, Roka y **K7** son las cocinas más internacionales de Rekker.

1. Koldtra es una cocina que propone una sugerente combinación de materiales: por un lado la elegancia de las estructuras metálicas en negro y por el otro, la calidez de la madera de roble. La isla central está realizada en roble y estratificado, material que también se ha escogido para los armarios. El resultado es un diseño sobrio a la vez que acogedor, capaz de integrarse a la perfección con el salón, aportando exclusividad al ambiente. Koldtra combina la madera de roble con el estratificado negro en armarios e isla, un material disponible en una gama de 10 colores, extra mate, antihuellas y recuperable frente a golpes y arañazos. Los tiradores de madera están integrados en la estructura estratificada de puertas y cajones.

2. En cuanto a la cocina **Roka,** llama la atención por la elección de materiales y por su técnica innovadora. El gres porcelánico es el escogido en la elaboración de puertas y frentes, consiguiendo un diseño minimalista a la vez que compacto y muy resistente. El sistema de fijación, donde se omite el taladro de cazoleta, permite grosores de 8mm, así como realizar un encolado de las planchas para mantener el mismo diseño tanto en la cara externa como en la interna de los muebles. Los paneles traseros retroiluminados de las despensas aportan profundidad y un punto de luz adicional. Las puertas modelo KUMA, de tirador integrado en madera de roble combinan con las estanterías metálicas conformando un bloque homogéneo que resulta en una arquitectura sobria y luminosa, ideal para la transición entre los diferentes ambientes del hogar. Además, para facilitar el trabajo en la cocina, incluye un novedoso canal electrificado que permite añadir, quitar y mover enchufes y periféricos.

3. Por su parte, **K7** es una cocina de exterior cuyo diseño se sustenta en tres elementos principales: MDi, aluminio y fuego. Así, hablamos de una cocina compacta y vanguardista con frentes en MDi de un espesor de 9 mm que proporcionan un diseño liviano e innovador. El MDi es un material de origen mineral inspirado en la naturaleza y repetuoso con el medio ambiente, que ofrece una excelente resistencia a cortes, abrasiones, agua y choques térmicos. Por su parte, el aluminio es el material seleccionado para los armarios, por su resistencia. Finalmente, la zona de fuegos se divide en gas y brasa. Los módulos de cocción se encuentran integrados y son posibles múltiples combinaciones para adaptarse a las necesidades de cada hogar. Totalmente modular por bloques de 60 cm, la cocina también dispone de grifería realizada en acero 316 y de un fregadero integrado en systemceram.

3

1

INKO - WWW.INKOCOCINAS.COM

1. El modelo **K8** saca partido al concepto de uso social de la cocina, teniendo como elemento central una isla principal (Keram Tortora) alrededor de la cual giran el resto de componentes. En la misma se inserta el fregadero como un bloque de piedra y las placas modulares de gas. En la zona de columnas traseras (Maison Eucaliptus Fume EF-7001) resalta la elegancia que otorgan las franjas verticales. En su interior, iluminado automaticamente al abrir las puertas, se ofrece el contenido gracias a un sutil sistema de herrajes VIBO de deslizamiento sin esfuerzo. El mueble bajo suspendido con costados de 12mm e ingletado, continúa el bandeado vertical en Eucaliptus Fumé de las columnas traseras, aportando continuidad al ambiente.

2

2. K7 integra una propuesta "de altura" cuyo principal elemento diferenciador son los muebles columna Maison Rustic RFA-1001 con acabados Sena Oro, de 2,88 m de alto. En contraste, los muebles bajos Rialto Ivory seda dan lugar a sensaciones volumétricas y espaciales cuyo remate es una singular mesa de servicio de roble alistonado que cierra ortogonalmente el ambiente. Estos muebles bajos se completan con los muebles altos Sena Pietra de 1,50m de altura.

3. La cocina **K5,** que combina los modelos Edge y Grove, se caracteriza por el tirador gola propiciado por la forma de la puerta de 19 mm de grosor y que aporta linealidad al conjunto. La ligereza y elegancia de los módulos abiertos tipo librería le confieren un estilo contemporáneo muy acusado marcado por el agradable juego visual de líneas ortogonales. Asimismo, entre la encimera y los muebles altos, la nueva Línea Modular compuesta por sencillas y limpias estanterías aportan racionalidad y aprovechamiento del espacio. Este sistema, fabricado con un perfil de aluminio negro de 6 mm de ancho, está disponible para mueble bajo y para columna alta.

3

ARAN CUCINE - WWW.ARANCUCINE.IT

1 -2 La nueva propuesta de Stefano Boeri Architetti para la cocina **Oasi** de ARAN Cucine la convierte en un modelo de pared pero manteniendo su singularidad en la presencia del elemento natural. Retomando el concepto de circularidad en torno al cual giraba el elemento de libre instalación de planta cuadrada de la versión isla, junto con las funciones básicas de almacenamiento y preparación, consumo y reciclaje, en la nueva versión de pared, Oasi se presenta como la solución innovadora y funcional para la decoración de la cocina. Adecuada también para salas de estar pequeñas, la nueva Oasi consiste en una unidad de pared con líneas simples, caracterizada por las puertas lisas realizadas con madera fósil u oxidada. Su estructura facilita las actividades cotidianas a través de una división del espacio interior organizada mediante huecos de almacenamiento bien divididos y estanterías grandes para la despensa y los electrodomésticos. Un papel clave es la posibilidad de cultivar árboles o plantas, ornamentales o aromáticas, también gracias a la luz solar indirecta. El vínculo entre el hombre y la naturaleza encuentra aquí su confirmación y su continuación: ralentizar los tiempos para vivir mejor, en armonía con uno mismo y con los demás en un espacio compartido.

3-4 En el restyling 2022 de la cocina **Volare** por Ulisse Narcisi, el bloque de la isla independiente, situado en el centro de la cocina, revela todas sus posibilidades de uso: la parte más operativa acoge la zona de cocción con lavabo de una cubeta equipado con grifo de caña y placa de inducción. El juego de recipientes de almacenamiento integrados en la encimera es una solución original para tener todos los utensilios a mano, de forma organizada. La barra snack en nogal caracalla, colocada entre estos dos elementos funcionales, hace que el hogar sea aún más dinámico: el hecho de tener que desplazarse para llegar a las encimeras, reclama la cooperación y la participación no solo del espacio físico, sino también de las mismas actividades que se desarrollan en su interior. De esta forma, Volare busca sacar partido a la esencia de compartir, presente en la cocina.

1

2

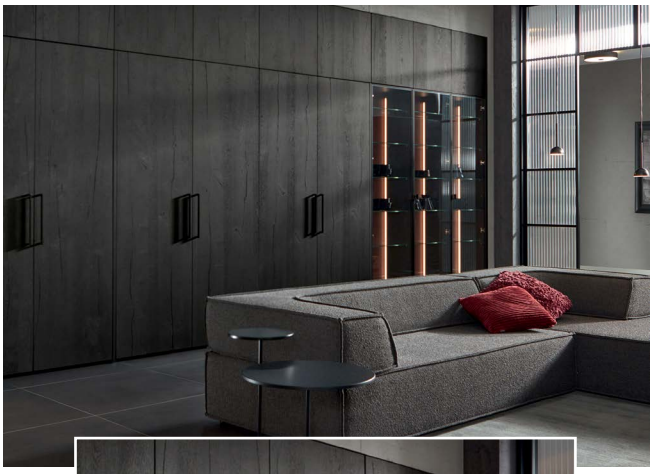
3

4

ROCA - WWW.ROCA.ES/COCINAS/

La cocina **Y-Line** resulta inconfundible por su ausencia de tiradores. El hecho de presentarse sin tirador y su diseño lineal, aportan al modelo Y-Line de Roca numerosas posibilidades de forma, función y ergonomía, que permiten otorgar al concepto de *new living* un aspecto inconfundible. En estas fotografías podemos apreciar una cocina con puertas en chapa de madera roble Antiguo Negro escamotables, combinadas con puertas de Cristal Orgánico. Un diseño inteligente y funcional que facilita la convivencia de cocina y salón, creando cocinas abiertas con un amplio espacio de almacenaje.

Roca Cocinas ofrece un catálogo completo de muebles de cocina a medida, con múltiples dimensiones en muebles bajos, altos y columnas, y un sinfín de complementos y accesorios para cumplir con todas las necesidades del consumidor. Los muebles de Roca Cocinas están a la altura de los valores de la marca: toda la calidad y el diseño, con la confianza de la marca Roca.



Cocina en Zénit Almagra.

Ambiente de cocina en Zénit Croma Crop.

Detalle de puerta Zénit Tortora con canto creativo Nocce 01

ALVIC - WWW.ALVIC.COM

El color es uno de los claros protagonistas en el diseño de cocinas. En este sentido, el fabricante de paneles **Alvic**, a través de sus colecciones **Pigments** y **Croma** consigue cocinas que conectan con la naturaleza, espacios polivalentes, flexibles, tranquilos, con un toque de color, que siguen la tendencia en decoración de cocinas para este 2022.

Sí, la nueva Colección Pigments incluye cinco diseños monocolor: Ginger, Arena, Almagra, Camel y Tortora. Se trata de cinco tonos sofisticados que recrean atmósferas apacibles, naturales, con personalidad y que permiten combinaciones infinitas. Entre ellas, un canto creativo para puertas fingerpull que combina el frente en Tortora o Arena y el canto con diseños en madera. (Nocce 01 y Nogal Rosales 03, respectivamente). Por su parte, la colección Croma representa la incidencia de los rayos del sol sobre la naturaleza y el paisaje, creando una riqueza cromática inagotable. Los cinco diseños que componen Croma -Blue, Sunset, Peach, Crop y Oat- recrean un juego de luces y colores en sí mismos y combinados entre sí.

Y si los diseños naturales se han convertido en un “must-have”, las cocinas en mate han ganado cada vez más protagonismo en la decoración de espacios modernos. En este sentido, los nuevos diseños de Alvic se presentan en Zénit, una superficie lacada en supermate con tecnología de vanguardia que aporta además de una elegancia suprema, una extraordinaria resistencia al rayado y la abrasión, un tacto sedoso y un acabado que no deja huellas. Además, Zénit by Alvic es un lacado novedoso y respetuoso con el medio ambiente, fabricado con materia prima certificada procedente de bosques sostenibles y que posee las exigentes certificaciones PEFC y FSC. Por todo ello, las nuevas colecciones ofrecen una solución óptima y duradera para la fabricación de muebles de cocina, a la última y de tendencia.

Cocina en Zénit Tortora combinada con Syncron Nocce 01.

PUBLIRREPORTAJE

GRUPPO LUBE, protagonista en Eurocucina 2022

EL GRUPPO LUBE PARTICIPÓ CON SUS MARCAS LUBE Y CREO KITCHENS EN LA 60ª EDICIÓN DEL SALONE DEL MOBILE - EUROCUCINA 2022, EN EL HALL 9 - STAND E07-F16.L.

Gruppo LUBE, la empresa número uno en Italia en el sector de la cocina con las dos marcas Cucine LUBE y CREO Kitchens (350 cocinas producidas cada día en la planta de Passo di Treia, en la región de Marche, en el corazón de Italia, 249 millones de euros facturados en el 2021), estuvo presente en la feria con un stand inmersivo que ofrecía una experiencia sensorial sugerente y cautivadora. Un recorrido en el que los modelos expuestos -todos certificados GREENGUARD Gold y respetuosos con el medio ambiente y con los más altos estándares de calidad- guiaban al visitante a través de sus principales características.

Cucine LUBE estuvo presente con los siguientes modelos: Flavour, la cocina refinada y versátil, la elegante Design Collection que destaca por sus materiales de calidad, únicos al tacto y a la vista; y el avance absoluto de esta edición del Salone del Mobile, el nuevo modelo Unica.

Por parte de CREO Kitchens, la marca del Grupo dirigida a un público joven y dinámico, que busca el mejor diseño italiano a un precio asequible, expuso, en cambio, el modelo Contempo en el nuevo acabado Ottanio Blue con apertura gola, y la novedosísima Tablet Wood. Dos de las cocinas más apreciadas por los clientes que se presentan hoy de una nueva manera.

FLAVOUR DE CUCINE LUBE

Una gran cocina de carácter ecléctico que combina acabados en tonos oscuros, como el lacado negro sepia, y acabados efecto metal vintage cepillado, como el níquel.

Cocina Flavour.

El espacio se enriquece con elementos abiertos CLASS y muebles altos de cristal con marco de aluminio con tirador integrado. La textura cepillada cobra vida cuando es atravesada por la luz del sol, dando movimiento y carácter a las superficies.

DESIGN COLLECTION DE CUCINE LUBE

Gracia y ligereza son la otra cara de la moneda de una composición sólida y estéticamente impactante. Las puertas de los muebles bajos son en chapa de madera de roble termotratada y las puertas de cristal, con marco de aluminio negro y cristal fumé. Las puertas de las columnas están lacadas en metal líquido cobre oxidado. Las columnas de armario "Nook" están formadas por puertas escamoteables y permiten introducir en su interior el horno, el frigorífico, la mesa y los cajones.

GRUPPO LUBE
Via dell'Industria, 4 62010 Treia • (MC) • Italia
www.gruppolube.it

UNICA DE CUCINE LUBE

Elegancia, refinamiento, diseño excepcional y materiales refinados y ecosostenibles: singularidad en una palabra. Se presentó en la composición con bajos y columnas en el nuevo acabado melamínico Pietra Fulvus, encimera en Fenix Fumo. Tiradores y zócalo en acabado Silver Dark. Completaban la composición la campana integrada en el mueble alto del mismo color que el elemento Break y los taburetes Self con estructura en fresno lacado negro y asiento en polipropileno color humo.

Una cocina preciosa pero también práctica. El mueble Break permite tener un espacio de almacenamiento adicional y embellece las composiciones con islas y penínsulas, amueblando con accesorios, plantas aromáticas o complementos de moda.

Unica.

Cocina Contempo.

CONTEMPO DE CREO KITCHENS

Diseñada para aquellos que buscan algo innovador sin renunciar a ese toque de tradición, para el Salón de Milán, el modelo Contempo, desde hace algunos años un verdadero abanderado del estilo contemporáneo de las cocinas Creo, se enriqueció con nuevos acabados y colores de puertas lacadas Azzurro Ottanio mate y, sobre todo, de nuevos sistemas de apertura como el sistema gola con acabado de hierro fundido, para una funcionalidad completamente nueva. Una cocina joven, moderna e innovadora pero, al mismo tiempo, amante de la tradición, evocada en los cestos y cajones de madera.

Modelo Tablet Wood.

CREO KITCHENS TABLET WOOD

Composición en península de elegancia natural. La calidez de la innovadora madera chapada "a excímeros" se combina con la frescura de las puertas lacadas UV brillo. Tablet Wood es una cocina que expresa su forma de ser con detalles únicos que perfilan su personalidad. Todas las puertas del modelo Tablet (además de los acabados antes mencionados en chapa a excímeros y el lacado UV, así como la melamina), que es con diferencia el superventas de la colección, son de producción interna de la empresa italiana, que es capaz de entregar pedidos para este modelo en solo 4 semanas.

