



KUMA: Unul din trei români alege o amenajare neconvențională a băii și bucătăriei

Combinațiile extreme, tendința anului în amenajarea băii și a bucătăriei

București, 30 martie 2015 **Potrivit Kuma România, unul dintre principalii producători locali de lavoare, blaturi și mobilier pentru băi și bucătării sub brandurile Kuma și Nordline, o treime dintre românii care își amenajează băile sau bucătăriile au început să fie mai deschiși la combinații îndrăznețe și să iasă din tiparele predominante de alb.**

Astfel, datele companiei arată că, în amenajarea băii sau a bucătăriei, românii adoptau până de curând un stil convențional, caracterizat prin abundența culorilor deschise, în special a albului pentru lavoare sau blaturi de lucru și bej sau maron pentru plăci ceramice sau decorațiuni.

În ultima perioadă însă, unul din trei români apelează la soluții de amenajare neconvenționale, dictate de trendurile occidentale și mai ales de cele nordice.

„Odată cu majorarea numărului de profesioniști în domeniul amenajărilor interioare, românii au devenit mult mai exigenți și, sub îndrumarea acestora, au început să fie receptivi la stiluri mai îndrăznețe și să iasă din tipare”, a declarat Camelia Olesen, Director Executiv al Kuma România.

Concentrarea românilor asupra noilor tendințe a însemnat și creșterea bugetelor alocate de către aceștia pentru amenajarea principalelor spații funcționale din casă. Astfel, în 2014, românii au fost mai interesați de înlocuirea obiectelor sanitare existente cu produse de calitate superioară, realizate, de cele mai multe ori, la comandă.

În ceea ce privește materialele, românii încep să aleagă produse durabile, executate din granit sau glass, material care are la bază sticla reciclată. Din punct de vedere al formelor, lavoarele cu scurgeri ascunse atrag consumatorii, iar bolurile clasice – ovale, ori rotunde, aparțin de domeniul trecutului.

„O deschidere mai mare spre inovație s-a putut observa anul trecut și în cazul proiectelor publice. Restaurantele și cluburile, de exemplu, cer cele mai moderne tipuri de lavoare cu scurgeri ascunse sau integrate cu sisteme de iluminat, iar coloristica variază în funcție de locație, astfel albastrul predomină în zona litoralului, iar nuanțele pădurii în zonele montane”, a completat Camelia Olesen.

Combinațiile extreme, tendința anului în amenajarea băii și a bucătăriei

În ceea ce privește amenajarea băilor și a bucătăriilor, negrul este anul acesta nuanța folosită de designerii de interior care mizează pe combinații îndrăznețe. Atribuit stilului clasic reinterpretat, negrul devine culoarea vedetă în alegerea lavoarelor pentru baie. Compania nu recomandă însă o baie dominată de culori închise, ci sugerează combinarea acestora cu piese de mobilier din MDF alb sau viceversa.

Pentru cei care își doresc un stil modern, însă fără a obține o atmosferă închisă, Kuma recomandă culorile inspirate din natură, precum azurul viu al mării sau nuanțele pământii ale zonelor montane.

Și în cazul bucătăriei, mixul alb-negru rămâne o soluție potrivită. De data aceasta, vedeta încăperii este blatul de lucru, care poate fi realizat dintr-un mix de sticlă reciclată cu inserție de oglindă, marmură sau quartz. În ceea ce privește mobilierul, recomandările pentru acest an vizează tonurile neutre, care să direcționeze toată atenția către blatul de lucru, punctul central al bucătăriei.

De asemenea, pentru a înviora atmosfera, accentul de culoare se poate reda prin alegerea unor electrocasnice sau decorațiuni în nuanțe puternice, contrastante, dar și printr-o placare de perete din materiale compozite în culori intense.

Peste 80% din vânzările Kuma provin din exporturi

În ceea ce privește business-ul companiei, Camelia Olesen a subliniat că anul trecut Kuma România și-a menținut cifra de afaceri la aceeași valoare ca și în 2013, de 3 milioane de euro. Potrivit reprezentantei companiei, cea mai mare pondere a vânzărilor - 80% - a fost reprezentată de exporturi în țări precum Danemarca, Norvegia, Suedia, Olanda.

Totuși, investițiile efectuate în 2013 pentru modernizarea și creșterea capacității de producție, au condus la creșterea ratei de profit din 2014.

„O diferență notabilă în anul 2014 s-a remarcat la nivel intern, unde am înregistrat o creștere a vânzărilor de circa 2-3% față de 2013, datorită proiectelor gen office realizate în Sala Polivalentă din Cluj, Centrul de Afaceri Pitești, Proiectul Rezidențial Greenfield Residence, dar și în segmentul hotelier prin amenajarea hotelurilor Transilvania și Citadela”, a încheiat Camelia Olesen.

###

Despre Kuma România

Kuma România este o companie româno-daneză lansată pe piața locală în 1998, fiind specializată pe producerea de lavoare de băi pentru proiecte rezidențiale, comerciale, de birouri și de utilitate publică, blaturi de bucătărie în suprafață continuă cu chiuveta, glafuri de ferestre și balcoane, mese de bar/restaurant, recepții pentru hoteluri, concepte SPA și mobilier modular marca Nordline pentru băi și bucătărie.

Kuma a inaugurat prima linie de producție la Câmpina în 1998, pentru ca în 2006 compania să se mute în Bănești odată cu finalizarea primei investiții de tip greenfield în valoare de 2 milioane de euro.

La intrarea pe piața locală, cifra de afaceri a Kuma România era de 50.000 de dolari, ajungând în 2014, la 3 milioane de euro.

Printre principalele proiecte în cadrul cărora Kuma s-a implicat, se numără lanțuri hoteliere de 4 și 5 stele (Continental, Ibis, Ramada, Golden Tulip, Transilvania, Citadela), mall-uri (Baneasa Shopping Center, Sun Plaza), complexe rezidențiale și de birouri (Willbrook, Glass House, Uppground Town, Centrul de Afaceri Pitești), stadioane (CFR Cluj, Arena Națională), terminalul nou din cadrul Aeroportului Otopeni etc.

Produsele Kuma pot fi găsite în showroom-uri specializate pe băi precum Delta Design, Romstal, Piastrelle, Pazo Group, Ambient, dar și în magazine mici, exclusiviste din țară, specializate în băi și bucătării. Mai multe detalii puteți găsi pe www.kumaromania.ro.

###