Lube, eccellenza italiana in cucina «No alla quotazione in Borsa»

Sale il fatturato, l'ad Giulianelli. «Il nostro segreto è l'ambizione»

PIÙ di 150 milioni di euro di fatturato nel 2014, esportazioni in almeno 80 Paesi del mondo, 550 dipendenti, 320 cucine che escono ogni giorno dal suo stabilimento industriale, a Treia, in provincia di Macerata. Sono cifre che fotografano l'ottimo stato di salute dell'azienda Cucine Lube, una delle più importanti eccellenze delle Marche. Ma il fatto forse ancor più rilevante è che la sua realtà produttiva va in controtendenza rispetto a un mercato interno che registra ancora un segno negativo o una timida ripresa. Basti pensare all'impressionante progressione mensile che indica +22% ad aprile, +11% a maggio, +22% a giugno, +18% a luglio, +70% agosto, +13% settembre, +11% ottobre. Una crescita dovuta soprattutto all'impennata di 'Creo Kitchens' che in dieci mesi ha più che raddoppiato il fatturato rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Determinanti sono stati pure gli investimenti a supporto dei clienti negli stand e nei negozi monomarca, sia in Italia sia all'estero, con più di 25 mila metri quadrati di stand allestiti dall'inizio del 2015 e 90 punti vendita aperti o rinnovati. Tra le novità anche l'inaugurazione – lo scorso luglio – di un negozio in Corso Sempione a Milano. L'azienda, nata nel 1967 a Treia e oggi di proprietà di Fabio Giulianelli e Luciano Sileoni (che ne è stato il fondatore), vanta 1.700 punti vendita in tutto il mondo con la Russia e il resto d'Europa in primo piano. Ma numeri importanti arrivano pure dai mercati del Maghreb e del Medio Oriente, in Sud America, India, Taiwan e Cina. Recente lo sbarco in Giappone, tra qualche settimana sarà inaugurato un negozio di oltre mille metri quadrati a Valona, in Albania.

Il segno più, una costante

«Nel 2015 il nostro mercato interno è cresciuto del 16-17% rispetto al 2014: un risultato straordinario»

Scelte e strategie

«È soprattutto in un periodo di crisi che nascono progetti vincenti: riscuotiamo successo in Italia e all'estero»

GRUPPO A sinistra il quartier generale della Lube con i dipendenti, sopra l'amministratore delegato dell'azienda marchigiana Fabio Giulianelli

Mauro Grespini
■ TREIA (Macerata)

«LE MARCHE non ti abbandonano mai», recitava Neri Marcorè in un noto spot televisivo dedicato alla promozione di questa regione. In effetti è vero, tantissime persone se le ritrovano anche fra le mura domestiche grazie a produzioni di qualità che nascono da un'antica tradizione manifatturiera: ne sono un esempio le Cucine Lube, oggi più che mai presenti nelle case degli italiani. Da tempo, infatti, l'azienda di Treia è la prima a livello nazionale per il numero di cucine prodotte e, ogni anno, almeno 80 mila famiglie scelgono i suoi marchi: Cucine Lube, Creo Kitchens, Borgo antico (cucine in muratura).

Fabio Giulianelli, amministratore delegato del gruppo Lube, come siete riusciti ad arrivare ai vertici del vostro settore produttivo?

«Abbiamo una storia di 50 anni e, chiaramente, la nostra è stata una scalata fatta a piccoli passi, consolidando di volta in volta il lavoro appena svolto e, nel contempo, puntando sempre a migliorarci. Ritengo che il motore principale di questo successo sia stata la grande ambizione che ci contraddistingue o, meglio, l'insaziabile voglia di non essere mai secondi. Con queste prerogative abbiamo affrontato e vinto sfide importanti. E lo abbiamo fatto con una consapevolezza tale che nel tempo è diventata certezza».

La nuova linea

'Creo Kitchens' ha raddoppiato il fatturato: «Prodotto di qualità a prezzi accessibili»

Progressione e successo si registrano durante una crisi generale, cosa vuol dire?

«Valgono sicuramente tanto. È soprattutto in un periodo di crisi che nascono le strategie e i progetti vincenti: la nostra politica aziendale sta riscuotendo ampio successo in Italia e all'estero. In questo 2015 il nostro mercato interno è cresciuto del 16-17% rispetto all'anno precedente. È un risultato straordinario se si considera che va calcolato su un fatturato che, in precedenza, era già di assoluto rilievo».

Quali sono le prospettive del mercato delle cucine e, più in generale, del mobile?

«Tutto è legato all'evoluzione del comparto edilizio, che negli ultimi anni ha accusato una fase di ristagno molto marcata. Attualmente, però, si sta registrando un risveglio della domanda di nuove abitazioni e questo lascia ben sperare che, a breve, si possano creare le condizioni per una ripresa concreta del nostro settore».

Il comparto edilizio

«Il settore ha sofferto la crisi, ma c'è un risveglio della domanda di nuove abitazioni»

Investimenti o programmi futuri?

«Puntiamo soprattutto a consolidarci, continuando a investire nei negozi monomarca a noi dedicati. Un particolare occhio di riguardo lo avremo per la nuova linea 'Creo Kitchens', lanciata per soddisfare le richieste di chi cerca un prodotto di qualità a un prezzo accessibile. Il tutto a discapito di chi invece offre delle cucine che fanno del prezzo un mero richiamo mistificatore».

Avete mai pensato alla quotazione in Borsa?

«No, non ci interessa perché la Lube è un'azienda a gestione familiare e non sentiamo la necessità di confrontarci con altri investitori, i quali, oltretutto, potrebbero poi ritardare, se non addirittura bloccare, le decisioni dell'azienda stessa».

Quale peso ha il volley nella promozione della vostra immagine aziendale?

«Difficile riuscire a valutarlo con precisione, ma anche la Lube Volley va legittimamente annoverata tra i fattori che ci hanno consentito di arrivare a essere, a tutti gli effetti, dei leader nel settore industriale del mobile».