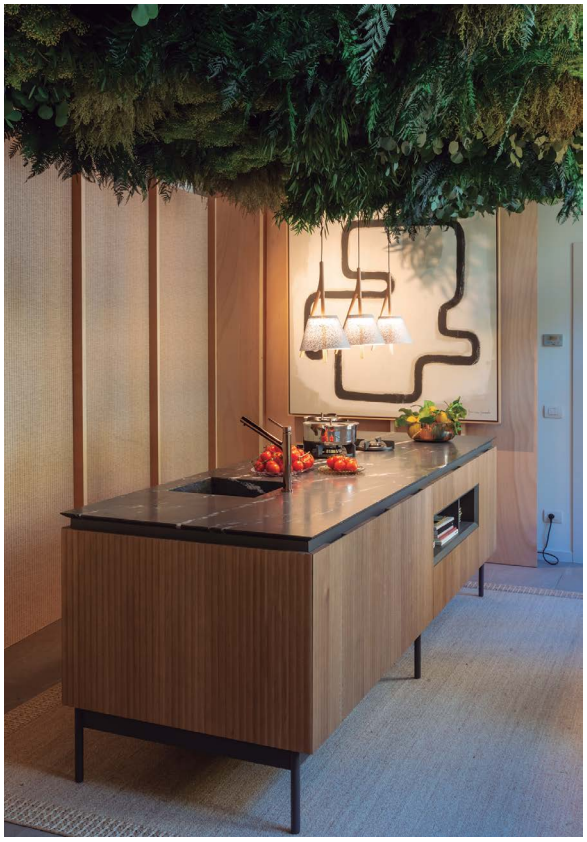
Agente en España: Belmobel Solutions, SLU
Contacto: 636 722 176

TENDENCIAS

1

2

3



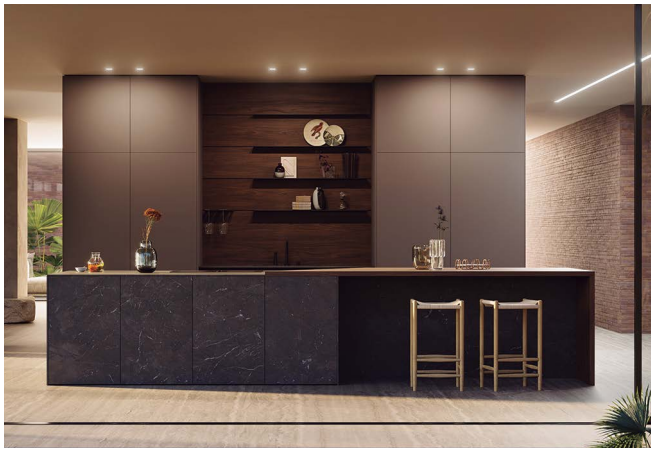
4

5

1. GAMA DECOR / www.gamadecor.com Entre los 5 ambientes de su stand de Eurocucina estaba esta cocina con encimera Krion Snow Cloudy y Roble Puro; estantería en Roble Puro, Cristal Gris, perfilería en Sable e iluminación, además de 3 mesas Feel hexagonales en Roble Puro y un sofá de 3 plazas Stripes en acabado Loira 372. **2. PINO / www.livingpino.com** El modelo de cocina Living de la línea Timeless de Pino desvanece las fronteras en el hogar, fundiendo el espacio de cocina y salón. Una cocina hecha para mezclarse con la vida en el hogar. Una isla que se convierte en mesa de comedor o escritorio, un frente que se transforma en librería... La cocina está o deja de estar según el uso que hagamos del espacio, su iluminación, el momento del día... Una cocina abierta al hogar y a la vida .**3. MOBALCO/ www.mobalco.com** Hay propuestas que nunca pasan de moda, como la cocina Orgánica de Mobalco, seleccionada por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) para representar a España en el *Appartamento Spagnolo* del FuoriSalone de Milán.**4. J.DIAS / www.jdias.pt** Este fabricante portugués de mobiliario de cocina llevó a EuroCucina sus originales y vanguardistas propuestas entre las que figura este modelo Synphony. **5. ERNESTOMEDA / www.ernestomeda.com** La nueva cocina Sign protagonizó la presencia del fabricante en Eurocucina. Diseñada por el arquitecto Giuseppe Bavuso, presenta una increíble variedad de materiales, acabados y estructuras que le permiten adaptarse todos los gustos del consumidor. Sign ofrece un concepto de espacio abierto y fresco.

6

7



8

9

10

6. SNAIDERO / www.snaidero.it Elementi es la nueva propuesta para la cocina, de la marca italiana. La máxima expresión del estilo minimalista inspirada en la esencialidad natural de las formas. Elementi permite componer "monolitos" enriquecidos con materiales exclusivos. Destaca el corte de apertura en la puerta, Groove. Enmarcada, la puerta incluye un perfil tirador integrado. **7. VENETA CUCINE / www.venetacucine.com** El nuevo minimalismo, cálido y acogedor, encuentra en la madera y en los acabados lacados de Armonía, una clara manifestación de su esencia superando las convenciones y un modo renovado de concebir las ganas de bienestar. Esta cocina combina originalidad y personalidad también mediante la puerta con bastidor, surcada por un refinado listón vertical. **8. DOIMO CUCINE / www.doimocucine.com** Del catálogo All-arounD que se presentará en otoño, esta composición representa un avance. Una propuesta formulada mediante la transversalidad de los elementos en los que conviven Aspen, con la puerta con marco interno de aluminio, con elementos de la D23, como la puerta lisa en los cuatro lados. Destacan las columnas con puertas escamotablesy el valor convivencial del espacio. **9. SCAVOLINI / www.scavolini.com** Jeometrica, diseñada por Luca Nichetto destaca por el diseño de la puerta con bastidor de 29 mm de profundidad, que plasma un lenguaje contemporáneo, minimalista y elegante, gracias a los perfiles de aluminio disponibles en tres colores: blanco, antracita y titanio. **10. ARRITAL / www.arrital.com** La evolución de la cocina Ak_07 de Franco Driusso, recientemente galardonada con el Good Design Award 2022, destaca por su alto nivel de atractivo visual, proporcionado por la puerta con perfil de marco delgado y sus elegantes módulos de 75 cm de altura, además de las prácticas columnas con puertas empotradas equipadas con iluminación LED.

TENDENCIAS

11

12

13

14

15

11. **STOSA / www.stosacucine.com** La cocina Karma es ideal para los amantes de las líneas limpias y formas claras que dan el máximo énfasis a las texturas y contrastes. Karma se presenta en una amplia gama de acabados incluyendo maderas termoestructuradas como Rovere Essenza y Rovere Corteccia, PET texturizado y mate y 42 colores en mate y laca brillo.**12.** **TM ITALIA / www.tmitalia.com** La cocina Avignon, diseñada por Nicola Gallizia, fue la estrella del stand de la firma en Eurocucina. Supone una nueva visión de la 'cocina' que juega con espacios deconstruidos y reensamblados e interpreta la evolución de la contemporaneidad living en el que el ambiente de la cocina integra diferentes actividades cotidianas como el trabajo, el entretenimiento y el juego. **13.** **CESAR/ www.cesar.it** Tangram, inspirada en el antiguo juego chino de formas geométricas unidas entre sí, aporta una nueva idea de sinuosidad en el diseño de la cocina. Evitando todo tipo de linealidad, Tangram destaca la curva y sus infinitas posibilidades de combinación. La puerta presenta una elaboración especial en 3D denominada Groove. **14.** **ARREX / www.arrex.it** Lola es la cocina en la que detalles como la puerta plafonada dan vida a recetas inéditas con total libertad. Las puertas se combinan con el gris oscuro de la encimera y de la campana. **15.** **ABIMIS / www.abimis.com/** Fruto de la colaboración con Studio Delineo y Massimo Rosati, Àtria es la primera cocina Abimis realizada expresamente para instalación en exteriores, una solución dinámica y contemporánea con corazón de acero inoxidable, 100% modular y personalizable.

16

17

18

19

16. **NEXT125 / www.next125.com** El suave color blanco concha de esta cocina tiene un efecto calmante sobre los elegantes frontales lacados y mates. Los tiradores huecos con contraste de colores favorecen una línea minimalista. La planificación en forma de L, integrada en la habitación, crea un efecto abierto y acogedor. El armario adyacente a la cocina, utilizado como despacho, difumina la transición entre espacios. **17.** **NOLTE / www.nolte-kuechen.com** Moderno, versátil y fácil de combinar es el nuevo look de nolteneo. En Eurocucina Nolte presentó su línea de producto premium, desarrollada en una gama de diseño flexible. Destaca el sistema especial de cajones, como parte de la configuración básica, que se pueden personalizar con elementos exclusivos. **18.** **HÄCKER / www.haecker-kuechen.com** Las dos nuevas líneas de producto Systemat (en la imagen) y Concept130 centraron la presencia del fabricante alemán en Eurocucina. Variedad inteligente, tecnología y diseño, y sostenibilidad son los tres pilares sobre los que se asientan las nuevas cocinas de la marca. **19.** **SCHÜLLER / www.schueller.de** Cocina de aspecto rústico con frentes de color azul profundo satinado con poros que, con discretas vetas de madera y refinados tiradores de latón, transmiten una sensación de comodidad intemporal. La encimera de cuarzo de Systemo y los armarios con puertas de vidrio crean un contraste visual y se integran con armonía en la atmósfera naturalmente sencilla del espacio.

TENDENCIAS

20

21

22

20-21. **COSENTINO / www.cosentino.com** El stand de la compañía española en S.Project sirvió de escenario para dar a conocer en el mercado italiano los dos principales lanzamientos de la firma de este año: las colecciones Kraftizen (imagen 20) y Onirika (imagen 21) de la superficie ultracompacta neutra en carbono Dekton. Estas novedades también fueron presentadas en el Cosentino City Milán. Localizado en pleno corazón de la ciudad, el City acogió una agenda diaria de eventos para clientes de la firma, y de actos como el fallo del Concurso "Let's Design – Design in Dekton" con la presencia de Joe Bastianich, nuevo embajador de Cosentino Italia. Asimismo, los productos de Cosentino revistieron diferentes proyectos de Fuorisalone. Uno de los más publicitados y visitado fue la instalación Divided Layers que el fabricante de mobiliario de cocina y baño Kholer, en colaboración con el diseñador Daniel Arsham, presentaron en Palazzo del Senato. Diferentes aplicaciones de Dekton en uno de los espacios del Palazzo complementaron esta aplaudida propuesta.

22. **COOKING SURFACE / www.cookingsurface.it** Una de las claras tendencias de Eurocucina 2022 fueron las encimeras de cocción invisibles como Cooking Surfeca Prime. Lo que aparentemente parece una simple encimera esconde un sistema de cocción por inducción que combina diseño y versatilidad.

23

24

25

26

27

23. **SILVERLINE / www.silverline-home.com** La marca turca de electrodomésticos de encastre Silverline presentó en Milán su nueva etapa en el mercado español de la mano de reconocidos profesionales del sector. Entre las novedades de producto de la marca figuran sus nuevas encimeras con tecnología HOODfromHOB que permiten controlar la campana extractora. **24.** **SIEMENS / www.siemens-home.bsh-group.com/es** La nueva gama de hornos iQ700 presentada en EuroCucina y que llegará al mercado en 2023, permite al usuario, gracias a la inteligencia artificial y a una interfaz intuitiva y totalmente táctil, ser mucho más independiente. Así, puede preestablecer el nivel de horneado deseado desde la aplicación Home Connect que notifica cuándo el plato está listo y se apaga automáticamente. **25.** **SMEG / www.smeg.es** En Milán destacó Proyecto Galileo, la nueva gama de hornos con tecnología Multicooking, que combina las funciones de un horno tradicional, con vapor y microondas. El modelo Omnichef que incluye las tres tecnologías en un solo producto, se posiciona entre la gama de 60 y 45 cm. Los hornos Galileo están disponibles en las estéticas Dolce Stil Novo, Linea y Classica. **26.** **STEEL / https://dake.es/es** De Steel destacó en el Salone del Mobile 2022, Enfasi Mistral, la primera cocina independiente con un sistema de succión totalmente integrado controlado por controles deslizantes. **27.** **ASKO / www.asko.com/es** Las placas de inducción Celsius°Cooking y el sistema de utensilios de cocina inteligentes incentivan la cocina sana, ya que ayudan a evitar tanto la cocción insuficiente, como el exceso de cocción que pueden afectar al valor nutricional de los alimentos. Las ollas conectadas electrónicamente incluyen sensores de temperatura en la base, una sonda de temperatura y una aplicación con recetas guiadas por vídeo, todo ello conectado entre sí por Bluetooth.

TENDENCIAS

CVC ADQUIERE NEOLITH La empresa de capital riesgo CVC Capital Partners VIII ha llegado a un acuerdo para la compra de la empresa Neolith, fabricante castellonense de piedra sinterizada. En virtud de dicho acuerdo, CVC compraría el 75% de las acciones de Neolith a Investindustrial y el 25% restante a la familia Esteve, fundadora de la empresa. Cuando se materialice la operación, CVC Capital Partners pasará a controlar el 100% de Neolith.

SHERPA CAPITAL COMPRA BC3 Sherpa Capital, gestora de capital privado, ha adquirido una participación mayoritaria del fabricante de muebles de cocina BC3. La operación servirá para asegurar el crecimiento de BC3, el relevo generacional de la empresa, que lleva operando desde hace más de 40 años; además de para materializar su plan estratégico y para impulsar su presencia a nivel internacional. Si bien no se ha hecho público el importe de la operación, lo que parece estar asegurada es la continuidad del equipo directivo, de la plantilla y de las actividades del grupo. En este caso, además, el actual equipo directivo de BC3 mantendrá una participación minoritaria en la compañía

CAMBIO DE PROPIETARIO PARA FRECAN La sociedad de capital riesgo Gemba Private Equity, SCR-Pyme es el nuevo propietario de Frecan, fabricante español de campanas extractoras de cocinas de alta gama, hasta ahora en manos de la familia Cruells. Gemba Private Equity, SCR-Pyme, con sede en Barcelona, es una firma de capital privado registrada y supervisada por la CNMV. La sociedad, gestionada por Navis Capital SGEIC, está especializada en la compra, gestión y venta de compañías industriales y de servicios en el segmento «low market».

NUEVO ACCIONISTA INVERSOR DE MENGUAL La empresa barcelonesa inversora de capital privado, Suma Capital ha adquirido el 45% de Alianza Mengual Group, S.L. por 10 millones de euros. Mengual es una empresa especializada en la distribución de herrajes para interiorismo, carpintería y madera para el sector profesional. La firma dispone de centros logísticos en Granollers (Barcelona) y Lucena (Córdoba); además de dos tiendas de atención al público con autoservicio en la ciudad de Barcelona y en Granollers.

CUCINE HOME GROUP TIENE NUEVO DIRECTOR COMERCIAL Cucine Home Group, del que forman parte Cucine Oggi y Luisina Cucine, nombra a Samuel Pérez como nuevo director comercial del grupo. El nuevo responsable comercial de Cucine Oggi y Luisina Cucine se encargará de coordinar las relaciones con los clientes. Pérez es un profesional que cuenta con una experiencia de más de 25 años dentro del sector del mueble de cocina, 18 de ellos en Cucine Home Group. De esta manera, la empresa valenciana demuestra su apuesta por promocionar los valores internos.

SILVERLINE INICIA UNA NUEVA ETAPA EN EL MERCADO ESPAÑOL La marca turca de electrodomésticos de encastre Silverline, con cerca de tres décadas de historia, comienza una nueva andadura en el mercado español. De esta manera, la marca especialista en Built-in, con más de 10 millones de unidades producidas y presencia comercial en más de 72 países, ofrecerá en España una solución específica para las tiendas de mueble de cocina. La nueva etapa de Silverline en España llega tras meses de trabajo por parte de reconocidos profesionales del sector que han dado forma a un proyecto basado en el diseño, la calidad y la fiabilidad de los productos; la rentabilidad exclusiva para el canal kitchen; y el servicio, concretado en una gama con disponibilidad y un SAT que responde.

L&S ADQUIERE LA ITALIANA FORMA E FUNZIONE L&S Lighting, controlada por Clessidra Private Equity, ha suscrito un acuerdo para la compra de la italiana Forma e Funzione srl. La operación contempla la adquisición, por parte de L&S, del 100% de las acciones de Forma e Funzione. Igualmente, los accionistas de esta última, reinvertirán junto con Clessidra en la empresa matriz, a través de una participación minoritaria. Asimismo, mantendrán sus responsabilidades directivas actuales. Con la integración de Forma e Funzione, el Grupo L&S pretende superar los 130 millones de euros de facturación consolidada a finales de 2022.

BIESSE CELEBRA EN BILBAO UNA JORNADA TÉCNICA SOBRE COCINA El 29 de abril tuvo lugar en Bilbao un evento organizado por Biesse, fabricante de maquinaria para madera, que estuvo protagonizado por el mueble de cocina. El gerente de la Asociación de Mobiliario de Cocina (AMC), Sebastián Acedo, presentó la entidad y habló sobre la edición de septiembre de Espacio Cocina SICI, principal feria española de la cocina, que ocupará un pabellón de 12.000 m^2 coincidiendo con Feria Hábitat Valencia.

En representación de Biesse intervinieron Emilio Fernández, Area Manager de Biesse Ibérica, que dio a conocer su gama de maquinaria; y Sergio de La Cruz, responsable comercial de la compañía para la zona Norte, que habló de la fábrica inteligente haciendo referencia a *Cabinet* y destacando el potencial de las máquinas conectadas, la información de producción en tiempo real y la trazabilidad.

Participaron también Javier Trigo, de Venechar, que habló de los retos actuales de los fabricantes de mobiliario de cocina; Jon Hernández, de Grass, que repasó las soluciones que ofrece el fabricante austriaco; Antonio Pérez, del fabricante cántabro de encimeras Pefersa, que reflexionó sobre la evolución de este sector tan importante para la cocina; Vicente Beneyto, de Welco System, que hizo referencia a las cocinas invisibles; y Miguel Ángel Gómez, de Finsa, que habló sobre las últimas tendencias en tableros brillo/mate.

El influencer del mundo de las cocinas, Daniel Colino, habló de RRSS, recalcando la necesidad de trabajar la herramienta Google My Business; mientras Luis Ros, de Simatec, presentó su software SmartCabinet. La última intervención corrió a cargo del diseñador y profesor de interiorismo, José Manuel Fernández, de Estudio Estudio. Esta primera jornada de Biesse protagonizada por la cocina tendrá continuidad a lo largo de este año con eventos similares en otros lugares de España, como Andalucía o Madrid.

