

IL **GRUPPO TURI** DIMOSTRA DI ESSERE UNA DELLE REALTÀ PIÙ DINAMICHE DEL SETTORE, SEMPRE PRONTA A DARE RISPOSTE TEMPESTIVE AL MERCATO CON **I SUOI 4 BRAND** MOBILTURI, NETCUCINE, EVO CUCINE E EST CUCINE



Stratos è una delle proposte di punta del brand Mobilturi

# VINCERE IN VELOCITÀ



**VITO TURI**  
PRESIDENTE GRUPPO TURI

DI RAFFAELLA RAZZANO

Giocare d'anticipo e sfidare il cambiamento senza subirlo è da sempre la missione del Gruppo Turi che presidia il mondo della cucina con più realtà e brand e che da tempo è uno dei leader del settore. Recentemente il presidente **Vito Turi** ha definito la sua azienda come "anticrisi" per la capacità di cogliere tutte le opportunità che il mercato offre, anche nei momenti più difficili. Partendo da questa dichiarazione gli chiediamo di darci una fotografia della realtà attuale del Gruppo e di raccontarci quali siano gli obiettivi per il 2023 su cui l'azienda sta lavorando.

**Parlando di fatturato, come si è chiuso il 2022 per il Gruppo e quali sono i risultati più significativi dell'anno appena concluso?**

Con un fatturato di 185 milioni di euro, il Gruppo ha chiuso l'anno registrando un aumento del 16% rispetto all'anno precedente. Una crescita a due cifre che conferma come l'azienda abbia saputo dare risposta alla domanda di cucine di qualità a prezzi competitivi.

Una formula di successo, definibile "anticrisi", che prevede anche un servizio accurato e una velocità di consegna superiore ai nostri competitor, garantita dagli investimenti fatti in azienda, primi tra tutti quelli sulle linee produttive sempre più automatizzate. Un investimento che ci consente di essere leader nel settore in termini numerici con 450 cucine prodotte al giorno.

Abbiamo ampliato notevolmente l'area dedicata al magazzino, oggi di

15.000 metri quadri, dove stochiamo pannelli ed elettrodomestici e grazie a cui possiamo essere ancora più tempestivi nelle consegne.

Gli investimenti fatti in azienda ci hanno permesso anche di contrastare parzialmente gli aumenti delle materie prime e di contenere gli aumenti dei listini.

**Qual è il brand che si è distinto maggiormente?**

In un momento in cui una domanda vivace si è misurata con la paura da parte del consumatore per i rincari registrati su tutti i fronti, il nostro brand di fascia economica NetCucine ha registrato la migliore performance in termini di crescita sviluppando un fatturato di 85 milioni. NetCucine è gestito dalla stessa rete



La cucina Era di NetCucine è una soluzione perfetta per un pubblico giovane

Il modello Futura proposto da Evo Cucine

commerciale di Mobilturi, che attualmente ha un posizionamento più identificato nella fascia medio-alta. Ottime performance anche per Evo, il brand nato solo sei anni fa che ha una propria rete commerciale e che ormai fattura 25 milioni di euro. Infine, crescita anche per Est Cucine, il marchio che contraddistingue la produzione realizzata in Serbia, lo stabilimento che il Gruppo ha inaugurato nel 2014 e che oggi produce circa 100 cucine al giorno.

#### **Su quali ambiti investirete maggiormente nel 2023 e quali sono gli obiettivi?**

Vogliamo rafforzare ulteriormente i nostri siti produttivi integrandoli con la fase di lavorazione del pannello per migliorare ulteriormente la gestione dei tempi.

Anche lo stabilimento in Serbia avrà una forte estensione dell'area produttiva e passerà da 2.500 a 15.000 metri quadri.

Inoltre, continueremo ad investire in comunicazione, sia sui media tradizionali con la ripresa del nostro spot televisivo su Rai1 in prima serata, sia su quelli digitali dove siamo tra i brand più noti e riconoscibili nel mondo cucina.

L'ottimo lavoro svolto in questi anni

ci ha consentito di rafforzare la nostra credibilità e di farci conoscere meglio dal cliente finale che dimostra di apprezzarci sempre di più.

Per il 2023, l'obiettivo ambizioso è di arrivare a un fatturato di 200 milioni e di recuperare marginalità, anche grazie a una diminuzione delle materie prime a cui stiamo già assistendo.

Abbiamo ancora aree in Italia in cui poterci espandere e stiamo guardando sempre con maggiore interesse allo sviluppo sui mercati esteri, che oggi rappresentano l'8% del fatturato.

Nel 2022 abbiamo partecipato a due fiere in Europa e puntiamo anche nel 2023 ad esplorare i nuovi mercati attraverso la presenza nelle manifestazioni più interessanti.

Nel frattempo, la crescita del Gruppo è sempre più supportata dalla passione e dalla competenza della nuova generazione che è ormai entrata in azienda e che occupa posizioni chiave, dalla direzione commerciale Italia a quella estera, dalla comunicazione alla gestione del controllo qualità, solo per fare alcuni esempi.

#### **Parlando di distribuzione, quali sono le iniziative che metterete**

#### **in campo per fidelizzare ulteriormente la rete commerciale?**

Stiamo puntando a rafforzare il legame con i nostri clienti, perché una relazione professionale è basata innanzitutto sulla fiducia e sul rispetto. Per questo replicheremo la formula del meeting già collaudata lo scorso anno e organizzeremo un incontro a marzo per la rete che distribuisce Evo ed Est Cucine, e un altro a ottobre per i clienti Mobilturi e NetCucine. Entrambi gli eventi si terranno vicino a Roma, presso il Grand Hotel Duca d'Este di Tivoli, e i clienti potranno vedere le novità ed essere aggiornati sulle strategie.

Non mancano iniziative di incentivazione, come quelle dei premi per chi ha raggiunto il proprio budget e per chi, addirittura, lo ha superato.

A febbraio, ad esempio, abbiamo coinvolto i nostri migliori clienti in una bellissima crociera a Dubai.

In generale, crediamo fortemente nella nostra rete, composta prevalentemente da negozi specializzati, e ne rispettiamo il ruolo e l'indipendenza.

Attraverso loro siamo cresciuti molto in questi ultimi anni e vogliamo continuare a farlo puntando sempre sulla competitività e sulla velocità. Senza mai dimenticare la passione.