GRUPPO LUBE

A cura di *SpeeD*

L'azienda, leader in Italia con oltre 600 store, investe nel futuro e in strategie marketing a sostegno dei consumatori

Oggi più che mai, in un quadro economico in cui iniziano a vedersi i primi segnali di una recessione alle porte il Gruppo Lube si presenta sul mercato con strategie marketing a forte impatto sociale, è stata la prima realtà industriale che già nel 2022 aveva cercato di supportare la propria clientela con un blocco dei prezzi dei propri listini, dando luogo nel 2023 ad una vera e propria politica di abbassamento dei prezzi. Una riduzione voluta dall'azienda quale segnale concreto di vicinanza ai consumatori per sostenerli nell'acquisto di un bene durevole importante come la cucina, senza rinunciare alla qualità dei prodotti e dei materiali.

Fabio Giulianelli, amministratore delegato del Gruppo Lube "Siamo molto attenti ad ascoltare le richieste dei nostri clienti e a valutare il contesto economico nel quale operiamo. La nostra azienda è dal 2022, in totale controtendenza rispetto a quanto stava avvenendo sul mercato delle cucine in quegli anni, che ha voluto dare un segnale e un supporto importante alle famiglie attraverso la riduzione dei prezzi e la possibilità di un acquisto rateizzato ad interessi zero.

Strategie di marketing vincenti ma anche importanti investimenti nel territorio con un nuovo progetto industriale "LUBE FOR FUTURE 2026" che vede lo stanziamento di 44 milioni di euro in parte con il sostegno del PNRR per un nuovo stabilimento di circa 30 mila metri quadri che impiegherà circa 60 nuovi lavoratori ad alta specializzazione, costruito secondo i più stringenti criteri di sostenibilità ambientale e di risparmio energetico. Questa nuova struttura, che andrà ad aggiungersi agli altri 4 stabilimenti operativi in Italia sarà utilizzata prevalentemente per le esigenze produttive dei mercati internazionali con esigenze di prodotto e di servizio molto diverse dalle logiche del mercato nazionale.

↑ Fabio Giulianelli, amministratore delegato del Gruppo Lube

Nel corso del 2023 il Gruppo Lube ha ulteriormente ampliato la sua rete di STORE portando così la struttura retail ad insegna Cucine Lube e Creo Kitchens ad oltre 600 negozi in Italia e 100 all'estero, portando il valore della produzione di chiusura di fine anno a 277,7 mln di euro con un incremento di 6,8 mln di euro rispetto al 2023 che in termini percentuali è pari a 2,5%.

Fabio Giulianelli, ci ha spiegato come sono stati attuati i piani di sviluppo: "Il Gruppo Lube è la prima azienda in Italia che dal 2021 certifica i propri store monomarca, come ulteriore garanzia di qualità, professionalità e assistenza post-vendita per il consumatore finale. Lo sviluppo della struttura retail del Gruppo Lube ci ha portato a intensificare la nostra presenza sempre più capillare in tutte le regioni italiane. Un successo che si concretizza anche all'estero con i nostri punti vendita sempre più presenti in tutto il mondo e in particolare in Europa e nei Paesi Arabi. Il processo di internazionalizzazione prosegue e la prospettiva è molto interessante. Dopo aver avuto un grande successo in Italia siamo fortemente impegnati per replicarlo anche all'estero. Uno sviluppo che si coniuga con il forte aumento degli investimenti e prevediamo una crescita del fatturato nei prossimi anni. Siamo sempre di più un'azienda verticale, ovvero, riusciamo a gestire completamente tutte le fasi a partire dalla ricerca e sviluppo e progettazione alla produzione fino alla distribuzione al consumatore finale. Questo ci permette di aprire ogni anno tra gli 80 e i 90 punti vendita per un investimento che varie tra i cinque e i sei milioni di euro".