

13:01 Borsa: Europa di buon passo a meta' seduta, Milano (+0,7%) tra le	12:47 Pnrr: Cingolani, non dobbiamo avere paura, abbiamo grandi prospettive	11:59 Lavoro: Giorgetti, a giorni decisione su soluzione crisi aziendali	10:33 Borse Cina: chiudono in rialzo, Shenzhen guida il trend con +2%
---	---	--	---

LE IMPRESE

Scavolini: «Ripartiamo dalle filiere Al supersalone vince il design»

di Daniela Polizzi | 06 set 2021



Il suo sogno? «Vorrei che l'azienda continuasse a crescere nel suo ruolo, da cucina a casa più amata dagli italiani, anche nel mondo. Stati Uniti per primi, visto che sono diventati il nostro mercato estero più rilevante. Gli ingredienti li abbiamo già tutti qui, a Montelabbate. La tecnologia, che già permette di dare voce alla cucina attraverso Alexa, l'assistente vocale di Amazon, poi la rete di fornitori — preziosa per noi e per tutti i produttori italiani del settore —, ma anche la distribuzione e i 700 dipendenti del gruppo. La chiave è però continuare a investire nella nostra macchina produttiva, quell'industria, cuore del made in Italy, che va alimentata con impegno e visione. Me lo ha insegnato mio padre Valter».

Fabiana Scavolini, 50 anni, è l'amministratrice delegata del gruppo che fa capo all'omonima famiglia marchigiana. Un'idea della forza della macchina Scavolini? Nei mesi estivi ha prodotto ogni giorno un picco di oltre 230 composizioni d'arredo. Le radici sono nel distretto alle spalle di Pesaro, una delle eccellenze nazionali.

Il patto in famiglia

Laureata in Economia e commercio, guida l'azienda — è una delle poche donne al vertice operativo di una grande azienda dell'arredo design — dal 2014. La scelta è stata condivisa dalla famiglia, presente in azienda con la seconda e più di recente con la terza generazione. Quest'anno festeggia i 60 anni di attività. «Ci conosciamo meglio di chiunque altro e tutti, tra fratelli e cugini, sappiamo che l'impresa è un valore e che occorre saperla tutelare. Chi vuole entrare nella gestione deve fare un percorso ben preciso. Il modello lo ha fornito mio padre, presidente e fondatore assieme al fratello Elvino. Le regole le abbiamo scritte in un 'patto di famiglia' le cui linee guida non devono restare solo sulla carta, ma essere vissute quotidianamente».

Donne al vertice

L'imprenditrice è entrata in azienda dopo la laurea nel 1995 e si è occupata di marketing con responsabilità crescenti. È al timone del maggior gruppo italiano delle cucine con 217 milioni di ricavi nel 2019, «l'ultimo anno di normalità — dice —, nel 2020 ci siamo attestati a circa 202 milioni e per quest'anno vediamo una crescita a doppia cifra rispetto al 2019». Del gruppo fa parte anche Ernestomeda, brand scelto da Valter Scavolini quando rilevò negli anni '90 la pesarese Nicolini. La guida il cugino di Fabiana, Alberto, che l'ha portata verso un pubblico sofisticato, grazie anche a collaborazioni con architetti come Zaha Hadid e Jean Nouvel.

Questa edizione straordinaria del Salone del mobile aiuterà il settore?

«È un segnale della ripartenza e del riscatto. Non sappiamo ancora quanti buyer esteri e italiani verranno. Per noi è importante esserci, il Supersalone è un simbolo della rinascita. Non solo del settore, che ha sofferto meno di tanti altri, ma anche di un ritorno a incontrare le persone, l'opportunità di capire meglio come sono cambiate le esigenze dei clienti. Noi esponiamo i nuovi progetti Diesel Get Together Kitchen e Misfits Bathroom, realizzati in collaborazione con Diesel Living. L'intesa con i designer è stata al centro di tutta la storia di Scavolini, fin dai tempi di Agostino Bertani, Enrico Tonucci, Pierluigi Molinari, passando per Giugiaro Design, King & Miranda Design, fino a Fabio Novembre con il progetto Dandy Plus».

Parla di investire nell'industria. Quali i piani?

«Siamo in fase di realizzazione di sei nuovi magazzini interni per la movimentazione e il riordinamento delle ante per le cucine, qui a Montelabbate. Non smettiamo mai di investire per sostenere la produzione e aggiungere ingredienti tech. È indispensabile per essere competitivi. La sfida di Scavolini è continuare a mantenere il giusto rapporto tra qualità e prezzo, come da tradizione. Coniugare design, innovazione e prezzo è un esercizio che richiede impegno costante».

Il modello d'impresa resta quello disegnato da suo padre..