NACE TRÆ, UNA NUEVA FIRMA DE MUEBLE DE COCINA Trae, con sede en la localidad madrileña de Griñón, es un nuevo fabricante de mobiliario de cocina. Como explican desde la propia empresa, en su origen convergen varios factores; por un lado, la materia prima que nos apasiona, la madera, y por otro lado, el estilo que nos representa, el nórdico. Trae nace con un importante bagaje y experiencia por parte de su equipo de profesionales, encabezado por Ramón Moreno, anterior responsable de Infer. El proyecto está apoyado industrialmente por la adquisición de una fábrica del sector, la de Carpio Vilano Cocinas; que se ha ido adaptando para mejorar el flujo de trabajo. En este sentido, Trae cuenta con unas instalaciones de 4.500 metros cuadrados, optimizadas para la máxima eficiencia.

+MODO, DE POGGENPOHL, RECIBE EL PREMIO NYCXDESIGN Poggenpohl, proveedor de arquitectura de cocinas de lujo Made in Germany, ha sido reconocido con el premio estadounidense NYCxDESIGN en la categoría «Kitchen-Cabinetry" (Gabinetes de cocina). El innovador concepto de cocina +MODO impresiona por su uso poco convencional de las dimensiones: la encimera y el cuerpo están compensados entre sí; de igual forma que lo hacen los estantes extraíbles, jugando con la idea del *offset*. Sus impresionantes dimensiones, la opulencia natural del material, así como la nueva puesta en escena de la isla de cocina con encimera en Rosso Lepanto convencieron al jurado del NYCxDESIGN Award.

FRANKE, PREMIADO CON EL RED DOT AWARD 2022 Franke ha logrado, una vez más, unos resultados excepcionales en el Red Dot Design Award 2022 gracias a su conjunto de accesorios All-in One, galardonado en la categoría de producto y se ha alzado con el premio a la innovación en la cocina 2022; las cubetas Maris Fraganite, reconocidas por su gran diversidad de colores, modelos y medidas; y la campana de isla Smart, que garantiza la máxima elegancia con unas prestaciones extraordinarias.

Cocina Gala de Disenove.

Cocina de exterior InPetrus de Delamora.

Modelo Jarama de Vijupa

Encimera Lilac mármol de Arklam.

Cocina Fox de Lino Alonso.

Fregadero Sirius de Franke.

CookAssist de Miele.

TENDENCIAS DE COCINA PRIMAVERA-VERANO

Según expertos de AMC, las cocinas abiertas y de exteriores, junto con el estilo minimalista seguirán siendo las principales tendencias de cocina para la nueva temporada primavera – verano 2022. La cocina se ha convertido en el escenario perfecto para los encuentros familiares y con amigos. Ha ganado en metros, luminosidad y elegancia. Con el buen tiempo, las relaciones interpersonales y las comidas con familiares y amigos se potencian más que nunca. En este contexto, la cocina cobra toda su razón de ser. Por eso, AMC apunta algunas tendencias para la nueva temporada primavera – verano. Unas tendencias protagonizadas por los materiales naturales, los colores suaves; y, sobre todo, por la flexibilidad.

El concepto de cocinas abiertas. Las cocinas comunicadas y abiertas al salón o al comedor, que fueron tendencia en 2021, siguen estando muy presentes. En esta línea destaca el recurso de las puertas escamoteables, preferiblemente de cristal. Ello permite ganar en amplitud y luminosidad. Cuando la cocina mira hacia fuera, al jardín o a la terraza, la función social de la cocina alcanza en la temporada primavera – verano su máximo potencial. Además de una mayor luz natural, este tipo de cocinas permiten también disfrutar de las zonas exteriores de la casa. Con esta solución, las viviendas unifamiliares ganan un espacio donde desarrollar todas las actividades en torno a la cocina.

Diseño minimalista. Alineado con el concepto anterior de abrir la cocina a otros espacios está el diseño minimalista, marcado por elementos esenciales y líneas limpias y puras que se integran más fácilmente en la decoración. Una materialización de dicho estilo son las formas rectas y las superficies mate con tratamiento antihuellas.

Sostenibilidad. En paralelo con lo anterior encontramos la mayor preferencia por el mobiliario sostenible y el ecodiseño. Ello se traduce en la elección de materiales de alta calidad, más duraderos, y fabricados mediante procesos no contaminantes. Según los asociados de AMC, este año seguirán predominando los materiales naturales como la madera y la piedra, que podrán combinarse entre sí o con texturas como el cristal y el acero inoxidable. También, la cerámica. Así, los azulejos estilo Metro siguen muy presentes en los revestimientos de las cocinas. Sus perfiles biselados permiten un mayor reflejo de la luz y combinan perfectamente con mobiliario de diseño moderno.

Colores sobrios. Los asociados de AMC confirman que el color será protagonista esta temporada primavera-verano 2022; con un predominio de los tonos neutros como los terrosos. Estos colores son ideales para destacar determinados elementos como la grifería en negro, latón o dorado. Asimismo, el blanco no pasa de moda, y se mantiene como una opción imbatible. De hecho, combinado con madera, es todo un clásico que aporta sencillez, calidez y luminosidad.

Otro valor seguro seguirá siendo el negro. Para los expertos de AMC, "este color es capaz de dar un giro completo a la cocina si se sabe integrar bien en los elementos de este espacio, de una forma más sutil solo en detalles, o más atrevida en el mobiliario y las paredes".

Grifería de diseño. Las griferías y fregaderos de color negro continúan siendo una tendencia de lo más actual en la decoración de la cocina. A ellos se suman también aquellos acabados en color cobre y bronce. Todos ellos, tanto en modelos de estilo más moderno, como en los de estética retro.

Esta tendencia permite, además, combinar el estilo de los elementos de la zona de aguas con el diseño del mueble si se decide incorporar tiradores. Detalles que llaman la atención en la cocina y que lucen muy bien en muebles de estilo sencillo y clásico.

Electrodomésticos. A los electrodomésticos en la cocina se les pide mucho más que cumplir con su función. Han de contar con las últimas innovaciones tecnológicas para fomentar el ahorro de electricidad y la sostenibilidad. Por otro lado, en línea con las tendencias de diseño mencionadas, prima la estética minimalista que se presenta de la mano de la ergonomía. En este sentido, el acero inoxidable seguirá siendo el material preferido para los electrodomésticos. Igualmente, los colores no serán arriesgados, ya que predominarán los clásicos: cristal, metal, blanco y negro.

AMC PARTICIPARÁ EN LAS ACTIVIDADES DE VALENCIA CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO

AMC ha firmado un acuerdo con la asociación organizadora del proyecto Valencia Capital Mundial del Diseño 2022. El objetivo es apoyar y colaborar con dicha iniciativa. En este sentido, AMC será la encargada de materializar la concept Kitchen diseñada por Cierto Estudio, para la exposición «Escenarios de un futuro cercano». La muestra avanzará tendencias del hogar del futuro, también de la cocina, denominada Big Bang Kitchen y de la que se encargarán empresas de AMC

Asimismo, las empresas de la asociación que participen en la exposición, además de figurar en la memoria de la misma, también lo harán en un audiovisual explicativo sobre la cocina del futuro. Este audiovisual será proyectado asimismo en el espacio Agora Valencia del centro de la ciudad. La Capitalidad Mundial del Diseño de Valencia que se celebra a lo largo del presente año y parte del próximo, concentrará la mayor parte de actividades coincidiendo con la celebración de las ferias Hábitat y Espacio Cocina SICI en septiembre. Se espera que esta iniciativa atraiga a cerca de 2 millones de visitantes, 200.000, extranjeros. El acuerdo permitirá poner en valor al sector de la cocina en España, la buena cocina hecha en casa y a las empresas de AMC, en la Capitalidad Mundial del Diseño y en las tendencias sobre el futuro del hábitat.

ALTAS DE ASOCIADOS EN AMC

Desde el último número de COCINA INTEGRAL se han producido nuevas incorporaciones de miembros asociados a AMC (ver listado completo al final de esta revista). Entre las nuevas firmas asociadas figuran:

• **MAESTRIHOME S.L. (MOBALPA ALCORCÓN).** Estudio de cocina franquiciado de la marca Mobalpa, cuyos valores están centrados en el compromiso por la calidad del producto y del servicio. Mobalpa realiza internamente el diseño, la producción y la distribución. Esto le permite garantizar el cumplimiento de sus exigentes estándares de calidad y obtener el *feedback* inmediato del cliente.

• **CJR COCINAS E INTERIORES S.L.** Estudio de cocinas leonés con más de 30 años de experiencia en la fabricación y montaje íntegro de todo tipos de cocinas. También comercializa baños, armarios y la realización de reformas.

• **MAGISTRAL COCINAS, S.L.** Nacida como un estudio de cocinas en 2004 en la localidad malagueña de Alhaurín el Grande, la experiencia de sus responsables ayudando a los clientes a diseñar sus cocinas y el conocimiento de que cada cocina es única, les llevó a dar el paso de poner en marcha una fábrica propia.

• **AVANT AREA EUROPE, S.L.** Fabricante de mobiliario de la Vall d'Uixó (Castellón), que produce, vende e instala cocinas, baños y vestidores. Su objetivo es ofrecer soluciones profesionales con una alta carga de diseño y calidad, sin renunciar a un precio competitivo.

• **TITUS.** El fabricante inglés de herrajes, Grupo Titus combina la I+D+i al servicio del cliente, con procesos ajustados y tecnología de fabricación de última generación para poner en el mercado soluciones encaminadas a ayudar a los fabricantes de muebles a ser más competitivos.

• **MICROCAD.** Microcad Software tiene su sede en Málaga y está especializada en el desarrollo de programas para el diseño de interiores desde 1987. La empresa cuenta con oficinas propias en Estados Unidos y Reino Unido y está presente en numerosos países de todo el mundo. Su programa más conocido es Autokitchen, desarrollado para los diseñadores y tiendas de mobiliario de cocinas y baños.

• **ANDUKIT.** Esta empresa de Luque (Córdoba) lleva 10 años fabricando módulos de cocina, baño y bandas con tirador integrado, para los mercados nacional e internacional. La firma destaca por su clara apuesta por la I+D que le ha permitido poner en el mercado soluciones con un alto grado de innovación.

• **NIVEL DIEZ.** Ubicada en Catarroja (Valencia), Nivel Diez Decor, S.L. cuenta con más de 30 años de experiencia como fabricante de mobiliario, especialmente, de cocinas y, también, para clínicas dentales.

• **FINSA.** Finsa lleva casi cien años dedicada a la transformación industrial de la madera, diseñando y fabricando soluciones técnicas y decorativas para los espacios que nos rodean. Sus productos derivados de la madera: tablero, superficies decorativas, componentes para muebles, suelo laminado y madera maciza, utilizan procesos basados en el desarrollo de la innovación, el diseño y la circularidad.

• **PEFERSA.** Pefersa es una empresa especializada en la elaboración y colocación de encimeras de cocina, con sede en la localidad cántabra de Cartes. Se trata de un referente en el norte de España para la fabricación y colocación de piedra, granito, mármol y otros materiales.

AVANCE DE EXPOSITORES de ESPACIO COCINA SICI 2022

El pasado 24 de mayo, en el marco de la Asamblea General de AMC, el Director de Espacio Cocina SICI, Miguel Bixquert, avanzó algunos detalles de la próxima edición de la feria, que tendrá lugar en Valencia, del 20 al 23 de septiembre.

Bixquert comenzó destacando la coincidencia de Espacio Cocina SICI este año con Hábitat, la gran feria española de la decoración y el mueble. En este sentido, dijo que Hábitat reunirá a 1.100 expositores y 70.000 visitantes profesionales sobre 120.000 metros cuadrados repartidos en 9 pabellones de Feria Valencia. Con estos números, el poder de convocatoria de la muestra se multiplica de forma considerable.

Miguel Bixquert.

Concretamente, del total de pabellones, 6 estarán dedicados al sector del mueble, uno a descanso, otro a textil y un tercero, a cocinas. Precisamente este pabellón para el sector de la cocina, el de Espacio Cocina SICI será el número 4 y cuenta con una superficie de 10.800 metros cuadrados. Se trata de un pabellón que por su diseño permite que la mayoría de expositores se sitúen en torno a una calle principal. Hasta la fecha, según el director del salón, se había reservado ya el 74% del espacio expositivo. En este sentido, también avanzó que el listado de expositores de Espacio Cocina SICI se puede consultar on line y se irá actualizando cada viernes con las nuevas incorporaciones que se vayan produciendo.

https://espaciococina.feriavalencia.com/avance-de-expositores-marcas

Expositores

Así, en el listado de expositores confirmados de Espacio Cocina SICI 2022 figuran empresas como Antalia, Arklam, BC3, Benidorm Software, Bora, Cobain Vigo, Cocinas Santiago, Compusoft, Cosentino, Cupa Stone, Elica, Hítalo Cocinas, Kitchen Grup, Lapitec, Levantina, Lube Cucine, Magama, Mesinor, Mobalco, Neolith, Pando, Poalgi, Saitra o Sapienstone.

Algunos de los expositores, en entrevistas realizadas por la organización del salón, han explicado sus razones para participar, y han mostrado su parecer sobre el sector y la feria. Así, Francisco Dávila, CEO de Mobalco, apunta que el buen momento que está viviendo el sector hace especialmente interesante la edición de la feria este año. También su coincidencia por vez primera, con el salón Hábitat. Para Mobalco, se trata del mejor compañero de viaje, especialmente por la tendencia actual de la integración de la cocina en el salón. Para el principal responsable de Mobalco, participar en SICI supone una oportunidad única para consolidar una feria referente a nivel nacional y para poder mostrar todo el potencial del sector del equipamiento de cocinas.

Francisco Dávila, de Mobalco.

Desde Pando, su director comercial, Moisés Castillo, muestra su apuesta por SICI, dado que es su feria de referencia, fundamental para sus negocios en España y Portugal. Asimismo, considera que la muestra es el mejor escaparate que tienen los fabricantes de muebles de cocina de España. De esta manera, en el salón se reflejan su particular visión del mueble, su calidad y su diseño....

Moisés Castillo, de Pando.

Para Pando, el hecho de que su estrategia haya estado centrada exclusivamente en el canal de los estudios de muebles de cocina hace que tengan muy claro que no hay mejor lugar para presentar sus nuevas colecciones que Espacio Cocina SICI.

Marta Lucas, de Fagor.

Igualmente, Fagor considera importante participar en SICI porque en el salón se dan cita los principales profesionales y especialistas de mobiliario de cocina. Ello, por un lado, les permitirá conocer las nuevas apuestas y tendencias en este sector, así como estar al tanto de las inquietudes que se detectan en el mercado.

Para Marco Garbuglia, Country Manager Iberia de Elica, resulta muy ilusionante poder volver a participar en Espacio Cocina SICI; la feria más importante del sector en España. Como apunta, "Sentimos y percibimos a nuestro alrededor que hay un gran deseo de volver a hacer y visitar ferias; tanto por parte de las empresas como de los clientes. Estamos seguros de que la unión con Hábitat va a ser un gran éxito desde un punto de vista de participación, con importantes sinergias".

En Elica son partidarios de las ferias por el papel fundamental que juegan en su negocio. En este sentido, como explica el Country Manager de Elica, "la feria representa y representará siempre un importante motivo de conocimiento mutuo; que enriquece a ambas partes: proveedor y cliente. El contacto directo; el placer de mirarse a la cara y no a través de un monitor; el poder compartir incluso momentos de convivencia; representan un valor añadido único para poder conocer las necesidades de los clientes y comunicar las características distintivas de los productos".

Desde Saitra, su directora de marketing, Elena Ibáñez, asegura que la próxima edición de SICI será especial, la ocasión perfecta para que todos los que forman parte del sector, con responsabilidad, puedan poner en valor el trabajo y el esfuerzo realizados durante los últimos años. "Sin duda"- apunta- "será un encuentro efervescente, tanto a nivel de marca, como para el sector del hábitat".

Proyecto KM0

Más novedades referidas a Espacio Cocina SICI 2022 será la inclusión de la exposición Proyecto KMO (Kitchen Material Options) que será un punto de encuentro de proveedores para la cocina. En dicho espacio, diseñado por EstudiHac, se incluirá un recorrido por materiales, tecnologías y tendencias que la industria auxiliar propone para la cocina. Igualmente, el espacio servirá para acoger presentaciones y jornadas técnicas. Concretamente, hay programado el Primer Coloquio Intersectorial Sobre Cocinas y el II Foro de Marmolistas.

Imagen del proyecto KM0.

