

# Company Profile

Vogliamo lavorare come una squadra,  
non ci piacciono le gerarchie.

Rispetto alla burocrazia, preferiamo  
il senso di responsabilità e la condivisione.

Empatia ed umiltà sono alla base  
della nostra giornata lavorativa.

Puntiamo ad un ambiente lavorativo  
creativo e pieno di talento.

La nostra soddisfazione:

sviluppare il nostro ingegno

per suscitare il vostro interesse!

**THE CUT NASCE PER ESSERE UNA  
VOCE FUORI DAL CORO.  
PROMUOVE UNA NUOVA IDEA DI  
CUCINA, SARTORIALE, MADE IN  
ITALY, SENZA TEMPO E LONTANA  
DAGLI STEREOTIPI.**

Adattabile oltre ogni limite e personalizzabile nel suo modo di interpretare i bisogni. Ogni modello proposto è riconfigurabile, proprio per incontrare diverse esigenze.



Il valore della tradizione manifatturiera veneta si unisce al design e ai suoi innumerevoli dettagli per dare vita ad un ambiente cucina intimo e autentico, capace di suscitare emozioni, risvegliare il piacere dello stare insieme e il valore del condividere.

Un progetto cucina che non risponde a logiche di mercato e a tendenze stilistiche, che rispecchia un desiderio di unicità.





Idee, gesti e saper fare sono frutto della passione, della dedizione e dell'entusiasmo che il brand vuole trasmettere cercando di risvegliare i sensi in connessione con la natura per arrivare all'essenza, alla cura del dettaglio che entusiasma e accompagna piacevoli momenti di vita quotidiana.

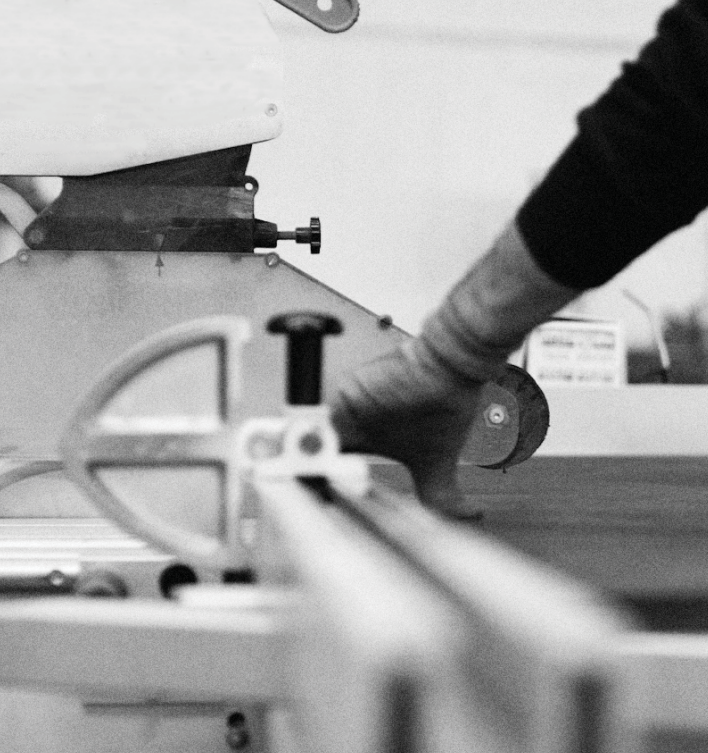




**AL CENTRO C'È IL DESIDERIO DI  
TRADURRE ESIGENZE DIVERSE,  
GIOCANDO SULLA RICERCATEZZA DEI  
MATERIALI, SULLA TATTILITÀ DEI LEGNI,  
SUI METALLI CHE A CONTATTO CON LA  
LUCE ESALTANO MUTEVOLI CROMIE,  
SULLA DEMATERIALIZZAZIONE E LA  
LEGGEREZZA DEL VETRO ABBINATO  
ALL'ALLUMINIO, IL TUTTO CONIUGANDO  
UN'ESTETICA ELEGANTE CON ALTE  
PERFORMANCE TECNOLOGICHE.**

The Cut recepisce i bisogni in modo trasversale, abbracciando stili diversi e mercati internazionali. La qualità artigianale si fa interprete del progetto creativo e dà spessore a una visione d'impresa centrata su un made in Italy autentico e sulla lettura attenta di atteggiamenti, abitudini e stili di vita.