«Sì, perché è vincente. La filiera, prima di tutto, — 200 imprese italiane — che lavorano molto per noi ma anche per altre aziende del settore. Anche per questo è importante che ripartano tutte le aziende. La filiera è cruciale per il made in Italy. Ci vuole un rapporto di collaborazione sempre più stretto. Se c'è questo rapporto di collaborazione stretto tra aziende e fornitori, se si ragiona come se si fosse un'unica impresa allora si vince. In un momento come questo in cui ci sono difficoltà nell'approvvigionamento dei materiali, salgono i prezzi delle materie prime, è necessaria una forte collaborazione tra i partner. Queste difficoltà ancora non sono finite e credo che ci saranno strascichi anche nel 2022. In generale, per l'Italia è un peccato aver perso parte dell'industria con attività produttive dislocate in altri mercati. Ma Scavolini investe e rimane qui in Italia. Abbiamo poi proseguito nella spinta innovativa impostata da mio padre anche con il debutto nell'e-commerce nel 2017, per primi in Italia nel settore cucine».

Da cucina a casa degli italiani. Come avviene il passaggio industriale?

«È già in corso. Dalla cucina al bagno, dal living alla cabina armadio, siamo diventati casa insieme agli italiani, rafforzeremo questo piano. La contaminazione l'aveva d'altronde avviata mio padre Valter che aveva inserito nelle cucine elementi d'ispirazione che venivano dagli arredamenti del soggiorno».

Quali sono i mercati esteri più importanti per l'azienda?

«Gli Stati Uniti, senza dubbio. Per noi ormai è peraltro diventato il secondo mercato dopo l'Italia. Scavolini USA ha quattro negozi diretti più una rete di negozi indipendenti. Poi c'è la Cina dove abbiamo a Shanghai un ufficio di rappresentanza dal 2014. È ripartita molto bene e abbiamo ampliato la presenza con due nuovi store monomarca a Kunming e Shijiazhuang. Guardiamo alla situazione della Russia, Paese centrale per noi, alla crescita in Francia, dove siamo presenti dal 2019 con la controllata Scavolini France sas e al Regno Unito, dove nel 2015 abbiamo aperto a Londra la branch Uk. In questi mercati il made in Italy della casa ha grandi prospettive. L'Italia resta comunque il cuore, il 75% del nostro fatturato viene da qui. È un mercato che per la cucina vale, valore alla produzione, circa 2 miliardi».

Quali sono le regole d'ingaggio in una famiglia che sta arrivando alla terza generazione?

«Impegno, passione e visione di lungo periodo, ci si misura anche su questo. Da qualche anno è entrata in azienda anche la terza generazione con Vittorio ed Eleonora. In tutto sono diciannove i cugini che appartengono alla terza generazione, molti sono giovani. Sceglieranno se lavorare in azienda o seguire altre passioni e quindi svolgere il ruolo di azionisti di Scavolini».

TASSE

Fisco, settembre di fuoco. Previsti 256 adempimenti in due settimane

MATTONE

Casa, cambiare in meglio costa mille euro al mese: ecco i conti in otto città L'Economia oggi gratis

L'AGEVOLAZIONE

Bonus doccia e rubinetti, in arrivo il decreto attuativo: ecco la procedura per richiederlo

AGEVOLAZIONI

Bonus Terme da ottobre: come richiedere l'incentivo da 200 euro (ci sarà il click day)

CORRIERE TV



L'Italia del «Saper Fare»: il fim di Gabriele Salvatore per il Padiglione Italia all'Expo di Dubai



Sealine: flessibilità, spazio e più luce naturale per i due nuovi yacht C335 e C335V

di Antonio Macaluso

Aviva, il megayacht del patron del Tottenham ormeggiato a Brindisi



La carica dei fondi «gender equality»: la finanza si accorge del valore delle donne in azienda

di Fausta Chiesa



Aviva, lo yacht del patron del Tottenham a Brindisi (dentro c'è un campo da tennis)

di Redazione Economia

Super yacht nei mari d'Italia. Da Mordashov al panfilo dell'emiro del Qatar: dove avvistarli
Tre Saloni alla riscoperta del mare: Cannes, Genova (dal 16 settembre) e Montecarlo
Dove sono ormeggiati tutti i super yacht in questo momento? In Italia



Ritorno a scuola, tra libri, zaini e mascherine oltre 1000 euro a studente: come risparmiare

di Anna Zinola



Sky e il teatro La Fenice, un concerto per combattere il covid

di Edoardo Vigna



Cibus, la ripartenza post pandemia punta sul made in Italy di qualità

di Francesco Di Frischia



Il rumore che ci condiziona: come pregiudizi e «Noise» minano le (buone) decisioni

di Edoardo Zercca