

# ambiente **cucina**

**BILANCI DELLA CUCINA ITALIANA**  
**VISIONI AL FUTURO LA PAROLA AI GIOVANI**



## UNDER 30

PROGETTI E SOLUZIONI IN FORMATO YOUNG



MODULNOVA

www.modulnova.it

# L' AUDACIA E L' ECCELLENZA

di Raffaella Razzano

*Gli anniversari importanti sono sempre l'occasione per fare un bilancio della propria attività. Modulnova, che ha festeggiato i suoi primi 25 anni nel 2013, ripercorre con Ambiente Cucina alcuni passaggi fondamentali della sua storia.*

*Un percorso raccontato da Dario Presotto, che, con i fratelli Giuseppe e Carlo, ha saputo scegliere una strada controcorrente e vincente.*

**Guardando al passato, qual è stata la vostra scelta che oggi ritenete più importante per il successo dell'azienda?**

Siamo partiti da un'idea controcorrente che si è rivelata subito vincente. Abbiamo puntato su un prodotto contemporaneo caratterizzato da una grande ricerca sui materiali e su soluzioni inedite.

Già dal 1994 abbiamo dato vita a un processo innovativo basato sul "just in time" che ci ha permesso una flessibilità produttiva prima impossibile

**A chi vi sentite di dire "grazie"?**

Il primo ringraziamento va fatto alla nostra famiglia, punto di riferimento fondamentale



I fratelli Presotto sono al timone di Modulnova, ognuno con un ruolo diverso ma tutti uniti da una visione comune. Da sinistra Giuseppe, 46 anni, alla guida dell'azienda per il comparto finanziario e amministrativo, Dario 50 anni, responsabile commerciale, Carlo, 39 anni, a capo del team di progettazione.

che ci ha dato sempre un appoggio incondizionato per perseguire i nostri obiettivi.

Un grazie anche ai nostri collaboratori e dipendenti perché con loro abbiamo dato vita a un gruppo di lavoro con una piena comunione di intenti, pur nel rispetto dei diversi ruoli. Una grande adrenalina e il piacere di lavorare insieme

me ha unito tutti, compresi i fornitori e i clienti, in Italia e all'estero.

**Quali sono invece i punti di forza attuali che vi caratterizzano e che ritenete distintivi rispetto al panorama della concorrenza?**

Il percorso è stato caratterizzato da un'identità precisa, rigorosa e facile da capire. Abbiamo creduto nell'eccellenza sempre pensando ad un pubblico che fosse il più ampio possibile e questo ancor prima che in Italia si parlasse di crisi.

Determinante in questa ascesa l'audacia progettuale che ci ha portati a utilizzare per la prima volta dei materiali mai usati in cucina, quali alluminio, vetro, kerlite e cemento.



L'attenzione ai materiali innovativi e al loro utilizzo anche in cucina contraddistingue da sempre Modulnova. Nella foto, la versione di Twenty in resina di cemento che diventa l'elemento di unione tra zona giorno e cucina.



Una delle ultime novità proposte da Modulnova è Blade, la cucina caratterizzata dall'anta in vetro da 10 mm, senza telaio, realizzata con tre strati di vetro accoppiati.

Per i suoi 25 anni Modulnova ha presentato la cucina Light, firmata dal designer Andrea Bassanello che collabora da oltre vent'anni con l'azienda.

Dal 2008 ad oggi, in netta controtendenza nel settore, l'azienda ha registrato un aumento di fatturato del 30 per cento raddoppiando le proprie quote di mercato.

Il dinamismo che si respira in azienda e le elevate tecnologie in continuo miglioramento sono altri asset importanti, a cui si aggiunge un piacere nella progettualità che è rimasto intatto.

Un percorso di innovazione certificata da tanti brevetti depositati, anche internazionali, sia di costruzione sia ornamentali. Blade, ad esempio, che abbiamo presentato nel 2013, è caratterizzata dalla prima anta in vetro sottile da 10 mm, senza telaio realizzata con tre strati di vetro accoppiati. Il lavoro di ricerca, la parte del nostro lavoro più affascinante, nasce in azienda ed è presieduto da Carlo Presotto con l'aiuto dell'architetto Bassanello, che è da più di vent'anni al nostro fianco. Anche i cataloghi e la comunicazione cartacea vengono realizzati in azienda.

**Modulnova oggi vuol dire cucine, bagni e living. Quali sono state le tappe e quali le ragioni di tale ampliamento di gamma?**

Nel 1988 abbiamo debuttato con le collezioni di cucina, nel 2000 con il bagno e nel 2012 nel living.

Premesso che l'ampliamento della nostra gamma è stato fondato sulle medesime caratteristiche di gusto e qualità nei materiali, abbiamo messo a disposizione dei nostri clienti un catalogo che permette loro di mostrare dei progetti abitativi completi e personalizzati, senza limiti di cromatismi e materiali. L'importante è avere come interlocutori quei negozi di fascia alta che hanno il loro punto di forza nella capacità progettuale. Noi offriamo loro gli strumenti giusti e con listini corretti perché in questi anni il pubblico di qualsiasi fascia ha un atteggiamento più etico nell'acquisto.

**Quanti sono ad oggi i clienti in Italia? Avete anche dei monomarca?**

Modulnova opera con una rete di 250 clienti in Italia. Nel totale rispetto della distribuzio-



ne attuale, altro punto di forza dell'azienda che ci viene riconosciuto dal trade, il monomarca potrebbe essere una buona strada da percorrere, soprattutto all'estero, dove oggi sviluppiamo il 20% del fatturato. Nei prossimi 3 anni l'obiettivo è ampliare questa quota e nel 2014 abbiamo già in programma aperture a Parigi, Londra, Città del Messico, New York, Sidney, Seul e Taipei.

**Comunicazione: quali sono oggi i mezzi più interessanti per raccontare e valorizzare il vostro prodotto?**

Senza nulla togliere all'importanza della comunicazione web, oggi imprescindibile, noi crediamo ancora molto al ruolo che svolge la nostra distribuzione qualificata. Per supportare il loro ruolo, investiamo nei catalo-

ghi, capaci di raccontare il valore dei nostri prodotti e di emozionare, e progettiamo, inoltre, gli spazi espositivi dei clienti. Rivestono una certa importanza anche gli eventi nel nostro store milanese attraverso il quale vogliamo condividere la nostra filosofia. Nulla più di un invito a "casa nostra" ci fa sentire vicino ai partner. È per questo che anche in occasione di Eurocucina preferiamo accogliere i clienti nel nostro showroom. La ricerca dei partner giusti richiede una conoscenza approfondita, un pensiero condiviso e una strada da percorrere insieme. Il successo di questi anni, ribadiamo, è il risultato di un lavoro di gruppo autentico dove tutti sono coinvolti, e ognuno sente l'orgoglio di essere parte integrante e fondamentale dell'impresa.