

Scavolini, approccio 'green' e crescita internazionale

15 Dicembre 2021 Di Redazione



Fabiana Scavolini, ph. Livio Fantozzi

Il Gruppo **Scavolini** prevede di chiudere l'anno in corso con un fatturato di 245 milioni di euro grazie a risultati incoraggianti sia sul mercato nazionale sia sui mercati internazionali, nonostante la pandemia abbia avuto un impatto importante sulle modalità di consumo e sull'export. Risultati che quest'anno sono stati influenzati anche dal rialzo dei costi delle materie prime e dalla loro rarefazione. "Condizione - spiega a *Pambianco Design* l'amministratore delegato **Fabiana Scavolini** - che sta causando alcune difficoltà di logistica ma che gestiamo grazie alle solide relazioni commerciali e alla nostra capacità di fare sistema, sempre nell'ottica della massima soddisfazione del cliente e per mantenere la posizione tra i top player anche in termini di esportazione di cucine componibili nel mondo".

Il segmento **residenziale** resta il canale principale di vendita e di posizionamento sui mercati per l'azienda, anche se negli ultimi anni sono diventati sempre più rilevanti le opportunità del segmento **contract** che si sta affermando come leva funzionale e di crescita. "L'ampia offerta di soluzioni coordinate, all'insegna di un 'total look' - prosegue l'imprenditrice -, ci consente di creare progetti personalizzati sia per il settore residenziale sia per il contract, grazie alla coerenza stilistica tra i vari elementi, capaci di garantire una continuità con tutti gli ambienti: come l'estrema modularità, le numerose finiture e colorazioni, la minuziosa attenzione al dettaglio, l'attenta cura progettuale e la grande ricercatezza estetica".

Sul fronte dei **mercati**, quello nazionale si conferma il principale ma la crescita sui mercati esteri è per l'azienda un asset fondamentale che la porta a puntare con decisione su una strategia di forte espansione del network, potenziando il canale retail con nuove aperture per rafforzare la capillarità sul territorio. Asia, Russia, Francia, Uk e Usa sono le aree più rilevanti e, nell'insieme, la quota export si attesta oltre il 20% grazie all'ampia rete distributiva, presente in più di 60 paesi con oltre 300 punti vendita.

Il Gruppo, recentemente, ha aperto spazi in **Australia** e in **Giappone** che hanno riscontrato un positivo *feedback* per la proposta di 'home total look' interamente *made in Italy*, un "vantaggio competitivo importante", sottolinea l'AD che aggiunge "continuiamo a consolidare il nostro progetto di crescita internazionale avviato da diversi anni, potenziando costantemente il canale retail e sviluppando prodotti secondo le specifiche esigenze dei diversi Paesi". Di recente, l'azienda ha aperto anche un secondo showroom in Israele che va a rafforzare la propria presenza nel **Middle East**, area nella quale è presente anche in Arabia Saudita, Qatar, Kuwait, Oman, Libano e Giordania, e dove a breve è prevista l'inaugurazione di uno showroom anche in Bahrein.

L'espansione internazionale ha visto **Scavolini** rafforzare, negli ultimi anni, la propria presenza nell'area del **Golfo**, aprendo un negozio *monobrand* di 400 metri quadrati proprio a **Dubai** che rappresenta, infatti, il primario punto di accesso per i mercati del Medio Oriente ed è al centro di una strategia di sviluppo che l'azienda porta avanti da diversi anni e che le ha permesso di conquistare e consolidare quote in un mercato dal forte potenziale. "Anche in quest'area, come in tutto il mondo, - chiosa **Scavolini** - fondiamo i nostri rapporti sulla serietà, sulla qualità dei prodotti, su un'efficiente organizzazione e su un servizio puntuale, creando relazioni solide e durature".



Scavolini, azienda

Lo sviluppo strategico di **Scavolini**, però, procede sempre nel rispetto dei valori di sostenibilità che si concretizzano nel progetto **Scavolini Green Mind** che vede la tutela ambientale come driver di crescita e sviluppo, investendo costantemente nell'innovazione e nel miglioramento delle tecnologie anche in ambito green.

In un contesto di transizione ecologica basato sull'etica della responsabilità, **Scavolini** sposa il concetto di economia circolare, obiettivo sancito dall'ottenimento della certificazione CQP di Circolarità del prodotto rilasciato dall'ente di certificazione Cosmob. "Nell'anno in cui celebriamo i 60 anni di anniversario - afferma **Scavolini** - abbiamo continuato il nostro percorso all'insegna della sostenibilità e ottenuto anche la certificazione internazionale FSC®-C168055 (Forest Stewardship Council) basata sull'assegnazione della Catena di Custodia (Chain of Custody - CoC) che attesta la tracciabilità dei materiali a base cellulosica, a garanzia della loro provenienza da foreste gestite nel pieno rispetto ambientale, sociale e in modalità economicamente sostenibile".