Valencia Capital Mundial del Diseño

Además, el atractivo de la celebración este año de Espacio Cocina SICI se ve incrementado por la celebración de la València World Design Capital 2022 (VWDC22), que hará coincidir el punto culminante de sus celebraciones precisamente en la semana de celebración de la feria. Justamente, gracias al acuerdo realizado con AMC, Espacio Cocina SICI y la propia VWDC22 están ultimando la puesta en marcha de un ambicioso proyecto para mostrar en una exposición la cocina del futuro.

https://espaciococina.feriavalencia.com/

ASPIRACIÓN INVISIBLE: una tendencia clave para las cocinas abiertas

EL MERCADO GLOBAL DE CAMPANAS EXTRACTORAS SUPERÓ LOS 15.000 MILLONES DE DÓLARES EN 2021 Y PODRÍA ALCANZAR LOS 25.000 MILLONES EN 2028 SEGÚN GLOBAL MARKET INSIGHTS.

La predilección por las cocinas abiertas y el estilo minimalista están propiciando el auge de las campanas invisibles; soluciones de aspiración que se mimetizan con el espacio y eliminan obstáculos visuales. Existen varias modalidades de campanas extractoras invisibles: las de techo; y las de integración bajo mueble alto, encimera o placa de inducción.

Esta gran variedad de soluciones es posible gracias, no solo a la innovación en términos de diseño, sino también a los avances tecnológicos en materia de extracción, ventilación y recirculación del aire; un proceso imprescindible para liberar el hogar de los olores y vapores procedentes de la cocina y mantener el espacio limpio. Así, la apuesta por las cocinas abiertas y minimalistas ha fomentado la evolución del mercado de las campanas extractoras, provocando un aumento en el volumen de negocio.

DATOS DE MERCADO

Aunque a raíz de la pandemia disminuyeron tímidamente las ventas del segmento de la extracción, el sector registró un cambio de tendencia al alza con la reapertura de los mercados a nivel internacional y el aumento de las reformas domésticas motivadas por el confinamiento.

Concretamente, según el estudio "Range Hood Market Size", elaborado por Global Market Insights, el mercado global de campanas extractoras superó los 15.000 millones de dólares en 2021. Concretamente, 10.000 millones del total correspondieron al segmento residencial y más del 40% de las soluciones adquiridas fueron de pared. Además, la misma fuente estima que el sector crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesto superior al 6% entre 2022 y 2028, alcanzando los 25.000 millones de dólares al final de dicho periodo.

Grand View Research, por su parte, ha presentado el estudio "Range Hood Market Size, Share & Trends", un pronóstico del sector de la extracción hasta 2025. Según dicho informe, el mercado global de campanas extractoras se valoró en 10.300 millones de dólares en 2018 y prevé un desarrollo positivo para los próximos años (del 4,3% hasta 2025); empujado, en gran parte, a los avances tecnológicos junto con el uso del IoT en campanas extractoras.

En la misma línea, Global Market Insights asegura que, dentro del mercado doméstico de campanas extractoras, los motores del consumo han sido la necesidad de ahorrar espacio apostando por casas modulares, el auge de las cocinas abiertas, la creciente importancia de la estética en esta estancia y el desarrollo del IoT y la conectividad del hogar. Entre las preferencias de los consumidores en este sentido destacan la reducción de ruido, la conectividad inalámbrica y la instalación de sensores de temperatura, ópticos e infrarrojos en las soluciones de extracción.

PERSPECTIVAS REGIONALES

Grand View Research prevé que América del Norte mantenga la participación de mercado de campanas extractoras más alta a nivel global hasta 2025, con países como Canadá y México como principales impulsores. Asia Pacífico, por su parte, será el mercado regional de más rápido crecimiento (con un CAGR del 5%) gracias al aumento de la capacidad de gasto por parte del consumidor, la rápida urbanización y la tendencia a las casas pequeñas y compactas con espacios abiertos.

Frecan.

Por otro lado, Transparency Market Research, a través de su estudio "Residential Cooker Hoods Market", prevé que Europa domine el mercado mundial de las campanas de cocina domésticas de cara a 2030. Debido a la creciente tendencia de las estancias abiertas y personalizables, al aumento de la inversión en productos de cocina y al incremento en los ingresos.

AMPLIO ABANICO DE SOLUCIONES

Grand View Research informa que las campanas de integración bajo mueble alto registraron la cuota de mercado más alta en 2018, con un 41,55% del total. La apuesta por este tipo de soluciones se debe, en gran parte, a su fácil instalación, asequibilidad y compatibilidad con diferentes diseños de cocinas. Además, el conducto transporta el humo y las partículas fuera de la cocina mientras que otras versiones sin conductos recirculan el aire dentro de la propia cocina. La misma fuente pronostica que la campana que registrará una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) más elevado hasta 2025 será la de techo.

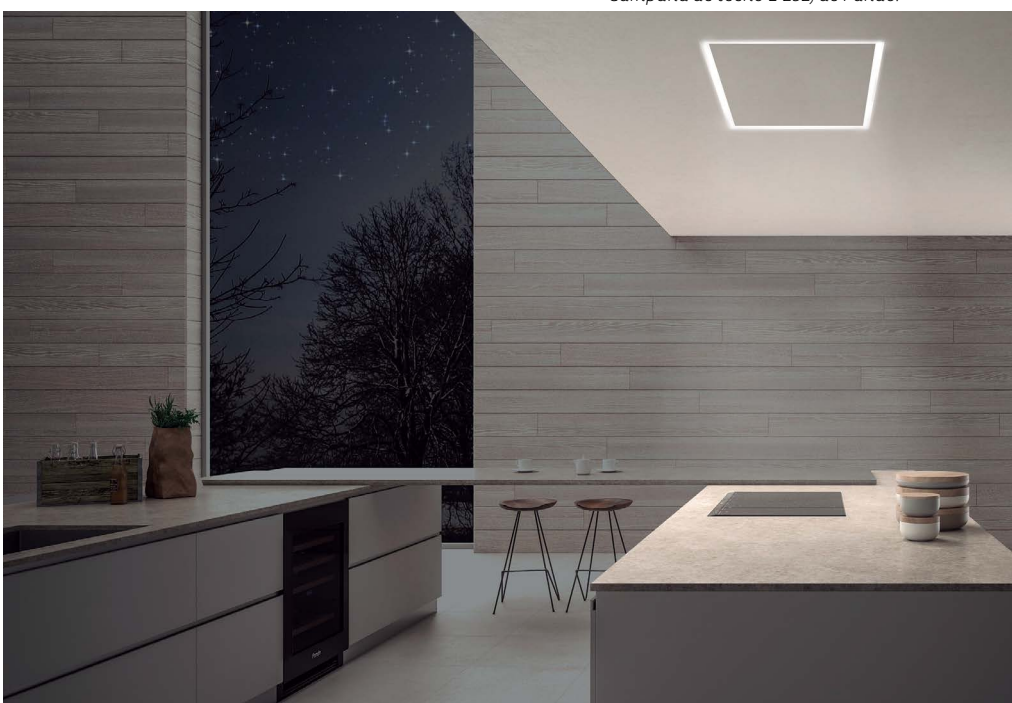
Asimismo, el informe de Global Market Insights incluye un gráfico que refleja la penetración de varios tipos de campanas en 2021 y una previsión de cara a 2028. Según dicha fuente, las campanas de pared fueron las más populares el año pasado (con más de un 40% del total), seguidas de aquellas integradas bajo mueble alto y las de techo. Este orden se mantendrá, según las previsiones, durante los próximos seis años.

Para contar con una solución de extracción óptima no es suficiente con un diseño atractivo. La eficiencia y las prestaciones son también atributos indispensables. Así lo asegura Research and Markets a través de su informe "Global Smart Kitchen Hood Market", que menciona los sensores inteligentes, las pantallas táctiles, el control intuitivo y los extractores integrados como elementos cada vez más valorados por los consumidores. De hecho, se espera que la gran inversión en I+D por parte de los grandes actores del sector impulse el mercado de las campanas de cocina inteligentes. Igualmente importante es la creciente consciencia de contar con buen sistema de ventilación y eliminación de partículas del aire interior para mantener las estancias libres de humo y malos olores. Todo ello está dinamizando el mercado de la extracción doméstica.

A continuación ofrecemos una selección de empresas que comercializan soluciones de aspiración invisibles; ya sean de techo o de integración bajo mueble alto, encimera o placa de inducción.

www.gminsights.com - www.transparencymarketresearch.com
www.researchandmarkets.com - www.grandviewresearch.com

Campana de techo E-252, de Pando.



PRODUCTO

PANDO - WWW.PANDO.ES

Pando, destacado fabricante de campanas extractoras, reflexiona sobre cómo el auge de las cocinas abiertas ha condicionado su producción. “Nos hemos adaptado a la nueva tendencia realizando modelos que, por sus prestaciones, diseño y tecnología, encajan a la perfección en estos espacios comunes”. Para garantizar un nivel óptimo de confort y eficiencia en sus soluciones de aspiración, Pando emite un certificado basado en un estudio técnico específico para cada proyecto.

Extracción invisible: un concepto, múltiples soluciones

Dentro de la modalidad de campanas invisibles, capaces de crear espacios totalmente diáfanos y libres de obstáculos visuales, existen varios modelos: de techo, de integración dentro de muebles altos, de integración en encimera o en la placa de inducción. Todos ellos están disponibles en el catálogo de Pando. Las soluciones de la compañía son “especialmente silenciosas, con unos resultados de aspiración y filtrado excelentes”. Alguno de sus modelos (E-251 y E-252) pueden incluso esmaltarse en el color de pintura del techo, pasando totalmente desapercibidos y aumentando la sensación de fusión en el ambiente. Las campanas de integración en encimera, por su parte, “sorprenden al usuario final por sus características, espectacularidad y belleza”.

1

2

3

Campanas de techo: E-237 y E-252

De todas las campanas de integración que componen el catálogo de Pando destaca el modelo de techo E-237 **(1).** Se trata de una solución que “además de sus grandes cualidades técnicas y excelentes resultados de aspiración, destaca por su innovador sistema Touch Down Cleaning System patentado por Pando”. Touch Down Cleaning System (galardonado con el Premio Delta Bronce 2020 de Diseño Industrial) es un sistema que permite que el cuerpo de la campana descienda para facilitar la limpieza o realizar tareas de mantenimiento. Otro modelo destacable es el E-252, un nuevo concepto de campana de techo que brinda la oportunidad de cocinar sin humos, olores, ruidos ni obstáculos visuales. Gracias a su sistema de instalación y su acabado especial con imprimación -que permite pintarla del mismo color que el techo- la campana se funde con el entorno haciéndola prácticamente invisible.

Integración en encimera: E-320 y E-350

Dentro de la modalidad de integración en encimera, Pando ofrece los modelos E-320 y E-350 **(2).** Ambas campanas se elevan automáticamente para iniciar el proceso de aspiración y destacan por sus motores silenciosos, su gran capacidad de aspiración y la facilidad de extracción de sus filtros. Asimismo, llevan incorporado un sistema de protección con sensor anti atrapamiento SAP, que detiene el cierre de la campana si detecta un obstáculo.

Integración en la placa de inducción: E-390 y E-391

Otro sistema de aspiración invisible son las campanas integradas en la placa de inducción. Pando propone, entre otros modelos, el E-390 **(3),** con cristal biselado; y el E-391, con cristal recto e instalación enrasada o sobre encimera. Este tipo de campana está teniendo una gran aceptación por ser muy compacta y eficiente y ofrecer múltiples opciones de salida de humos.

DAKE - DAKE.ES

Son muchos los que, a la hora de diseñar su hogar, deciden prescindir de elementos divisorios entre estancias y apostar por espacios diáfanos. Esta tendencia ha llegado con fuerza a la cocina, que se abre al salón cada vez con más frecuencia. Las cocinas abiertas no solo requieren la mimetización con el resto del hogar a nivel estético, sino también varios ajustes en términos de funcionalidad. A continuación, nos centramos en las soluciones de aspiración orientadas a las cocinas abiertas. Lo hacemos a través de las reflexiones de Néstor de Sedas, Product Manager en DAKE.

Cocinas abiertas: un desafío para la extracción

Las cocinas abiertas al salón representan un gran reto para las compañías de aspiración, ya que los usuarios requieren espacios diáfanos y sin olores. En palabras del señor de Sedas, esta tendencia "incrementa exponencialmente la dificultad a la hora de planificar la extracción, ya que se trata de una tipología de aspiración indirecta".

En ese sentido, para lograr que las soluciones invisibles sean eficientes, es esencial "prever una motorización adecuada para extraer o recircular los humos", explica Néstor de Sedas. Además, es imprescindible "seleccionar el sistema de aspiración más adecuado, tener en cuenta la colocación de la motorización y evaluar aspectos como las preferencias estéticas del usuario, la superficie de la cocina o los metros y el diámetro del conducto que conecta la campana con el exterior".

Soluciones de extracción invisibles: de techo y sobre encimera

Entre las soluciones de extracción más demandadas actualmente destacan las llamadas "invisibles"; modelos de techo o integrados sobre encimera que pasan totalmente desapercibidos. En opinión del Product Manager de DAKE, los usuarios apuestan por este tipo de opciones porque "quieren zonas abiertas en las que ningún elemento estorbe ni robe protagonismo a la belleza de la estancia". Enumeramos a continuación varios pros y contras de los sistemas de extracción de techo. Según Néstor de Sedas, "las ventajas más notables son que permiten adaptar la motorización a cada estancia y que están ocultos en el techo. Un inconveniente sería la limpieza, pues hay que subir hasta la campana para limpiar el filtro de grasas". Los sistemas de extracción sobre encimera, por su parte, "también ofrecen la posibilidad de ocultación y, además, tratan los humos de forma más directa, con gran eficacia y rendimiento. Sin embargo, algunos estilos de cocción son incompatibles con este sistema de aspiración", sentencia de Sedas. El catálogo de DAKE incluye varios modelos de extracción de techo y sobre encimera. Néstor de Sedas los enumera: Viento (1), Campo II (2), Claro (3), Atmos, Screen, Stratus Edge, Fonda (4) y Stone.

FRECAN - WWW.FRECAN.ES

Frecan, especialista en campanas extractoras, ofrece una gran variedad de soluciones de aspiración para cocinas abiertas. La compañía dispone de varios modelos que se ajustan tanto a la superficie de la estancia como a las exigencias del usuario.

En este sentido, Frecan propone desde campanas con el motor interior más potente, hasta soluciones con motores exteriores de más de 2.000 m^3, pasando por múltiples modelos de recirculación con el filtro de plasma Frecan; un purificador de aire que elimina el 98% de las partículas y tiene una duración aproximada de 15 años.

De techo, de encimera e integradas en mueble alto

En el catálogo de la compañía existen tres tipos de campanas invisibles: de techo, de encimera e integradas en mueble alto. Robert Sánchez, Área Manager de Frecan, habla sobre las características, prestaciones y limitaciones de algunas de ellas:

"En proyectos de isla, península e incluso en pared diáfana, la campana de techo funciona con precisión bajo el argumento de que el humo caliente sube hacia arriba. Este tipo de soluciones cumplen con las exigencias más elevadas siempre que la pantalla de contención sea mayor que la zona de cocción y el tubo de evacuación sea el correcto". Sin embargo, añade Sánchez, "existen proyectos con techos inclinados, de alturas superiores a 280 centímetros o tubos de evacuación incorrectos que no son aptos para las campanas de techo".

Como alternativa existen las campanas integradas en la encimera, un modelo "en auge" según Robert Sánchez. Entre sus principales atributos destacan los siguientes: "permiten desarrollar instalaciones sin obstáculos visuales, son muy fáciles de integrar en el mueble, están orientadas mayormente a la recirculación y facilitan la libertad de planificación campana-placa". Por el contrario, "hay que tener en cuenta que no es un modelo pensado para cocciones exigentes con cazuelas más altas de 22 centímetros", sentencia Sánchez.

Las campanas invisibles de Frecan

El catálogo de Frecan incluye varios modelos de campanas invisibles que materializan las soluciones descritas previamente. Robert Sánchez destaca las siguientes: SCL (1) pasa totalmente desapercibido en el falso techo, ya que no tiene luz y está disponible en blanco y negro. Sense (2), también de techo, cuenta con iluminación perimetral que le confiere una estética muy elegante. Flow 5.4 (3) y 5.3 (de 4 y 3 fuegos, respectivamente) son dos modelos de campana placa para encimera que gozan de una gran aspiración central a través de FLAT. Finalmente, Hit (4) se integra en los muebles altos sin base, cuenta con visera touch control y está disponible en 80, 90, 100 y 120 centímetros de ancho.

