

STORIE D'IMPRESA | Valcucine | L'azienda della Destra Tagliamento punta sul riciclo

La cucina ecologica fa il pieno di ordini

I NUMERI

1980

La fondazione

Il primo modello progettato dal presidente dell'azienda e designer Gabriele Centazzo è datato 1981

45 milioni

Bilancio 2008

Le previsioni per il difficile anno in corso è di confermare i volumi realizzati al termine dello scorso anno

100%

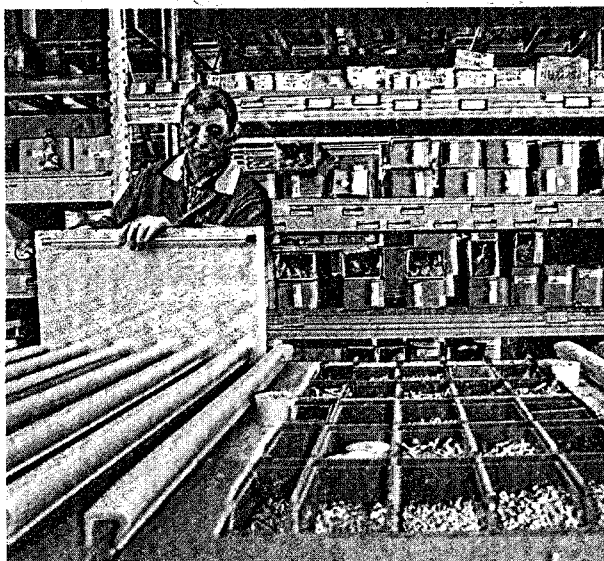
La riciclabilità

Caratterizza il modello di cucina dell'impresa friulana interamente «disassemblabile» e pronto al riuso dei materiali

27

Anni

La durata del prodotto realizzato da Valcucine secondo gli standard aziendali



Assemblaggio. Operai al lavoro nella sede di Valcucine

PORDENONE

di Vittoria di Marco

Produrre dematerializzando è la prima regola di "casa Valcucine". Che significa, spiega il presidente e designer Gabriele Centazzo: «Produrre con quantità minime di materiali e di energia; risparmiando».

Nata negli anni Ottanta, Valcucine (170 addetti per 45 milioni di fatturato e circa 400 punti vendita al mondo) è oggi un'azienda contraddistinta da una solida cultura ambientale. Le cucine che escono dalla fabbrica di Pordenone sono eco-compatibili, seguono i canoni della riciclabilità, dell'assenza di emissioni tossiche e della durata nel tempo, ma sono anche alla moda e sofisticate. «Non si tratta di promuovere la classica mentalità verde - spiega Centazzo - ma di tra-

sferire nel cliente un'etica aperta che non segua l'interesse del singolo ma di un'intera collettività».

Il mercato, all'inizio, non era così ricettivo. Per questo Valcucine ha investito nella formazione di clienti e negozianti. Il primo step è stata la pubblicazione di una guida all'acquisto (un milione di copie) distribuita ai clienti. «Il riscontro è stato quasi immediato - dice Centazzo - molti si sono recati nei negozi a chiedere prezzi e indicazioni». Così si è giunti al secondo step: corsi di formazione aziendale per i negozianti. «L'arma più forte che abbiamo ancora oggi», svela il presidente. Il bacino coinvolge 400 persone l'anno e l'azienda, nel tempo, ha creato una community di affiliati che seguono la «filosofia Valcucine». L'impresa ha aperto un blog ([\[cucine.blogspot.com\]\(http://ecovalcucine.blogspot.com\)\) e creato un'associazione \(Bioforest\) che raccoglie fornitori e industriali \(tra cui aziende come Electrolux e Foppapedretti\) per la promozione di progetti ambientali come la creazione di un vivaio in Brasile e il salvataggio di una foresta primaria in Ecuador.](http://ecovalcu-</p></div>
<div data-bbox=)

Sul fronte aziendale, invece, Valcucine continua a innovare. Dopo l'anta a 5 milli-

metri, la più sottile al mondo e la più «dematerializzata», l'azienda sta cercando di costruire utilizzando solo alluminio secondario. La cucina 100% riciclabile è già in listino e, ora, chiosa Centazzo: «Chiuderemo il cerchio».

«Ci stiamo muovendo per il ritiro della cucina obsoleta e il suo riutilizzo a costo zero - precisa - . Il plus di una cucina riciclabile è che il costo di

dissassemblaggio è inferiore al ricavo per recuperare le materie prime».

L'Italia resta il mercato principale, visto che assorbe oltre il 65% dei prodotti. Il resto va all'estero, Europa, America e Russia. I clienti sono selezionati e «l'estetica innovativa - sottolinea il designer - ci fa uscire dalla competizione del prezzo». Per arrivare, comunque, a una



clientela media, Valcucine affida a conto terzi la produzione di un secondo marchio "Demode". «E adesso - anticipa Centazzo - stiamo progettando una cucina con le stesse caratteristiche ambientali top, ma per un cliente più semplice e giovane». Quanto al marchio primario, sta per nascere in laboratorio il primo pannello costruito con i contenitori del Domopack. Che diverrà una nuova mensola a «scagliette argentate».

© RIPRODUZIONE RISERVATA