

Häcker Cucine a EuroCucina 2014 - Padiglione 13, stand B01-C04

Issata la bandiera dell'internazionalità

Quando si parla di EuroCucina, si fa riferimento a un formato fieristico internazionale che vanta visitatori provenienti da oltre 100 paesi. Questo il motivo per cui dall'8 al 13 aprile 2014, nei giorni di apertura del rinomato salone, Häcker Cucine metterà in primo piano la propria dimensione cosmopolita con un'idea straordinariamente coraggiosa: il logo sarà modificato e includerà lettere appartenenti ad alfabeti differenti, quali ad es. caratteri arabi, russi e cinesi. Saranno mantenuti soltanto la "Ä" di Häcker e il claim "kitchen.germanMade."

Marcus Roth, National Sales Manager, spiega: "Con questo nuovo logo, realizzato ad hoc per EuroCucina, intendiamo da una parte sottolineare con orgoglio la nostra provenienza – su scala internazionale, infatti, il "Made in Germany" era e rimane una garanzia di qualità – e dall'altra mostrare il nostro pieno inserimento nel contesto globale". Andreas Möller, International Sales Manager, aggiunge: "Vogliamo mostrare in modo chiaro e univoco ai nostri clienti vecchi e nuovi il nostro orientamento internazionale, in quanto progettiamo di incrementare



ulteriormente nei prossimi anni la quota di fatturato estero, che adesso si attesta sul 38%. Ciò vale anche e soprattutto per i paesi asiatici e dell'Est Europa, ove sul fronte delle attività di vendita ci siamo riposizionati. E' chiaro che la Germania rimane, oggi come ieri, il nostro mercato principale".

In primo piano la linea di prodotti systemat

Lo stand, che si snoda su una superficie di 400 mq e prevede un'area di accoglienza su un secondo livello, è stato progettato dal prof. Klaus-Peter Goebel di Stoccarda. Nella zona d'ingresso spicca con tutta evidenza il logo fieristico; è lì che viene anche mostrato il filmato su EuroCucina. Da tre lati è possibile osservare senza filtri l'interno dello stand: a dominare il design, forme morbide e sinuose che - coniugate a un bianco puristico – mettono in assoluto risalto quattro cucine systemat. Poiché il programma premium systemat è molto richiesto soprattutto dal mercato extraeuropeo, a EuroCucina Häcker presenterà volutamente soltanto tale segmento. Parallelamente, sarà mostrata anche la nuova gamma di varianti per corpi mobile ed elementi estraibili applicate al programma systemat.



Prima, durante e dopo EuroCucina

Per settimane i clienti di Häcker hanno potuto seguire i preparativi per EuroCucina all'interno del blog – mediante immagini e filmati. Si è addirittura riferito in diretta – in una sorta di diario di viaggio – il trasporto delle cucine destinate all'esposizione, naturalmente con un camion riportante il logo EuroCucina.

Che Häcker non usi mezzi termini, il visitatore lo potrà constatare direttamente in fiera: tutti gli articoli pubblicitari, i menu, le targhette portanome, finanche la cartella stampa, utilizzano uniformemente il logo fieristico. Pur tuttavia, non appena EuroCucina si sarà conclusa nella giornata di domenica, Häcker si “riapproprierà” del suo consueto logo. “Il nostro logo è ormai ben consolidato presso i nostri clienti – una sua modifica è ovviamente fuori discussione. Da questa partecipazione a EuroCucina ci proponiamo esclusivamente di ottenere una visibilità particolare e a lungo termine, risvegliando nei nostri ospiti attenzione e interesse per il nostro orientamento internazionale”, spiega in conclusione Marcus Roth.



L'azienda Häcker

L'azienda a conduzione familiare Häcker produce fin dal 1965 nel proprio stabilimento di Rödinghausen, nella Vestfalia orientale (al centro dell'industria tedesca dei mobili da cucina) - moderne cucine componibili. Nel 2013 i circa 1.100 collaboratori hanno realizzato un fatturato pari a 391 milioni di Euro, la cui quota di esportazioni si attesta oggi sul 38%. L'evoluzione dell'azienda è improntata a una crescita costante, come pure a investimenti che guardano al futuro. Allo stato attuale vengono consegnate cucine 'Made in Germany' in più di 60 paesi sparsi su tutti i continenti. A disposizione del commercio specializzato due linee di prodotti, pensate per diversi segmenti di mercato: classic / classicART, destinata alla prima fascia, e systemat / systematART, collocata nel segmento di prezzo medio-alto.

Responsabili stampa e comunicazione

Per ulteriori informazioni, rivolgersi a Karsten Bäumer, direttore marketing di Häcker, o alla nostra agenzia PR GOOS COMMUNICATION.

Häcker Küchen GmbH & Co. KG

Sig. Karsten Bäumer – Direttore Marketing

Telefono: +49 (0) 5746/940-297, Telefax: +49 (0) 5746/940-8297

E-mail: kbaeumer@haecker-kuechen.de

GOOS COMMUNICATION

Sig.ra Irin Rodatz / Sig. Florian Goos

Dorotheenstr. 56, 22301 Amburgo, Germania

Telefono: +49 (0) 40/284 1787-50, Telefax: +49 (0) 40/284 1787-60

E-mail: i.rodatz@goos-communication.com

Didascalia

Quando si parla di EuroCucina, si fa riferimento a un formato fieristico internazionale che vanta visitatori provenienti da oltre 100 paesi. Questo il motivo per cui dall'8 al 13 aprile 2014, nei giorni di apertura del rinomato salone, Häcker Cucine metterà in primo piano la propria dimensione cosmopolita con un'idea straordinariamente coraggiosa: il logo sarà modificato e includerà lettere appartenenti ad alfabeti differenti, quali ad es. caratteri arabi, russi e cinesi. Saranno mantenuti soltanto la "Ä" di Häcker e il claim "kitchen.germanMade."



Haecker_Roth



Haecker_Moeller



Haecker_ExhibitionStand



Haecker_LKW_2