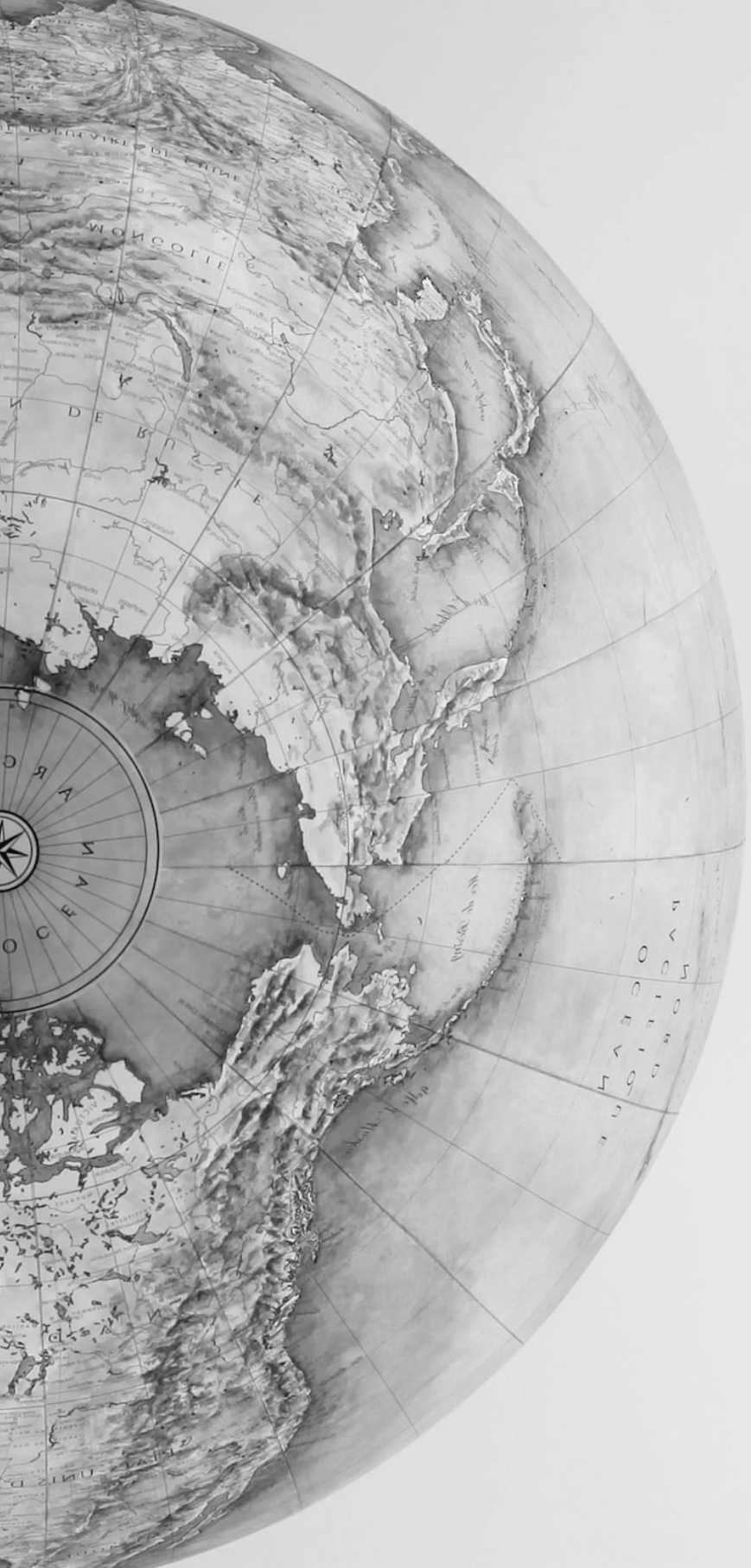




Con 85 dipendenti ed uno stabilimento produttivo di 20.000 mq alle porte di Venezia, l'azienda si muove nell'ambito dell'Operational Excellence, seguendo i principi del lean management. Sviluppa un modello di qualità totale a ciclo integrato: studio, R&S, prototipazione si concretizzano in una produzione diretta, dove nuove idee prendono forma.