La **digitalizzazione** è un ulteriore ambito al quale l'azienda destina investimenti "in modo da garantire il più alto livello possibile di servizio verso i clienti e i nostri partner". È quanto accaduto con l'**ArchitettoOnline**, un servizio di consulenza progettuale virtuale che permette alle persone di entrare in contatto diretto con lo showroom più vicino tramite la semplice compilazione di un form online. Strumento che ha dimostrato la sua efficacia nei mesi più bui della pandemia e oggi si affianca a supporto dei punti vendita che restano il fulcro della relazione con la clientela.

Intanto, l'azienda guarda al **Salone del Mobile di aprile 2022** per il quale, in occasione di **Eurocucina** e del **Salone Internazionale del Bagno** negli spazi di Rho Fiera, si sta preparando per presentare i nuovi progetti. "L'obiettivo - conclude l'AD - resta quello di espandere il nostro core business, differenziando l'offerta con soluzioni d'arredo per una casa sempre più espressione di un total look, con proposte inedite all'insegna di ambienti ibridi che rispondono alle esigenze del vivere contemporaneo".



Scavolini headquarter, Montelabbate. Credits Gabriele Basilico

TAGS ARCHITETTOONLINE EUROUCUCINA FABIANA SCAVOLINI

SALONE DEL MOBILE DI APRILE 2022 SALONE INTERNAZIONALE DEL BAGNO SCAVOLINI

SCAVOLINI GREEN MIND

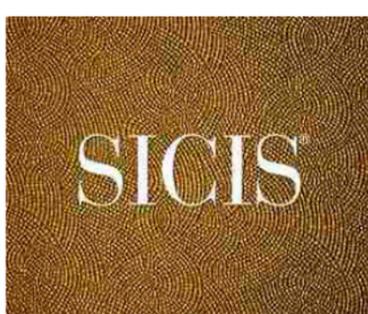
Condividi



CLICCA QUI PER SCARICARE GLI ATTI DEL 7° PAMBIANCO INTERNI DESIGN SUMMIT. Accelerazione digitale, innovazione, sostenibilità e time to market



IN COLLABORAZIONE CON



SCOPRI le QUOTABILI 2020



SCARICA LA 15° EDIZIONE DEL PREMIO PAMBIANCO "LEQUOTABILI 2020" E SCOPRI TUTTI I VINCITORI

PAMBIANCO DESIGN N.6



IN QUESTO NUMERO: BREXIT? SI TEMEVA UN TERREMOTO, MA È GIÀ UNA NUOVA NORMALITÀ
TENDENZA Il boom degli Nft
INTERVISTA Elia Bonacina
MONDO Dubai, obiettivo smart city

SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

EDITORIALE

DI DAVID PAMBIANCO

Dal territorio alle competenze

Con o senza lockdown, chiusure di confini, regole differenti tra paese e paese, il campo da gioco...



DESIGN TV



Lapitec Chef, sistema di cottura a scomparsa



La graphic designer Maffezzoli firma il video di lancio delle novità Novellini

Bertone Design debutta a Ortigia con il tavolo Decumano

PAMBIANCO MAGAZINE



IN QUESTO NUMERO: FAST FASHION E LUSSO A POSIZIONI ROVESCIAITE

ATTUALITÀ - La Cina perde il suo slancio. E il lusso trema

ANALISI - Multibrand, per molti il 2021 sarà un successo

SCENARIO - Uk, con l'addio al tax free la

sfida è online

SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

PAMBIANCO WINE & FOOD



IN QUESTO NUMERO: LA SFIDA DELLA RIPRESA

ANALISI Il vino 'stappa' le M&A

MERCATO Lo champagne alza il tiro

FENOMENI Riemerge il pesce di lusso

TENDENZE La mixology entra nel menu

SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

PAMBIANCO BEAUTY



IN QUESTO NUMERO: LE TOP PROFUMERIE ITALIANE

SCENARI Anche al lusso piace verde

FENOMENI Tutti in corsa per gli integratori beauty

REPORTAGE Il travel retail si riprenderà?

PRODOTTI Pelle sana e forte per contrastare le rughe

SFOGLIA | IN EDICOLA | APP STORE | GOOGLE PLAY

PAMBIANCO HOTELLERIE



IN QUESTO NUMERO: 'GAP' TRA HOTEL ITALIANI E STRANIERI. LA SCALATA DEI PREZZI

INCHIESTA La montagna incantata

INTERVISTA Gaiba (Th Group)

Quattro Curzio (Qc Terme)

SCENARI Il cruising

ritrova la rotta

TENDENZE I bike hotel 'vanno in fuga'

SFOGLIA | ABBONATI