



SCAVOLINI

Roberto Gramaccioni
Export director

Da oltre 30 anni, è la marca leader di cucine in Italia. Nasce nel 1961, su iniziativa di Valter ed Elvino Scavolini; in pochi anni si trasforma da azienda artigianale in una importante realtà industriale: 200mila mq di base produttiva, 550 dipendenti; oltre 1300 punti vendita nel mondo, un fatturato di gruppo che, nel 2015, supera i 200 milioni di euro. Nel 2012, la gamma prodotti si amplia con le collezioni Scavolini Bathrooms per l'arredobagno e, nel 2015, con l'offerta di mobili per il living.

Dove siete presenti e chi vi rappresenta sul mercato cinese?

In Cina siamo presenti nelle città di Shanghai, Qingdao, Suzhou, Changzhou, Zhongshan e, in apertura, a Nanjing, Chengdu, Shenzhen, Chongqing. Nel 2014 abbiamo aperto un'agenzia diretta di rappresentanza Scavolini a Shanghai, 'Scavolini Asia Pacific', con finalità di marketing, promozione e sviluppo commerciale dei prodotti e della rete vendita per incrementare il volume, non solo in Cina, ma anche in tutto il Far East, aree con tassi di crescita elevati.

Strategia distributiva e obiettivi?

Al momento la nostra distribuzione in Cina è data da punti vendita indipendenti che lavorano sulle vendite al consumatore finale. Un segmento sul quale lavoriamo da tempo è quello del contract: per svilupparlo, la rete lavora in stretta collaborazione con l'agenzia di Shanghai.

Siete presenti con delle realizzazioni?

Per quanto riguarda più nello specifico il contract, le nostre realizzazioni recenti più significative sono: nel 2014, un progetto residenziale, il NANJING YAN ZI TAI (ex-ZI QI YUN

GU), con 73 cucine a Nanjing, No. 18 Han Fu Road, Jiang Ning District. E due importanti progetti residenziali nel 2015: il primo, HUA-RUN ZHONGXIN YUEFU, con 196 cucine a Qingdao, 9 Shandong Road, Shinan District; il secondo, GUANGZHOU POLY YUNXI, con 93 cucine, a Guangzhou, Qifu Rd., West Yuncheng Rd., Baiyun Dist.

Perché e come vi presentate al primo Salone del Mobile Milano.Shanghai?

Questo appuntamento a Shanghai per noi è fondamentale per far aumentare la awareness del nostro marchio in Cina. In un territorio così vasto bisogna utilizzare tutti gli strumenti di marketing a disposizione. Conosciamo molto bene il format che Cosmit 'esporta' nel mondo, partecipiamo - ad esempio - da molti anni a I Saloni di Mosca, e siamo convinti che il successo di Mosca si possa ripetere anche in Cina. Questi format rappresentano una vetrina molto importante per il Made in Italy e rappresentano uno strumento grazie al quale l'Italia riesce a fare 'sistema'.

Come comunicate la vostra identità ai visitatori?

Porteremo sullo stand una selezione dei nostri prodotti, sia della gamma cucine che della gamma bagni, che riteniamo più rappresentativi: tra questi certamente i modelli LiberaMente per la cucina e Magnifica per i bagni. Allestimento e immagine saranno finalizzati a dare il maggior rilievo possibile ai prodotti, che rimangono i veri protagonisti dello stand. www.scavolini.com

L.C.





Scavolini has been a leading Italian kitchen manufacturer for over 50 years. The company was established in 1961 thanks to the enterprise of Valter and Elvino Scavolini; in just a few years, the small artisan business specializing in kitchen production turned into one of the most important Italian industrial companies, and now relies on industrial facilities with an area of 200,000 sq.mt, 550 employees, and over 200 million euros of annual revenues in 2015. In 2012, Scavolini launched its bathroom range and, in 2015, the living furniture range.

Where are you located and where are your representative offices in China?

In China we have showrooms in Shanghai, Qingdao, Suzhou, Changzhou, Zhongshan and, shortly, also in Nanjing, Chengdu, Shenzhen, Chongqing. In 2014 we opened a representation office in Shanghai, the so called 'Scavolini Asia Pacific', with marketing, promotion and sales development purposes to increase sales non only in China, but also in Far East in general, all countries with high growth rates.

What is your distribution strategy and what are your objectives?

At present time, our products in China are distributed by self-managed stores that sell our products to the end users. Over the last years, we have been also working on the contract sector; in order to develop it, the sales network works in close relation with the Shanghai-based office.

Did you develop some projects in the country?

When it comes to the contract sector, we have recently developed the following projects: in 2014, a major residential project, the NANJING YAN ZI TAI (ex-ZI QI YUN GU), with 73 kitchens in Nanjing, No. 18 Han Fu Road, Jiang Ning District. In 2015, we realized two major residential projects: 196 kitchens in Qingdao, 9 in Shandong Road, Shinan District; also, in GUANGZHOU POLY YUNXI, 93 kitchens in Guangzhou, Qifu Rd., West Yuncheng Rd., Baiyun Dist.

Why did you choose and how are you going to display your products at first Salone del Mobile Milano.Shanghai?

This is a crucial occasion to increase the brand awareness in the country. China is a huge country, and it is therefore necessary to use all possible marketing tools. We perfectly know the

format chosen by Cosmit for the foreign countries, we have been taking part to the Moscow's Saloni for many years, and we are sure of the fact that the success achieved in Moscow may be replied in China. These formats are an important showcase for top Italian products, as well as a tool that helps Italy to systemize.

How do you communicate your identity to the clients?

We will take a selection of our most representative products in both the kitchen and in bathroom ranges, including the models LiberaMente from the kitchen range, and Magnifica for the bathroom one. The setup and communication aim to mostly highlight the products, which will lastly be the real protagonist of the fair stand.

www.scavolini.com

Scavolini porta a Shanghai una selezione dei prodotti più rappresentativi del Made in Italy, tra cui il modello LiberaMente per la cucina - a destra -, programma di punta per flessibilità, estetica, tecnologia e sostenibilità. Pagine precedenti: a sinistra, in alto, ritratto di Roberto Gramaccioni, Export Director Scavolini; a destra, Magnificat, esclusiva collezione altamente personalizzabile per l'arredo bagno, disegnata da Gianni Pareschi; sotto, il prestigioso showroom Scavolini a Changzhou, all'ingresso del Centro Commerciale Red Star Macalline.

Scavolini will bring to Shanghai a selection of most representative and genuine Italian products, among which LiberaMente - on the right - a kitchen system that stands out for its flexibility, beauty, technology and sustainability. Previous pages: on the left, top, Roberto Gramaccioni, Export Director at Scavolini; on the right, Magnificat, fully-customizable bathroom furniture program, designed by Gianni Pareschi; lower, the prestigious Scavolini showroom in Changzhou, inside the Red Star Macalline mall.