1

2

3

4

1

2

3

1. FALMEC / www.falmec.com Falmec aprovechó su paso por Eurocucina / FTK para presentar Light, su nueva campana extractora ultra compacta de isla de la colección Design. Light destaca por la simplicidad y las líneas geométricas de su diseño contemporáneo, definidas por dos perfiles de aluminio satinado anodizado negro (que integran unas tiras LED) y unos paneles de cristal ahumado que envuelven su cuerpo de aspiración ultraplano. Además, la campana cuenta con las tecnologías Multi-Air, que divide la potencia de aspiración entre múltiples motores pequeños ultras compactos; y Carbon.Zeo, que combina las propiedades del carbón vegetal y la zeolita para conseguir un sistema de filtrado muy eficiente. Light, ganadora del Archiproducts Design Award 2021 y el German Design Award 2022, está disponible en 120 ó 180 centímetros.

2. FRANKE / www.franke.com Franke Home Solutions presta una atención constante a las principales tendencias del mercado y realiza importantes inversiones en I+D con el objetivo de mejorar en términos de rendimiento de aspiración y purificación del aire, de eficiencia energética y de silencio para lograr el máximo confort auditivo. En este sentido, Franke propone la nueva Mythos 2gether, una combinación de placa y campana que destaca por su elegancia y funcionalidad. Esta campana se integra perfectamente en la parte central de la placa de cocción, ya que está diseñada a juego. De este modo, las ollas y sartenes pueden moverse libremente por la superficie de la placa y la campana sin tener que levantarse. Además, gracias a su pequeño motor, Mythos 2gether permite un gran espacio de almacenamiento en el armario inferior.

3. ELICA / www.elica.com En el marco de la reciente edición de Eurocucina / FTK, Elica presentó una amplia oferta de soluciones de extracción invisibles entre las cuales destacó NikolaTesla. Se trata de una serie de campanas integradas en la encimera que incluye el innovador modelo NikolaTesla Fit 3Z, la primera placa de inducción de tres zonas que cuenta con un sistema de extracción integrado y una zona de cocción extragrande. NikolaTesla Fit 3Z se puede instalar en bases de muebles de 60 cm, con una superficie de 60 o 72 cm de ancho, sin reducir las prestaciones de la campana y la placa o limitar el espacio dentro del mueble, garantizando así la máxima flexibilidad de instalación. Su superficie de la placa de cocción es lisa y la extracción se puede encender con un simple toque en la trampilla de cristal central. Además, la función de captura automática establece la potencia de extracción de forma predeterminada en función de lo que se está cocinando, mientras el innovador sistema de filtración puede alcanzar umbrales de hasta el 80% de eficacia con una vida útil de unos cinco años.

PRODUCTO

4

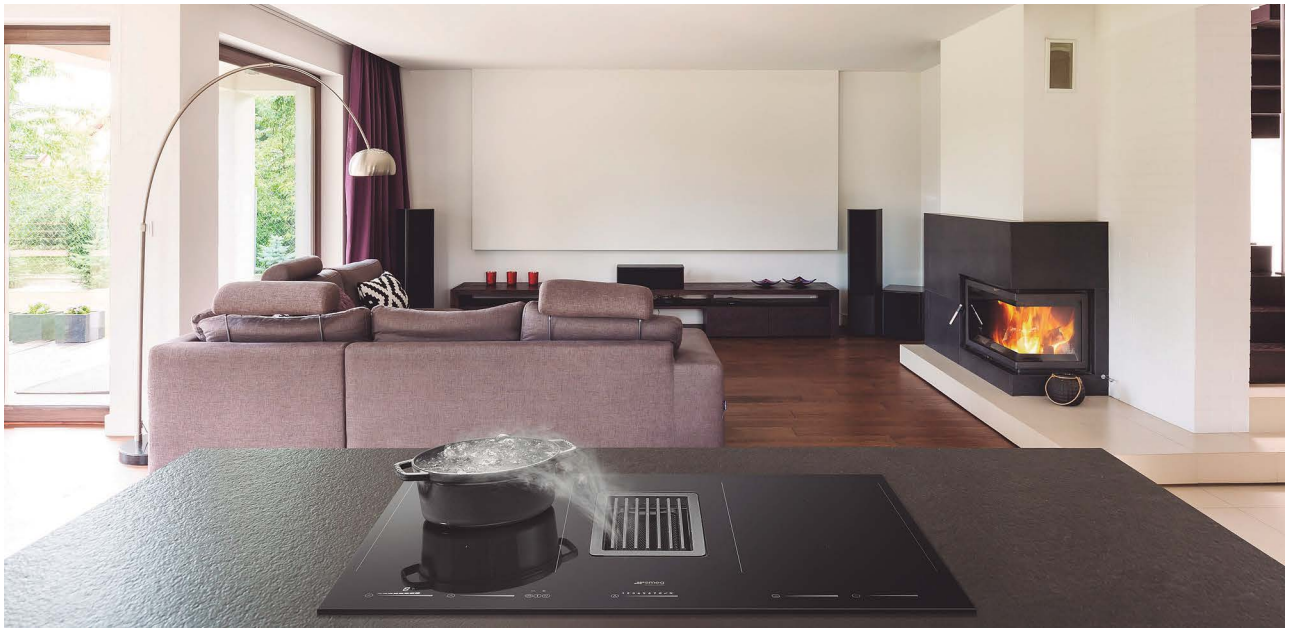
6

5

4. FIM / fimhoods.com Una de las propuestas de FIM para la última edición de Eurocucina / FTK ha sido Sagitta, un sistema de aspiración perimetral que conduce los humos por los laterales del panel, ofreciendo así un diseño de lo más estético, reduciendo el nivel de ruido y aumentando la capacidad de aspiración. Asimismo, cabe destacar la iluminación LED, capaz de reducir el consumo y la temperatura ambiental, además de garantizar una luz uniforme en varias tonalidades RGB. Sagitta cuenta también con control remoto y temporizador, está disponible en una gran diversidad de colores bajo pedido, notifica al usuario cuándo los filtros de carbón o grasa requieren mantenimiento y ofrece una funcionalidad intensiva para poner el motor a máxima velocidad durante un breve periodo de tiempo.

5. BORA / www.bora.com Bora Basic, presentado en el marco de Eurocucina / FTK, es un sistema compacto que integra una placa de cocción y un extractor de superficie. Basic es una solución de extracción invisible que permite cocinar sin olores prescindiendo de las molestas campanas y generando un nivel de ruido prácticamente nulo. Esta solución de Bora está disponible en tres variantes: placa de cocción vitrocerámica Hyper, placa de cocción de inducción y placa de cocción de inducción total; pudiéndose configurar cada una de ellas como modelo de recirculación o de extracción. El extractor de superficie aspira los vapores y los olores desde el centro de la placa, alcanzando una tasa de aspiración del 100% gracias a dos ventiladores situados en el interior de la placa de cocción que trabajan paralelamente y en silencio.

6. BARAZZA / www.barazzasrl.it Eurocucina / FTK ha sido el escenario en el que Barazza ha dado a conocer Zero Plus, una placa de inducción de última generación con un sistema de extracción de alto rendimiento integrado en el centro. La campana, integrada a ras de la placa, garantiza un tratamiento del aire que lo hace prácticamente libre de olores y vapores al aspirarlos directamente durante la fase de cocción. Zero Plus es fácil de usar, silencioso y está equipado con un filtro extraíble y apto para lavavajillas. La pieza central está disponible en vitrocerámica negra, acero inoxidable satinado o vintage para permitir una combinación perfecta con el resto de elementos de la cocina. Las cuatro zonas de cocción, por su parte, cuentan con Booster y se pueden combinar de dos en dos, gracias a la función Bridge.



7

8

9

7. **SMEG / www.smeg.es** Smeg ofrece una amplia gama de campanas de alta eficiencia en aspiración y baja rumorosidad que presentan un diseño que les permite pasar desapercibidas y eliminar barreras visuales en el conjunto de las cocinas abiertas. Smeg destaca sus modelos de techo, que cuentan con potentes motores para salvar la distancia entre la campana y la zona de cocción. Igualmente interesantes son las campanas integradas en la encimera, que permiten escoger entre recirculación mediante filtros de carbono o instalación por conductos hasta la salida al exterior. Entre estas últimas destaca el modelo HOBD682R1, de la exclusiva familia Dolce Stil Novo, una encimera de inducción de 80 centímetros con campana integrada en fundición, 4 zonas flexibles con booster, detección automática y auto ventilación.

8. **SILVERLINE /www.silverline-home.com** La marca turca de electrodomésticos de encastre Silverline comienza su andadura en el mercado español con una clara orientación al canal de los estudios de cocina. Esta nueva etapa se apoya con el lanzamiento de un nuevo catálogo de producto que se ha podido descubrir en Eurocucina / FTK. Entre las últimas soluciones de Silverline en materia de aspiración queremos destacar la gama Lightline, una campana decorativa suspendida que presenta una estructura de aluminio y cristal rodeada de luces. Lightline está vinculada a una App móvil que permite controlar la potencia de aspiración, la altura de la propia campana y el color y la intensidad de la luz. Finalmente, cabe destacar la funcionalidad Hob2Hood, orientada a conectar la zona de cocción con la campana extractora para garantizar una experiencia óptima en la cocina.

9. **BOSCH /www.bosch-home.es** Bosch lanza la campana decorativa integrada, una campana extractora totalmente integrada en el mueble. La solución está disponible en versiones de 60 cm y 90 cm de ancho y presenta una capacidad de extracción de 750 m^3 por hora. Además, cuenta con una instalación sencilla e incorpora unos perfiles metálicos que la protegen de los vapores que se generan en la cocción, tanto en los laterales como en la parte posterior. Asimismo, la visera de cristal protege la puerta e incorpora todo el control electrónico del aparato.

FERIAS

FIMMA MADERALIA 2022 cierra sus puertas con cifras exitosas

LA BIENAL INTERNACIONAL DE MATERIALES, TECNOLOGÍA Y COMPONENTES PARA EL MUEBLE, INTERIORISMO Y PROYECTOS CONTRACT RECIBIÓ MÁS DE 35.000 VISITANTES PROFESIONALES, LO QUE SUPONE UN INCREMENTO DEL 10% CON RESPECTO A LA ANTERIOR EDICIÓN, CELEBRADA EN 2018, ANTES DE LA PANDEMIA.

FIMMA Maderalia 2022 concluyó el pasado 1 de abril tras una edición muy animada, dinámica y muy enfocada a los negocios que, claramente, puede considerarse un éxito. Además, tras los aplazamientos de las ferias alemanas del primer trimestre del año, este evento de la Feria de Valencia supuso la primera gran convocatoria de este sector en Europa.

En este sentido, los cuatro pabellones que conformaban la muestra no dejaron de recibir visitantes profesionales, tanto del territorio español como de otros 60 países. Destaca el número de asistentes procedentes de Portugal, Italia, Francia, Bélgica o Alemania, de la Unión Europea; Marruecos y Argelia, de los países del Magreb; y Colombia, Argentina o República Dominicana, de Latinoamérica. De hecho, las cifras finales de la organización apuntan que el número de visitantes extranjeros creció un 16%.

EXPOSITORES SATISFECHOS

Además del dinamismo observado en los pasillos de la feria y su entorno, el éxito de FIMMA Maderalia 2022 quedó patente por el testimonio de los propios expositores. Los mismos no dudaron en calificar de éxito su participación, incluso tras las dudas que muchos de ellos expresaron meses antes del certamen, cuando el contexto y las incertidumbres amenazaban la celebración de este año.

Por tanto, la tónica general de la feria y la sensación generalizada entre los más de 400 expositores del salón fue satisfactoria. En este sentido, puede afirmarse que la Bienal Internacional de Tecnología, Materiales y Componentes para Mueble, Interiorismo y Proyectos Contract cumplió con creces las expectativas. Especialmente, después de no celebrar su última edición y a pesar de las ausencias.

La tónica general de la feria y la sensación generalizada entre los más de 400 expositores del salón fue de satisfacción

Entre los testimonios de los expositores, destaca el de Eduardo Urquijo, de Grass, quien señaló que "la afluencia ha sido masiva, desde el carpintero al gran industrial. ¡Los mayores fabricantes de muebles nos han visitado!. Estamos felices de haber presentado en Maderalia nuestras grandes novedades".

En la misma línea, Alejandro Chivite, de Tecnomak, representante de Blum, expresó: "Los clientes que tenían que venir, han venido. La feria ha mejorado mucho con los nuevos pabellones y ya deseábamos presentar nuestras novedades a los clientes".

Asimismo, las declaraciones de Eduardo de Palacio, de Krion Grupo Porcelanosa, reforzaron los testimonios anteriores, ya que reconoció que "somos optimistas y estamos ilusionados con los resultados de la feria. Ha sido una gran edición de Maderalia y nos hemos dado cuenta que estamos en el sector donde teníamos que estar. Es el canal y la feria adecuada para ello".

Lo mismo sucede con Sofía Lopes, de Sonae Arauco, que se mostró satisfecha por una feria en la que "hemos acertado en nuestra estrategia de mantener nuestra relación con el cliente a través de una sala de conferencias puesta a disposición de nuestros distribuidores para dar a conocer en profundidad nuestras novedades. Hemos cubierto nuestros objetivos comerciales".

MÁS ALLÁ DE LOS STANDS

Dentro de los 35.000 visitantes profesionales que acogió FIMMA Maderalia 2022 se encuentran perfiles de todo tipo. Desde profesionales de la carpintería, hasta fabricantes de muebles. Y, especialmente, interioristas, decoradores, arquitectos y profesionales de la reforma. Con el fin de satisfacer y completar la experiencia de dichos visitantes durante su paso por el evento, el acontecimiento no solamente contó con los tradicionales stands expositores de las ferias. En este sentido, muchos de los asistentes tuvieron la oportunidad de participar en el amplio programa de conferencias y jornadas técnicas que ofreció la organización. Asimismo, cabe señalar que el denominador común de FIMMA Maderalia 2022, tanto para expositores, visitantes como para la organización y su oferta de actividades, fue la reivindicación de la madera como material de moda, 100% sostenible; así como un elemento esencial para el futuro en el ámbito del interiorismo, la decoración y la construcción.

www.fimma-maderalia.feriavalencia.com

FERIAS

El sol volvió a brillar en el SALONE DEL MOBILE.MILANO 2022

ENTRE EL 7 Y EL 12 DE JUNIO PASADO, MILÁN VOLVIÓ A SER LA CAPITAL MUNDIAL DEL DISEÑO DEL MUEBLE Y LA DECORACIÓN EN LA PRIMERA EDICIÓN POST PANDEMIA, PROPIAMENTE DICHA, QUE RECUPERÓ EL ESPLENDOR DE LAS EDICIONES DE ANTAÑO.

La 60ª edición del Salone del Mobile.Milano, que ha incluido los subsalones EuroCucina y FTK (Technology for the Kitchen) ha sido todo in éxito gracias a la calidad, el compromiso, la cohesión y el gran deseo del sector de reunirse y reactivarse tras el Covid-19.

BUENAS CIFRAS Y SATISFACCIÓN GENERALIZADA

El gran evento de Milán ha recuperado su formato tradicional en una 60ª edición muy positiva. Los expositores sumaron 2.175 marcas (82 en EuroCucina y 39 en FTK), de las cuales el 27% eran de fuera de Italia, y 600 eran jóvenes diseñadores. En términos de visitantes, se registraron 262.608 asistentes procedentes de 173 países en los seis días de feria. El 61% de los profesionales que visitaron la feria eran extranjeros, lo que demuestra el nivel de internacionalización del certamen. En este punto hay que mencionar, sin embargo, la ausencia prácticamente total de los visitantes chinos y rusos; una situación muy distinta a la de 2019, edición en la que se contabilizaron más de 42.000 visitantes de dichas nacionalidades.

En estas páginas, imágenes de Eurocucina.

Con esta edición, el Salone del Mobile.Milano ha vuelto a demostrar, tras un parón de tres años por la pandemia, que el mueble de calidad encuentra en la cita milanesa su escaparate mundial más importante. Maria Porro, presidenta del Salone del Mobile.Milano hizo balance al finalizar la feria: «Cerramos esta 60ª edición con gran satisfacción y profunda emoción por haber alcanzado y superado los objetivos que nos habíamos propuesto. La colaboración del ICE fue muy importante en términos de apertura de nuevos mercados, con una oferta digital que ha permitido entrar en contacto con países que sabían poco del Salone del Mobile.Milano y rara vez enviaban visitantes».

El presidente de FederlegnoArredo, Claudio Feltrin, hace también una valoración positiva del evento. «Hemos visto de primera mano el gran entusiasmo de los clientes y las partes interesadas. El público cualificado fue el verdadero protagonista. Así nos lo hicieron saber las propias empresas expositoras, muy satisfechas con el Salone, que ha estado muy por encima de sus expectativas. Se han cerrado muchos pedidos, abierto nuevos mercados y consolidado los ya habituales". Feltrin habla en nombre de una cadena productiva que reúne a 70.000 empresas, con 294.000 empleados, y genera una facturación de casi 50.000 millones de euros.