Network



**UNA RETE DI VENDITA GLOBALE  
COSTRUITA SU UN NETWORK DI  
DISTRIBUTORI E RIVENDITORI  
CHE OPERANO IN SVARIATI  
PAESI DEL MONDO, CON UN  
FATTURATO ESTERO CHE  
SUPERA IL 70% DEL TOTALE.**

**I FLAGSHIP STORE DI  
THE CUT RAPPRESENTANO SPAZI  
DOVE SI CONCRETIZZANO LE IDEE.  
IN SCENA LA CAPACITÀ DEL BRAND  
DI INTERPRETARE IL TEMPO.**

Situato nel centro di Milano, nel quartiere di Brera, il flagship store di The Cut è un'occasione per vivere un diverso presente.





Concept



**IL DESIGN NON È SEMPLICE  
ELEMENTO D'ARREDO MA  
RICERCA DI SOLUZIONI  
TECNICHE ALL'AVANGUARDIA.**

The Cut rilegge il senso dell'ambiente cucina disegnando spazi carichi di elementi simbolici, oltre che di funzioni essenziali nella dinamica dell'abitare. Ogni configurazione proposta ha un taglio sartoriale e crea una simbiosi tra le zone vitali della casa che si compenetrano grazie a un'immagine coordinata dalle linee pulite ed essenziali.





Movimento, spazio e interazione sono i tre presupposti filosofici del progetto, dove l'ambiente cucina è fluido ed è quello che durante la giornata si trasforma più spesso, riflettendo differenti stili di vita. Lo spazio diventa quindi contenitore di momenti condivisi, che cambiano a seconda degli orari, delle situazioni, delle presenze. Le forme vestono lo spazio e assecondano i bisogni contribuendo a rendere gradevoli i contatti e la comunicazione tra le persone, per assecondare i piaceri della quotidianità.





**L'AMBIENTE ESTETICO RIAVVICINA  
IL MONDO NATURALE A QUELLO  
DOMESTICO, PONENDO AL CENTRO  
DEL PROGETTO LA FILOSOFIA  
ORIENTALE DEL WABI-SABI,  
FONDATA SULL'ACCETTAZIONE  
DELLA TRANSITORietà E  
DELL'IMPERFEZIONE DELLE COSE.**



In un mondo globalizzato, dove tutto tende a uniformarsi, The Cut interpreta la ricchezza della diversità di desideri, di preferenze, di aspirazioni, concretizzandoli in un contesto fisico collegato alla dimensione emotiva delle persone.

Vision



**FRUTTO DELL'ESPERIENZA  
IMPRENDITORIALE NEL SETTORE  
DI FABIO SETTEN E DELLA VISIONE  
DELL'ARCHITETTO ALESSANDRO  
ISOLA, ART DIRECTOR DEL BRAND,  
THE CUT VA AD ASSECONDARE LA  
MASSIMA LIBERTÀ PROGETTUALE  
GARANTENDO FLESSIBILITÀ E  
MULTIFUNZIONALITÀ.**

La vision è quella di promuovere, in Italia e nel mondo, un'idea di cucina libera da costrizioni, che si fa interprete delle esigenze contemporanee. Un made in Italy autentico che porta con sé una nuova visione di futuro plasmata sul desiderio di vivere l'ambiente cucina come momento di condivisione.



Target

Minimalismo, bellezza nell'imperfezione, linee pure e versatilità si mettono al servizio della persona. The Cut si propone nel settore delle cucine, dal pronunciato profilo sartoriale e con vocazione innata alla customizzazione, rivolta alla fascia premium del mercato.







**THE CUT NASCE DA UNA RICERCA  
LIBERA E APPASSIONANTE,  
ORIENTATA A SUPERARE IL  
PRESENTE, PER STUPIRE!**

Il progetto si declina in molteplici configurazioni e interpreta l'espressione contemporanea degli spazi domestici continui, dove fluidità e leggerezza sono le caratteristiche distintive.



Via Pacinotti 54  
30020 Pramaggiore (VE) ITALY  
T. +39 0421 2026  
[info@thecutkitchen.com](mailto:info@thecutkitchen.com)  
[www.thecutkitchen.com](http://www.thecutkitchen.com)

