

ambiente **cucina**



ETICHETTA ENERGETICA
E **SISTEMI ASPIRANTI**

CONTAMINAZIONI
CONTEMPORANEE



Le colonne e le basi proposte da Kyra Neck sono in melaminico nella calda finitura Abete Nordico Terra. Perfettamente armonizzati, i pensili e la penisola in laccato Opaco Tortora, Bruno Antilope per gli elementi a giorno.

www.creokitchens.it

CREO KITCHENS

UNA SFIDA RIVOLUZIONARIA

IL NUOVO MARCHIO LANCIATO DAL **GRUPPO LUBE** HA REGISTRATO UN GRANDE SUCCESSO E HA CONTRIBUITO A RAFFORZARE LE QUOTE DI MERCATO DELL'AZIENDA CHE È AL PRIMO POSTO IN ITALIA PER NUMERO DI COMPOSIZIONI PRODOTTE



L'integrazione tra cucina e living è risolta con eleganza grazie ad Ank che propone colonne e penisola nella finitura Rovere Bianco mentre la zona living, a contrasto, è in finitura Fango opaco, illuminata dagli elementi a giorno in Giallo Ambra.



Colori nordici per Jay nella versione con basi e pensili nella finitura Grigio Agata e Rovere Silver. Le colonne, sempre in Rovere Silver, propongono gli elementi a giorno in Bianco.

Il 2014 si è chiuso per il Gruppo Lube con risultati molto positivi sia in termini di fatturato, che è cresciuto ancora in netta controtendenza di mercato, sia per l'aumento di quote in Italia. Anche il lancio del nuovo marchio Creo Kitchens, avvenuto in concomitanza con il Salone del Mobile di Milano, ha contribuito alla crescita con risultati che hanno superato ogni più rosea aspettativa. Il nuovo brand ha l'ambizione di presentarsi sul mercato come alternativa alla filosofia della grande distribuzione, che punta tutto sulla leva del prezzo, e vuole aggiungere al concetto di convenienza anche quello di qualità. Una qualità garantita dai 45 anni di esperienza del Gruppo Lube. «Creo sarà la vera rivoluzione della distribuzione del mobile in Italia, perché ha l'ambizione di catturare quel target di clientela che cerca nell'acquisto di una

cucina economica anche soddisfazione e gratificazione emozionale. La lunga crisi, che dura da sette anni, ha messo a dura prova le possibilità di spesa e le convinzioni del consumatore. Un "esercito" crescente che ha dovuto sposare la filosofia budget-friendly e che, fino ad oggi, ha trovato un unico rifugio presso la grande distribuzione». Dall'osservazione di questo contesto, i vertici del Gruppo marchigiano hanno tratto spunto per sviluppare il progetto del nuovo marchio Creo Kitchens, "la cucina economica di qualità". Una risposta concreta e puntuale a chi comunque desidera un prodotto dall'estetica accattivante, realizzato con materiali di qualità e supportato da un servizio di alto livello. «Tutti valori e prerogative per i quali Lube si è fatta conoscere e apprezzare

negli anni e che sono stati naturalmente trasferiti anche nel mondo di Creo Kitchens», come spiega Fabio Giulianelli, amministratore delegato del Gruppo, che precisa come la sfida sia subito risultata vincente. «I risultati superiori alle attese di questi primi mesi di vita del nuovo marchio hanno portato alla revisione in alto del budget delle vendite per il 2015 che, secondo le previsioni aggiornate, vedrà il consolidamento sul mercato del marchio storico Cucine Lube e una crescita a due cifre delle vendite del nuovo marchio Creo Kitchens». Un brand che propone una vasta gamma di cucine 100% made in Italy, ricche di gusto e creatività. Soluzioni personalizzabili che si arricchiscono di elementi a giorno perfetti per arredare anche la zona living.