SOSTENIBILIDAD COMO TEMA CENTRAL

Este año, el componente sostenible ha tenido una gran presencia; tanto a nivel de organización y gestión del evento, como en la investigación, propuesta de valor y soluciones concretas exhibidas. En este sentido, la sostenibilidad ha convertido al Salone en un escenario internacional de ideas de negocio y soluciones tecnológicas capaces de proteger el medio ambiente, mejorar la vivienda y garantizar el uso más eficiente de los recursos.

Todo ello, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Design with Nature disfrutó de un gran éxito de público. Los visitantes valoraron su relato claro y directo de cómo, en un futuro próximo, deberemos ser capaces de combinar conocimientos, habilidades y tecnologías en una nueva generación de materiales y diseño.

«El hogar inteligente, la renovación de los materiales, el vínculo entre la tradición y la innovación con el objetivo de alcanzar la sostenibilidad... son una demostración práctica de cuánto han invertido las empresas en estos años a pesar de las dificultades», explica Claudio Feltrin. A lo que añade: «la tendencia del mercado sigue siendo extremadamente dinámica y saludable a pesar de las incógnitas por el escenario internacional. Esta realidad, sin embargo, nos obligará a ser cautelosos de cara al próximo otoño». Entre los desafíos actuales destacan, según Feltrin «los costes energéticos, la dificultad para el abastecimiento de materias primas y la erosión del poder adquisitivo».

TAMBIÉN DIFUSIÓN ONLINE

Por otro lado, en la semana de celebración del certamen, la web del Salone registró 4,8 millones de páginas vistas, con una media de 100.000 usuarios diarios (69,2% de Italia, 30,8% del extranjero) y un aumento del 42% en los nuevos usuarios registrados en la plataforma.

La aplicación Salone del Mobile.Milano, que ha duplicado el número de descargas en comparación con el lanzamiento de septiembre, tuvo un promedio de 40.000 escaneos realizados con el servicio matchmaking; utilizado para conectar directamente a empresas y profesionales.

Finalmente, el ciclo de podcasts *Design Voices – Salone del Mobile*, transmitido en vivo diariamente durante el evento, ocupó el tercer lugar en la categoría Arte en Amazon Music; mientras que una segunda temporada de análisis en profundidad está programada para las próximas semanas. Hubo también una excelente asistencia en el Palazzo Reale, donde el Salone organizó *La Scatola Magica*; una experiencia narrativa y multisensorial que representa la calidad, la innovación, la creatividad y la belleza del evento milanés.

Asimismo, el papel internacional del Salone del Mobile.Milano y la ciudad, con su vocación de inclusión y hospitalidad, fue puesto de manifiesto en el *Hospitality Project,* resultado de la colaboración con la Municipalidad de Milán, Fondazione Fiera y las principales

escuelas de diseño de la ciudad; Nuova Accademia, IED Istituto Europeo di Design y Scuola del Design/Politecnico di Milano.

EUROCUCINA Y FTK

Slow life, tecnología y sostenibilidad son las palabras clave para definir los recientes cambios sociales. A ellas debe unirse el concepto de cocina como espacio polivalente y núcleo del hogar; una realidad que ha surgido a raíz del confinamiento.

Los expositores de Eurocucina han recogido la nueva tendencia y las demandas que se derivan de ella; planteando espacios más agradables, con un alto contenido tecnológico para facilitar los quehaceres domésticos, pero con una habitabilidad abierta y amplia. Los acabados son elegantes, a menudo en sofisticados tonos oscuros. La sostenibilidad se ha convertido en un criterio inexorable y transversal para cualquier marca. Este concepto se canaliza a través de una minuciosa investigación en cada etapa de la cadena productiva.

Junto a Eurocucina en el Salone del Mobile, y siguiendo también este mismo camino conceptual, FTK – Technology For the Kitchen, también materializó la responsabilidad medioambiental, a través de espacios cada vez más inteligentes, versátiles, multifuncionales y electrodomésticos integrados sostenibles. En el reportaje de las páginas 36 a 51 de esta revista se puede ver una muestra de productos, muchos de los cuales se llevaron a la feria.

www.salonemilano.it

CASA DECOR 2022 acoge más de 38.000 visitantes en sus 57 espacios de exposición

EL RECONOCIDO EVENTO DE INTERIORISMO Y DISEÑO CERRÓ SUS PUERTAS EL PASADO 22 DE MAYO, TRAS 46 DÍAS DE EXPOSICIÓN. EL ACONTECIMIENTO REUNIÓ A 57 ESTUDIOS DE INTERIORISMO, ARQUITECTURA, DISEÑO Y PAISAJISMO, JUNTO A 160 EMPRESAS, UNA DECENA DE ARTISTAS Y OTROS TANTOS ARTESANOS QUE CONTRIBUYERON A ACONDICIONAR LOS DIFERENTES ESPACIOS DEL EDIFICIO DE LA CALLE GOYA 89 DE MADRID.

Durante la edición de su 30 aniversario, Casa Decor acogió miles de visitantes y empresas, tanto de origen nacional como de países extranjeros. Así, se dio a conocer una visión mucho más generalizada de las últimas tendencias en materiales, tecnología, electrodomésticos, mobiliario, textiles y productos de vanguardia del sector del hábitat.

Más allá de ofrecer una experiencia museística y de calidad a sus visitantes, el evento también sirvió como plataforma para que las empresas participantes pudieran llevar a cabo lanzamientos y presentaciones de producto, así como conferencias, ruedas de prensa, talleres y encuentros profesionales. En este sentido, el Auditorio de Technogym, realizado por Miriam Alía, y el restaurante de GM Modular, por Nothing Studio, fueron las zonas sociales destinadas a acoger los 114 eventos que se organizaron durante la celebración de Casa Decor 2022.

TENDENCIAS DE COCINAS MOSTRADAS POR EMPRESAS DE AMC

Uno de los principales objetivos de Casa Decor se centra en detectar y dar a conocer las tendencias e innovaciones que lideran el mundo del diseño, el interiorismo, la arquitectura y el arte cada año. A lo largo de la edición de 2022, empresas de AMC como Alvic, BC3, Delta Cocinas, Cosentino, Electrolux (AEG), Dake (Blanco), Delamora, Franke, Formica, Levantina o Miele ayudaron a reflejar dichas tendencias dentro del ámbito de las cocinas. En este sentido, temas como la sostenibilidad, la tecnología o la sofisticación se hicieron patentes durante la celebración del evento. En concreto, la economía circular y el respeto hacia el medio ambiente protagonizaron los proyectos presentados, que demostraron su apuesta por la creación de espacios innovadores, sostenibles, eficientes y funcionales.

> La sostenibilidad, la tecnología y los diseños sofisticados fueron algunas de las tendencias en cocina más destacadas de Casa Decor 2022

Así, marcas como Delta adoptaron la naturaleza como cimiento de su propuesta, ya que su última colección Delta ECO se caracteriza por el uso de materiales sostenibles, reciclados, reutilizados, libres de tóxicos y con acabados barnizados en base de agua. Además, está fabricada con energía solar. En la misma línea, Delta es la primera empresa española fabricante de mobiliario de cocina en conseguir el Certificado de Cocina Sostenible. Por ello, el proyecto presentado en Casa Decor 2022 buscaba evocar los cuatro elementos fundamentales de la naturaleza a la vez que aportaba luminosidad, perspectiva, serenidad e intimidad al espacio.

Alvic, por su parte, aprovechó las prestaciones de sus tableros decorativos para crear un uso constructivo totalmente reutilizable. Su espacio modular admitía diferentes escalas y formas, con un diseño sostenible y ecológico, articulado de forma inteligente en torno a las necesidades actuales.

Espacio de cocina de Alvic.

A su vez, BC3, que consume su propia energía limpia, exhibió una cocina de madera natural como principal elemento y con otros materiales libres de formaldehído. Además, dichos materiales están certificados PEFC, lo que significa que pueden disfrutar de una segunda vida y permiten el aprovechamiento de todos los residuos de madera generados.

Otra de las tendencias más destacadas de Casa Decor 2022 fue el papel aliado de la tecnología en las cocinas. En parte, esto se debe a los electrodomésticos que las equipan, inteligentes y funcionales.

Por ejemplo, Miele estuvo presente con un amplio abanico de soluciones centradas en la economía circular y la eficiencia energética. Muestra de ello son el horno sin tirador H 7860 BPX, que presenta una cámara en su interior que permite el seguimiento del proceso de cocción desde el móvil; el envasador al vacío EVS 7010 Negro Obsidian, que garantiza la conservación y el cocinado de los alimentos; o el frigorífico combi KF 2802 Vi, que asegura la frescura de los alimentos el triple de tiempo gracias a su función MasterFresh.

En el caso de AEG, presentó la colección de electrodomésticos de cocina Matt Black, que siguen las corrientes estéticas de moda, y que aportan una elegancia discreta a todo el espacio. Partiendo del uso de materiales puros, el concepto de "Tactile Engagement" utiliza la textura para amplificar la sensación de control del usuario.

Los electrodomésticos Miele equiparon el espacio de Delta Cocinas.

A su vez, la estética original y sofisticada de muchos de los espacios de cocina que se presentaron en Casa Decor 2022 también sirvieron para marcar una fuerte tendencia en diseño.

En este caso, Cosentino apostó por un despliegue de soluciones y usos con sus materiales: encimeras, suelos, techos, molduras o mobiliario en numerosas tonalidades y acabados. Asimismo, su superficie Dekton protagonizó algunos de los espacios más destacados del evento, como el suelo del apartamento "Alvic modular home", en Dekton Neural.

Además, los espacios amplios, los colores frescos en las paredes, los detalles neoclásicos, la luminosidad o los elementos de diseño cuidados, también fueron elementos comunes en los diferentes espacios. De esta manera, Delamora, ofreció propuestas muy diversas a través de diferentes proyectos. Destacó el Espacio Neolith, que incluyó mobiliario del fabricante de cocinas en color azul. En este sentido, desde Delamora cocinas se han mostrado muy orgullosos de poder participar en Casa Decor un año más, y, especialmente en el 30 aniversario de la muestra. Asimismo, han mostrado sus satisfacción por que el espacio diseñado por Jean Porsche, en el que participaban, consiguiera el segundo premio al espacio más votado por el público. Como explican, "este año, en el 30º aniversario de Casa Decor, estando en varios espacios, hemos representado con orgullo la máxima de la AMC, "la buena cocina hecha en casa", con producto de calidad y selección de materiales".

Por otro lado, en el espacio Asko destacó la presencia de Levantina. En concreto, la isla central incluía la encimera Syrah de granito, de la colección Naturamia. Por su parte, en el Espacio Thermomix by Vorwek, el producto Techlam blanco estaba presente en suelo y revestimientos.

Finalmente, los laminados de Formica, que no dejan de renovarse con una gran variedad de acabados innovadores que crean superficies bonitas y duraderas, formaron parte del Espacio Mandalay. En el mismo, el fabricante aportó una nota de color: rojo con pinceladas de grises, dorados y negros que, además de aportar dinamismo, ayudaban a delimitar los ambientes.

"GODAI" DE SIXTY PRO

"Godai" es el nombre que recibe el espacio que Sifty pro presentó en Casa Decor 2022. Se trata de un proyecto inspirado en la filosofía japonesa del mismo nombre, en la que los cinco elementos de la naturaleza (tierra, agua, fuego, aire y vacío) deben reunirse en la cocina.

El espacio estaba presidido por una gran isla central con encimera de piedra natural, que acogía las zonas de trabajo, con placa y campana de Electrodomésticos Siemens; y de agua, con el fregadero y mezclador monomado de Axor; así como un huerto doméstico. Además, la isla también actuaba como barra de desayunos, ya que en uno de los lados se dejó volada unos centímetros y se completó con un par de taburetes. A su vez, la pared del fondo estaba ocupada por módulos columna y vitrinas. El espacio se componía de materiales naturales como el cobre, la piedra y la madera quemada o Yakisugi, una técnica nipona de preservación que carboniza la madera. Mientras, la iluminación se resolvió con soluciones de Megaman.

NEOLITH, JEAN PORSCHE Y DELAMORA

Por otro lado, el espacio de Neolith, "Cocinando en Los Hamptons", diseñado por el interiorista Jean Porsche incluía un llamativo mueble azul de la firma Delamora. En el centro de la cocina se situaba una isla con encimera de Neolith Calacatta Luxe y mobiliario de color azul, de Delamora. En este ambiente, el suelo se decoró con un imponente mosaico realizado con los modelos Neolith Amazonico, Mont Blanc y Mar del Plata, mientras que para el resto de la cocina se eligió la piedra sinterizada Winter Dala de efecto madera. Debajo del fregadero, se ubicó un selector de basuras de Blanco Germany.

Como remate visual del espacio, contaba con una cocina italiana tipo industrial en tono amarillo y fuegos retro de Awesink con revestimiento Calacatta Luxe. Papel pintado y molduras neoclásicas de Orac Decor completaban la cocina Neolith by Jean Porsche.

La cocina de Neolith presentaba un llamativo mobiliario azul de Delamora.

Asimismo, el espacio se acompañaba de otros ambientes, como una zona de comedor con una mesa realizada con el modelo Mar del Plata, y un huerto urbano y un taller de flores, ubicado junto a la entrada de luz natural. Además, Jean Porsche eligió piezas de Vista Alegre para decorar la mesa de comedor. Entre ellas, vajillas de las colecciones Treasures by Brunno Jahara; Coralina by Óscar de la Renta y Paço Realo Blue Canton; la cristalería Bicosenmenta; piezas de Water on Mars; el jarrón Tibor Castanheira; y la cubertería Plaza.

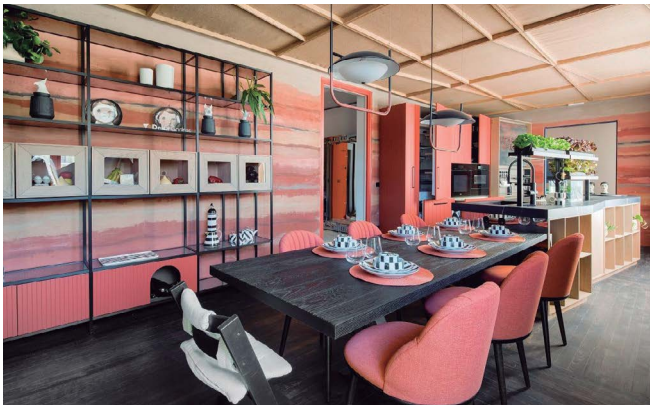
COCINA ASKO DE LA MANO DE BAO PROYECTOS

Bao Proyectos presentó "Oplontis", un espacio elegante, minimalista y cálido para la firma de electrodomésticos Asko. Este proyecto surge de la combinación de materiales que han estado siempre presentes en las cocinas tradicionales, como el cobre, la piedra natural o la arcilla de Ecoclay que reviste las paredes. Asimismo, el objetivo de dicha creación se centraba en agrupar los electrodomésticos de la compañía en un mismo frente. Es decir, los hornos y la máquina de café en columna; y el frigorífico integrado y una zona de lavado y secado oculta dentro de un armario de Tegar Mobel.

El espacio se organizó en torno a una isla central, con encimera de piedra de Naturamia, hecha a base de granito Syrah, que combinaba los colores típicos del acero corten con la belleza de un paisaje rocoso y natural.

ESPACIO DELTA COCINAS

El proyecto de Delta Cocinas "Equilibrio Natural" era una creación de José Manuel Gómez Ruiz-Clavijo que pretendía evocar los sentimientos de la naturaleza, representando los diferentes elementos a través de los productos de la firma. Así, la tierra se percibía con una cobertura de mortero de arcilla natural de Ecoclay en las paredes del espacio; el agua, en la isla central con encimera de Laminam, que in-



Espacio Delta Cocinas, creado por José Manuel Gómez Ruiz-Clavijo.

tegraba un sistema de acuaponía e hidroponía digitalizados, además del fregadero y la grifería, de Blanco; el fuego, mediante el mobiliario en roble macizo rojo galés de diseño exclusivo de Delta con una puerta decorativa corredera en roble ahumado; y el aire a través de los techos panelados con yute natural proveniente de reciclado de sacos en desuso, que proporcionan mejor transpiración en toda la estancia.

Junto a la isla, se situaba una gran mesa para las comidas familiares, acompañada de seis sillas en los tonos de la decoración y la silla Tripp Trapp de Stokke. El espacio se completó con obras pictóricas de Débora Sánchez Viqueira. Asimismo, al suelo original se le aplicó un barniz para pavimentos de madera, de Bona. Todo ello, acompañado por los electrodomésticos de la serie Generación 7000 de Miele.

COCINA DE DICA

Por su parte, el equipo de Dica creó "El poder transformador de la Colección Dica". Una cocina moderna y sofisticada con materiales en tonos y acabados neutros que fusionaba el espacio de cocinado con la zona destinada a la socialización. Además, la cocina incluía el sistema Pared Equipada de Dica: perfiles estructurales que permiten un sinfín de posibilidades estéticas y la máxima calidad funcional para cada ambiente.

Respecto a los electrodomésticos, el equipo Dica optó por la colección Matt Black de AEG. Entre ellos, destacan la cafetera integrada automática Serie 9000; el horno Steampro Serie 9000 que, gracias a la función Steamify, ajusta el toque de vapor perfecto para cocinar en casa como un auténtico chef; y la placa de inducción Total Flex, que permite utilizar todo tipo de ollas y sartenes en su superficie. El espacio también incorporaba el purificador de aire AEG AX9, con un diseño discreto y elegante equipado con la tecnología inteligente PureSense.

Dica equipó su cocina con los electrodomésticos Matt Black de AEG.

El espacio culinario de BC3 Cocinas fue diseñado por Ele Room 62.

ESPACIO BC3 COCINAS POR ELE ROOM 62

Ele Room 62 se encargó de crear el espacio culinario "El corazón de la casa" para BC3 Cocinas. Dicha estancia se dividía en dos ambientes y se organizó en torno a una isla central con encimera de porcelánico Sapienstone, con fregadero y grifería de Franke. En uno de los frentes se instaló la placa de inducción, de la gama studioLine de Electrodomésticos Siemens y, apoyada en la encimera, una máquina gasificadora de agua, de SodaStream. En el otro frente, se instalaron el frigorífico integrable y el horno, con función microondas y el calientaplatos; todo de la gama studioLine de Electrodomésticos Siemens.

El segundo ambiente consistía en una zona de estar y almacenaje, con lavadero oculto y mueble para la limpieza, una despensa y un desayunador con cafetera integrada, también ocultos, de Siemens. En el centro, se colocó una mesa acompañada de un sofá y dos butacas, de Koo International. Los revestimientos murales de Arte International ayudaron a realzar la madera de roble natural de los muebles y el equipo de Madrid Flower School fue el encargado de los arreglos florales que dieron vida y color al ambiente. En el proyecto también colaboraron Hager, con los mecanismos; Vista Alegre, con las vajillas y los complementos; y Torinco, con las ventanas.

VIRGINIA GASCH DISEÑA EL APARTAMENTO DE CULMIA

"Vitamina Home", el apartamento diseñado por Virginia Gasch para Culmia destacó por su coqueta y moderna cocina de líneas orgánicas, realizada por Cocinas Rio. La isla que delimita la cocina, propiamente dicha, del resto del espacio destacaba por incorporar Lapitec Chef, de Lapitec, una zona de cocción que funciona por inducción y queda completamente oculta debajo de la encimera de piedra sinterizada. La zona del fregadero, ubicada en la pared que queda detrás de la isla, integraba una grifería personalizada para el espacio, de Griferías Galindo.

www.casadecor.es

FERIAS

TRANSFORMAD, EN LA FERIA CARREFOUR INTERNATIONAL DU BOIS La compañía especialista en superficies Hi-Tech estuvo presente en la nueva edición del salón francés Carrefour International du Bois, celebrado en Nantes, del 1 al 3 de junio. Dicha muestra reunió a 563 expositores y 11.500 visitantes de 85 países. Asimismo, más allá de la exposición comercial de producto, la feria incluyó conferencias y reuniones de negocio, lo que la convirtió en un encuentro empresarial de cita obligatoria. En concreto, Transformad presentó su colección Tmatt, una superficie lacada supermate, antihuella y autorregenerativa, concebida como un tablero de altísima calidad que no usa disolventes en su proceso de producción.

GROHE APOSTÓ POR LA INNOVACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD EN LA FIRA CALYGAS 2022 La firma alemana de equipamiento sanitario y grifería de calidad asistió a la Fira Calygas 2022, celebrada el 18-19 de mayo en el Castillo de Peralada, Gerona. La compañía presentó varias de sus referencias más innovadoras. Entre ellas destacaron algunas griferías de baño como la icónica línea Eurosmart angled o la grifería electrónica Bau Cosmo E, y los sistemas de de agua Grohe Blue Pure y Grohe Blue Home para cocina.

COSENTINO TRIUNFA EN BUILDEX VANCOUVER SHOW E IDS TORONTO Las innovaciones de la compañía española conquistaron a los asistentes de ambas ferias sectoriales canadienses. Por una parte, en Buildex, la firma presentó un stand que plasmaba y rendía homenaje al creciente compromiso de la compañía con la sostenibilidad. Así, Cosentino mostró a los profesionales de la industria la tecnología HybriQ; las series Sunlit Days y Ethereal de Silestone; y alguno de los próximos lanzamientos de la superficie ultracompacta Dekton. Por otra parte, la marca aprovechó su presencia en IDS Toronto para organizar diferentes eventos y acciones para los asistentes, más allá de dar a conocer algunas de sus novedades.

ALVIC PARTICIPÓ EN LA FERIA GRIEGA MEDWOOD Celebrado en Atenas del 1 al 4 de abril, este encuentro sirvió al fabricante de paneles y componentes para interiorismo para reforzar su apuesta por los mercados internacionales. En concreto, la participación de Alvic se realizó a través de sus distribuidores oficiales en Grecia. Así, el Grupo presentó los nuevos productos con acabados en alto brillo –Luxe-, mate –Zenit– o texturizados –Syncron–; y la colección Pigments, una gama de diseños que revela los monocolores de tendencia para este año: Ginger, Arena, Almagra, Camel y Tortora.

PRIMERA EDICIÓN DE LA FERIA VIRTUAL IBRICKS EXPERIENCE Grupo Ibricks reunió a 500 almacenistas y más de 100 proveedores durante la celebración de su primera feria virtual, del 6 al 10 de junio. Este acontecimiento cercano y beneficioso tanto para expositores como para visitantes se llevó a cabo con el objetivo de ayudar a todos los interesados a mejorar su productividad y rentabilidad. Para ello, se organizaron una serie de ponencias, ofertas, videoconferencias, presentaciones de producto y sorteos destinados a completar un programa especialmente dirigido a los clientes del Grupo Ibricks. Entre las marcas participantes destacaron Weber, Kerakoll, Grupo Keraben, Pamesa, Lafarge, La Escandella, Placo, Ceys y Soprema.

BIESSE PARTICIPARÁ EN LA MUESTRA HOLZ HANDWERK 2022 Núremberg acogerá, del 12 al 15 de julio, la feria de automatización industrial, Holz Handwerk 2022. Biesse no piensa perderse el evento y aprovechará la oportunidad para presentar sus últimas soluciones de automatización. Por ello, en el pabellón 11 de la muestra, se encontrará una fábrica conectada y automatizada. Esto será posible gracias a tecnologías y softwares altamente integrados y capaces de ofrecer a los clientes una producción rápida y optimizada sin renunciar a la personalización.

CEVISAMA SE TRASLADA A 2023 La organización de la feria del sector cerámico, prevista del 13 al 17 de junio de este año en Valencia, decidió trasladar la edición 2022 a finales de febrero de 2023. Entre los motivos que explican dicha decisión, figura la grave crisis que atraviesa el sector cerámico por el encarecimiento de los precios de la energía, que se ha recrudecido como consecuencia de la guerra de Ucrania. De esta manera, Cevisama pasará a celebrarse del 27 de febrero al 3 de marzo de 2023.

JULIO

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

28 / 31 Johannesburgo (Sudáfrica)
100% DESIGN SOUTH AFRICA
Escaparate sudafricano de inspiración, diseño y diseñadores.
www.100percentdesign.co.za

29 / 31 Kuala Lumpur (Malasia)
MF3 HOME EXPO
Feria internacional de muebles e industria de interiores.
www.welcome.mf3.my

SEPTIEMBRE

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		

06 / 08 Singapur
BUILD ECO XPO (BEX) ASIA
Feria asiática de ecoconsrucción.
www.bex-asia.com

07/ 11 Helsink (Finlandia)
HABITARE
Feria del mueble, interiorismo y diseño para profesionales del diseño de interiores y el público visitante.
www.habitare.messukeskus.com

08 / 09 París (Francia)
MAISON&OBJET
Feria internacional de decoración, diseño de interiores y soluciones para el hogar.
www.maison-objet.com

13 / 16 Poznan (Polonia)
DREMA
Feria internacional de maquinaria y herramientas para la industria de la madera y el mueble.
www.drema.pl/en

13 / 17 Shanghai (China)
FURNITURE CHINA
Feria del mueble residencial, de oficina y accesorios para el mobiliario y el hogar.
www.furniture-china.cn/en

26 / 22 Westfalia (Alemania)
KÜCHENMEILE GERMANY
Feria del mueble con los principales fabricantes alemanes de cocina.
www.km-kuechenmeile.de

20 / 23 Valencia (España)
ESPACIO COCINA SICI
Salón de Mueble y Equipamiento para la cocina.
www.espaciococina.feriavalencia.com

21 / 24 Londres (Reino Unido)
100% DESIGN LONDON
Feria de interiorismo contemporáneo.
www.designlondon.co.uk

21 / 24 Jakarta (Indonesia)
KITCHEN & BATHROOM INDONESIA
Exhibición de las últimas tecnologías, equipos, materiales de construcción y accesorios para las áreas de cocina y baño.
www.kitchenbathroomindonesia.com

26 / 30 Bolonia (Italia)
CERSAIE
Salón internacional de la cerámica para la arquitectura.
www.cersaie.it

27 / 30 Verona (Italia)
MARMOMAC
Feria internacional del mármol, piedra, diseño y tecnología.
www.marmomac.com

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				

05 / 09 Birmingham (Reino Unido)
GRAND DESIGNS LIVE
Feria británica de bricolaje y reformas que brinda ideas, consejos y productos para proyectos de hogar.
www.granddesignslive.com

07 / 08 Mumbai (India)
FOAID
Festival de arquitectura y diseño de interiores de la India. También cuenta con una edición en la ciudad de Nueva Delhi, en noviembre.
www.foaidindia.in

09 / 12 Londres (Reino Unido)
DECOREX
Exhibición internacional de diseño de interiores de alta gama.
www.decorex.com

20 / 22 Sidney (Australia)
DESIGN SHOW
Evento que reúne marcas, fabricantes y proveedores del sector de la arquitectura, interiores y equipamiento.
www.designshow.com.au

21 / 23 Miami (Florida, EE.UU)
HOMESHOW
Exposición de remodelación y mejora de diseño del hogar de Florida (edición Miami).
www.homeshow.net

26 / 28 Toronto (Canadá)
KITCHEN + BATH CANADA
Plataforma de reunión para la industria nacional e internacional de cocinas y baños.
www.kbcexpo.com

La información contenida en este calendario podría sufrir cambios como consecuencia de las cancelaciones y traslados de fechas de última hora. Aconsejamos confirmar las fechas con los organizadores.

Fabricantes de Muebles de Cocina

Empresa	Dirección	Contacto	Marcas	www.
3H Cocinas	C/ Proyecto 4, nº 47 Pol. Ind. La Frontera 45217 Ugena - Toledo	925.533.409	Cocinas 3H	cocinas3h.com
Avant Área Europe, S.L.	Pol. Ind. Belcaire. Parcela 304 La Vall d´Uixó - 12600 - Castellón	964.690.800	Avant Área	avantarea.com
Antalia	Ctra. de Yuncos a Cedillo del Condado Km. 2,8 - 45210 Yuncos - Toledo	925.021.200	Antalia	antaliacocinas.com
Bais Equipamientos de Cocinas, S.L.	Avda. 16 de julio, nº 50 - 07009 Pol. Son Castellò - Palma de Mallorca	971.430.657	Bais	bais.es
BC3	Pol. Ind. El Florío, Avda. El Florío, 10 - 14 18015 - Granada	958.288.964	BC3 Cocinas	bc3.es
Bozeto Studio Cocinas, S.L.	Avd. Cámara de la Industria, 19 Pol. Ind. 1 28938 Móstoles - Madrid	916.473.393	Bozeto	bozetostudio.es
CB Cocinas Archipiélago, S.L.	C/ Ramiro de Maeztu, 2 38007 - Santa Cruz de Tenerife	922.776.367	CB Cocinas	cbcocinas.com
Cimco	Avda. José María Javierre, 4 41007 - Sevilla	954 02 56 72	Cimco, Cocinet	
Cincocina, S.L.	Ctra. Úbeda - Málaga a Km. 37.300 23100 Mancha Real - Jaén	953.350.240	Cincocina	cincocina.com
Cocinas Essenza, S.L.	C/ Josep Bea i Izquierdo, 10 B 46015 - Valencia	607.238.136	Essenza	essenzacocinas.com
Cocina Hogar Ordes, S.L. (Grupo Ramón García)	Lugar O Campo, 2 - 15.685 Mesía - A Coruña	881.255.653	Ramón García	gruporg.eu
Cocinas Terol, S.L.	Pol. Ind. Pla de Terol C/ Apolo - 03520 Polop - Alicante	965.870.327	Terol	cocinasterol.es
Cosapa Cocinas Coin, S.L.	Ctra. Marbella A-355 Km. 19 - 29100 Coín - Málaga	952.112.539	2aküchen	2akuchen.com
Cuarela	C/ Ruzafa, 18 - Local 13 - 03501 Benidorm - Alicante	966.811.133	Cuarela	cuarela.com
Delamora Espacio Integral, S.L.	Pol. Ind. Uranga. C/ Roble s/n 28942 Fuenlabrada - Madrid	916.085.363	Delamora	delamora.es
Delta Cocinas, S.L.	Pol. Martín Grande, nº 5 - 26550 Rincón de Soto - La Rioja	941.160.669	Delta Cocinas	deltacocinas.com
Disenove, S.L.	Centro de Empresas Guardo Nave 8 34880 Guardo - Palencia	979.850.500	Disenove	disenove.com
Dupplo	Avda. de Sanlúcar S/N - Parque Emp. Oeste 11408 Jerez de la Frontera - Cádiz	956.140.506	Dupplo	dupplo.es
Estudio de Cocinas Iroko S.L.U	Lugar A Cerca, 56 (Nave Industrial) 36620 Vilanova de Arousa - Pontevedra	986.543.543	Iroko	irokococinas.com
Fábrica de Muebles Arbe	Camino de San Juan, 1 - 49628 San Pedro de Ceque - Zamora	980.646.772	Arbe	fabricademueblesarbe.com
Faro by Alvic	Polígono Industrial EL Martinón s/n 23200 La Carolina - Jaén	953.685.020	Faro by Alvic (cocinas y baños)	farobyalvic.com
Garoé	C/ Ciprés, 16 - Pol. Ind. Arinaga Fase II 35118 Agüimes - Gran Canaria	928.759.060	Garoé	garoe.es
Grupo Afar Cocinas, S.L.L.	C/ Enrique Herrera, 21 - Apdo. de Correos Nº 28 14420 Villafranca de Córdoba - Córdoba	957.190.936	Grupo Afar	grupoafarcocinas.com
Grupo Diez, S.A.	Pol. Martín Grande s/n 26550 Rincón de Soto - La Rioja	941.141.897	Grupo 10	g10muebles.com
Grupo Mobiliario de Madrid, S.L.	Ctra. Serranillos a Cuesta la Reina, Km. 24 45217 - Ugena - Toledo	925544448/49	Fergom	fergom.es

Fabricantes de Muebles de Cocina

Empresa	Dirección	Contacto	Marcas	www.
Grupo Tecnológico Moio, S.L.	C/ Artes Gráficas 1, Nave 2 - 03690 San Vicente del Raspeig - Alicante	717.708.662	MOIO	grupomoio.com
Habibaño, S.L.	Camino de Iryda, Sector S1-T6, Km 0,7 Pilar de La Horadada - 03190 - Alicante	966.767.866	Verrochio	verrochio.com
Hélice Cocinas	Ctra. El Jimenado, Km 3 - Torre Pacheco 30700 - Murcia	968.336.488	Hélice Cocinas	helicecocinas.com
Hitalo Alcalá, S.L.	Autovía A-92 Sevilla-Málaga Km 6,5 41500 Alcalá de Guadaira - Sevilla	955.511.956	Hitalo	hitalo.es
Huelva Kit Luz, S.L.	Pol. Ind. San Diego. Naves 4 y 5. 21007 - Huelva	959.074.566	HKIT	hkit.es
Interiorismo Kitchen Grup, S.L.	Pol. Ind. Via de la Plata - C/ El Palacio, 24 24794 Riego de la Vega - León	987.632.127	Kitchengrup	kitchengrup.es
L´EIX	Passatge Strauss, 7-11. Pol. Ind. Can Jardí 08191 Rubí - Barcelona	936.998.561	L'eix	leix.es
Lino Alonso, S.A.	Ctra. de Matapozuelos, 21 47239 Serrada - Valladolid	983.559.124	Lino Alonso	linoalonso.com
Logos S. Coop.	P. I. Elbarrena s/n 20247 Zaldibia - Gipuzkoa	943.884.050	Logos	logoscoop.com
Magama, S.L.	C/ Pere el Cerimoniós, nº 5 46930 - Quart de Poblet - Valencia	961.533.461	Magama	magama.es
Magistral Cocinas, S.L.	Avda. Derechos Humanos, nº 7 Local 1 Alhaurín El grande - 29120 - Málaga	952.597.123	Magistral Cocinas	magistralcocinas.com
Mobalpa	Fournier - CS 10003 74230 Thônes - France		Mobalpa	mobalpa.es
Modul Cuin, S.A.	Ctra. Córdoba-Almería, Km. 158,8 23560 Huelma - Jaén	953.391.025	Modul Cuin	modulcuin.com
Muebles Aroca, S.L.U.	Ctra. Úbeda - Jaén Km, 40 23100 Mancha Real - Jaén	953.048.134	Aroca	mueblesaroca.com
Muebles de Cocina Gutierrez, S.A.	Pol. Ind. Parcela 69 34800 Aguilar de Campoo - Palencia	979.125.745	Cocinas Gutz	cocinasgutierrez.com
Muebles Incosur, S.L.L.	Pol. Industrial La Trocha, s/n 29100 Coín - Málaga	952.453.354	Inko	inkococinas.com
Muebles OB, S.A.	Camino de Córdoba, Km. 2 14420 Villafranca de Córdoba - Córdoba	957.191.200	OB Cocinas	obcocinas.es
Naturia Kitchen, S.L.	Calle de Río Jarama, 20 28970 Humanes de Madrid - Madrid	916.049.315	Naturia	naturiakitchen.com
Nectali Cocinas, S.L.	C/ Timanfaya, 15,17,19 28970 - Humanes de Madrid - Madrid	916.064.243	Nectali	nectali.com
Nivel Diez Decor, S.L.	C/ 31, nº 715 Catarroja 46470 - Valencia	963.777.327	Nivel Diez	niveldiezdecor.es
Nuor La Llave, S.L.	C/ Marie Curie, 3 08970 Sant Joan Despi - Barcelona	934.771.318		nuorlallave.com
Pedro Pino Martínez, S.L.	Camino Viejo de Córdoba, s/n 14420 Villafranca de Córdoba - Córdoba	957.190.011	Pino "Eldondevivir"	livingpino.com
Postmobel, S.L.	C/ Ganade, 2 - Ponteareas 36861 - Pontevedra	986.644.060	Postmobel	postmobel.com
Rafer Cocinas, S.L.	C/ De rocinante, 11 28970 Humanes de Madrid - Madrid	916.041.133	Rafer	rafercocinas.es

Fabricantes de Muebles de Cocina

Empresa	Dirección	Contacto	Marcas	www.
Rekker System, S.L.	Pol. Ind. Can Barri, nave 43 08415 Bigues i Riells - Barcelona	938.657.790	Rekker	cocinasrekker.com
Stilinea Cocinas, S.A. (MOBALCO)	C/ Venecia, 16 15940 Pobra do Caramiñal - A Coruña	981.843.240	Mobalco	mobalco.com
Transformados de la Madera Jesús Sola, S.L.	Pol. Industrial El Parral, 34 31520 Cascante - Navarra	948.850.545	Sola Cocinas	solacocinas.com
Vijupa, S.L.	C/ Rio Manzanares, 39 28970 Humanes de Madrid - Madrid	916.048.326	Vijupa	vijupa.com
Yelarsan, S.L.	Partida Los Llanos, s/n 03110 Mutxamel - Alicante	965.922.579	Yelarsan	yelarsan.es
Zona Cocinas, S.L.	Ctra. Córdoba-Málaga, Km.76 14900 Lucena - Córdoba	957.860.303	Zona Cocinas	zonacocinas.es

Fabricantes de Mesas y Sillas

Bailén Home Fusion, S.L.	Paraje de los Sorianos nº 58 B - Nav 03369 El Mudamiento - Rafal - Alicante	966.752.376	Bailén	bailenmesasysillas.com
Cancio Fábrica de Muebles, S.A.	Ctra. del Esquileo, s/n 47369 Villalba de los Alcores - Valladolid	983.721.596	Cancio	cancio.es
Mesinor, S.C.	Pol.Ind. San Lázaro C/El Silo, s/n - 26250 Santo Domingo de la Calzada - La Rioja	941.340.043	Mesinor	mesinor.com

Fabricantes e Importadores de Electrodomésticos, Fregaderos y Encimeras

Arklam	Ctra. Alcora Km 7,5 12130 San Joan de Moró - Castellón	964.913.171	Arklam	arklam.es
Cosentino, S.A. (Silestone / Dekton)	Ctra. Baza-Huércal Overa, km. 58 04850 Cantoria - Almería	950.444.175	Silestone, Dekton, Sensa by Cosentino	cosentino.com
Dake	Avda. Mogent, 40 08170 Montornès del Vallès - Barcelona	902.260.006	Dake, Blanco, InSinkErator, Josper, Kaelo, La Cornue, Opera, Sirius, Steel, U-line, Varimixer, Viking, Westin y Zerica	dake.es
Electrodomésticos Iberia, S.L.	Parque Empresarial "Las Mercedes" C/ Campezo, 1, Edificio 9, Planta 1ª. 28022 Madrid	810.510.010	Amica, Fagor	fagorelectrodomestico.com
Electrolux España, S.A.U.	Avda. Europa, 16 28108 Alcobendas - Madrid	902.676.837	AEG, Electrolux, Zanussi	electrolux.es
Formica, S.A.	Ctra. Valencia-Alicante Km. 252 46470 Albal - Valencia	961.262.800	Formica	formica.com

Fabricantes e Importadores de Electrodomésticos, Fregaderos y Encimeras

Empresa	Dirección	Contacto	Marcas	www.
Franke España, S.A.U.	Avda. Via Augusta, 85-87 08174 Sant Cugat del Vallès - Barcelona	935.653.535	Franke, Mepamsa, KWC, Roblin	franke.es
Frecan, S.L.U.	Ctra. B-142 Polinyà a Sentmenat, Km. 8,4 08181 Sentmenat - Barcelona	937.936.622	Frecan, FrecanTEK, FrecanAIR	frecan.es
Inalco (Industrias Alcorenses Confederadas, S.A.)	C/ San Salvador, 54 12110 Alcora - Castellón	964.368.000	iTOP	inalco.es
Inoxpan, S.L. (Pando)	Pol. Ind. El Cros - Av. El Molí de les Mateves, 11 08310 Argentona - Barcelona	937.579.411	Pando, Pando Integral Cooking y Orpan	pando.es
Levantina y Asociados de Minerales, S.A.	Autovía Madrid-Alicante Km. 382 03660 Novelda - Alicante	965.609.184	Naturamia, Techlam, Techlam Top	levantina.com
Miele, S.A.	Avda. Bruselas, 31 28100 Alcobendas - Madrid	916.232.029	Miele	miele.es
Poalgi, S.L.	C/ Xaloc, 11 - Parque Ind. Ciutat de Carlet 46230 Carlet - Valencia	962.558.256	Poalgi	poalgi.es
Roca Sanitario, S.A.	Avda. Diagonal 513 - 08029 - Barcelona	933.661.200	Roca	roca.es
Smeg España, S.A.	C/ Hidráulica, 4 08110 Montcada i Reixac - Barcelona	935.650.250	Smeg	smeg.es
Teka Industrial, S.A.	C/ Cajo, 17 - 39011 - Santander	942.355.050	Teka, Küppersbusch	teka.es
Whirlpool Electrodomésticos S.A.	Avda. dels Vents 9-13 esc. A 2ª planta 08917 - Badalona - Barcelona	932.382.355	Whirlpool, Hot Point, Indesit	whirlpool.es

Fabricantes e Importadores de Componentes de Muebles de Cocina

Andukit, S.L.	Po. Ind. San Bartolomé - C/ Lucena, 3 Luque - 14880 - Córdoba	953.518.390	Andukit, Toop, Logikacocinas	andukit.com
Cucine Oggi, S.L.	Calle 7, nº 5 nave 2 Pol. Ind. Codonyers 46220 Picassent - Valencia	963.300.344	Forma e Funzione, Niemann, Schwinn, Ebb, Sige, Viceversa, Cutting Rockenhausen, Elco, Wesco, Luisina, Peka, Hailo.	cucineoggi.com
Dossia, S.A.	Crta. de Cabra s/n 14900 Lucena - Córdoba	957.509.308	Dossia	dossia.es
DB Group, S.L.	C/ Mario Vargas Llosa, 2 28850 Torrejón de Ardoz - Madrid	916.555.385	DB Group, Kautät	dbgroupherrajes.com
Emuca, S.A.	Pol. Ind. El Oliveral c/H, 4 46394 Riba - Toja del Turia - Valencia	961.667.019	Emuca	emuca.es
Financiera Maderera, S.A. (FINSA)	Ctra. Nacional 550 Km, 57 - 15707 Santiago de Compostela - La Coruña	961.667.019		finsa.com
Grass Iberia, S.A.	Pol. Ind. Tabernabarri, 7B - Iurreta 48215 - Bizkaia	943.788.240	Grass	grassiberia.com
Grupo ACB Components, S.L.	Crta. N-341, km. 79 - 14900 Lucena - Córdoba	957.511.667	ACB	grupoacb.com

Fabricantes e Importadores de Componentes de Muebles de Cocina

Empresa	Dirección	Contacto	Marcas	www.
Häfele Herrajes España, S.L.	C/ Electrónica 33-35, P.I. URTINSA II 28923 Alcorcón - Madrid	916.448.021	Häfele, Ninka, Nehl, Schüco, Hawa, Accuride	hafele.es
Hettich Iberia, S.L.	Pol. Ind. Etxezarreta, 3 20749 Aizarnazabal - Gipuzkoa	943.897.020	Hettich	hettich.com
Marmolería Pefersa, S.L.	C/ Carabete, 18 - 39311 Cartes - Cantabria	942.819.242	PFStone	grupopefersa.com
Menage Confort	Pol. Ind. Malpica - Alfindén. C/Sauce, 82 La Puebla de Alfidén 50171 Zaragoza	976.108.676	Menage Confort	menage-confort.com
Plastimodul, S.L.	C/ León, 11 Pol. Ind. L'alfaç III 03440 Ibi - Alicante	966.550.009	Modulbox, Stylebox, Multibox, Modulmatic, Moduclassic, Modultop, E-Leva	plastimodul.com
Salice España, S.L.U.	C/ Copernic, 11 08403 Pol. Coll de la Manya - Granollers	938.468.861	Salice	saliceespana.es
Servicanto, S.L.	Pol. Ind. Can Illa - Pompeu Fabra Nave 16-18 08530 La Garriga - Barcelona	938.715.505	Servicanto	servicanto.com
SPLASS	C/ Artesanos, 16 46900 Torrent - Valencia	962.126.128	SPLASS	splass.es
TitusPlus Iberia, S.L.U.	C/ Luxemburg, 16 - Les Franqueses del Vallés 08520 - Barcelona	938.715.404	Lama, Titus, Titusonic, Tekform by Titus, TeraBlack	titusplus.com
Transformad, S.A.	Ctra. de Valencia km 10,5 - Pol. Ind. Milenium, Nave 1 - 50420 Cadrete - Zaragoza	938.400.066	Tmatt, Crystal, Strati	transformad.com

Distribuidores

Empresa	Dirección	Contacto	Marcas	www.
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	913.703.006	Antalia	antaliacocinas.com/distribuidores/#estudios-antalia
Antalia Alcobendas	Avda. Dr. Severo Ochoa, 36 Alcobendas - 28100 - Madrid	914.900.774	Antalia	antaliacocinas.com
Antalia Valladolid	C/ Acibelas, 11 47004 - Valladolid	983.396.941	Antalia	antaliacocinas.com/distribuidores/#estudios-antalia
Cocinas CJR	C/ Posadera Aldonza, nº7 Bajos. 24007 - León.	987.236.697	Santos	cocinascjr.com
Facce Cocinas	Juan Bravo, 68 28006 - Madrid	913.090.014		facce.es
Ferroplas Comercial, S.L.	Avda. Castilla y León, 16-20 09005 - Burgos	947.240.224		ferroplas.com
Labrada Cocinas, S.L.	Parque Empresarial de Foz, P5 - Foz 27780 - Lugo	982.138.143	OB Cocinas, Cancio, Mesinor	labradacocinas.com
Mobalpa Alcorcón	Avda. Europa, 22. Local 5. 28922 - Alcorcón - Madrid	918.971.566	Mobalpa	mobalpa.es

Empresas Colaboradoras

Empresa	Dirección	Contacto	Marcas	www.
2020	C/ Copenhague, nº 164 – Local 10 08206 Sabadell - Barcelona	902.202.002	2020 Software	2020software.es
A3COM Marketing & Comunicación, S.L.	Polígono Ave María, Parcela 2.7 a 2.9 23740 Andújar - Jaén	953.514.162		a3com.es
Ascensión Latorre, S.L.	C/ Albacete, 4 Pol. Ind. Barrio de Dolores Moncada - 46113 - Valencia	961.395.032	LATORRE y PAU & Latorre.	ascensionlatorre.com
ARDIS ProSolid3d	Av. Barcelona '92, Nº 3, Oficina B. 46900 Torrent - Valencia	961.588.219	ARDIS- TopSolid - 3cad - CNC Creator - ERP Odoo_Darley	prosolid3d.com
Barpimo	C/ San Fernando, 116 26300 Nájera (La Rioja)	941.410.000	Barpimo	barpimo.com
Benidorm Software, S.L.	C/ Roldan 3-3-24 03501, Benidorm - Alicante	965.861.673	VirtualKitchen, Virtualges, Wurthdesign, diseño2000	benidormsoft.com
Feria Valencia	Avda. de las ferias s/n 46035 - Valencia	963.861.132		feriavalencia.com
ICA Iberia S.A.U.	Polígono el Collet 401 Nave n.2 12580 Benicarló - Castellón	964.491.574	ICA	icaspa.com
Industrias Químicas IVM, S.A.	C/ El Perelló, 19 P.I. Masía del Juez 46900 Torrent - Valencia	961.588.550	Ilva, Milesi	ilvabarnices.es milesi.es
INSPI	C/ Convent nº 19 Entrlo º B 12500 Vinaros - Castellón	964.828.042	StoreManager.Online, Prod-Manager, VIZ360, Innersense	inspi3d.com/es
Juracor	Avda. La Rioja, 15 14900 Lucena - Córdoba	957.509.500	V-Lack, Durante & Vivan, Milesi, Iris, Lijalux, Spraylac, Pizzi, Colaflex, Konig, Festool, Kremlin, Klingspor.	juracor.com
Key Solutions Sig, S.L.	C/ Dalia 289 - 28108 Alcobendas - Madrid	918.279.945		keysolutions.es
Kitchendraw España, S.L.	C/ Travesía La Paz, 4 30160 Monteagudo - Murcia	968.851.355	KitchenDraw, Insitu	kitchendraw.es
Microcad Software, S.L.	C/ Sierra de Grazalema, 27 29016 - Málaga	952.600.890	AutoKitchenDraw, Quick3DPlan	microcadsoftware.com

ANUNCIANTES

131

A2KÜCHEN
PORTADA

ROCA COCINAS
CONTRAPORTADA

SERVICANTO
INTERIOR PORTADA

TITUS PLUS
INTERIOR CONTRAPORTADA

ANUNCIANTES EN ORDEN ALFABÉTICO

ALVIC 11

ARAN CUCINE 27

ARPA 35

BALAY 9

CREO / LUBE 44-45

FERIA ESPACIO COCINA-SICI 29

FERIA SICAM 37

GRASS / INKO COCINAS 4-5

L&S (D'TEC) 17

LAPITEC 32-33

REKKER 25

SC HERRAJES 19

SCILM (D'TEC) 15

Bisagra T-type

Montaje 3Way snap-on

Alto nivel de tolerancia

Ajuste intuitivo de la amortiguación

¡Simplemente la más rápida!

T-type, la nueva generación de bisagras Titus, permite un ahorro de tiempo en el montaje de muebles y garantiza un funcionamiento constante de po vida aportando el **ConfidentClose** a un amplio abanico de puertas de cocina, dormitorio y en otras tipologías de muebles.

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

www.titusplus.com

TODO cocinas

TENEMOS LA RECETA PARA IMPULSAR ***TU NEGOCIO***

Roca

Súmate a nuestra red de distribuidores y conviértete en uno de los ingredientes del éxito en **cocinas@roca.net**