

Scenografia d'archi nel cuore di Lione *Interiors with Arches in the Heart of Lyon*

Architettura

Il 'Crystal Palace'
di Renzo Piano a Mosca
*Renzo Piano's 'Crystal
Palace' in Moscow*

Design

Tessuti e carta da parati
per vestire la casa
*Fabrics and Wallpaper
to Adorn the Home*



60 anni insieme *60 Years Together*



Testo Chiara Maranzana Foto Luca Rotondo per *Abitare*

Dai buffet degli esordi nel 1961 ai modelli smart, Scavolini continua a interpretare modi e stili dell'abitare. E oltre alla cucina, punta su bagni, living e pareti attrezzate che nascondono letti e lavanderie ● *From the cupboards of the early days in 1961 to its smart models, Scavolini continues to interpret modes and styles of living. And in addition to the kitchen, it focuses on bathrooms, living rooms and fitted walls that conceal beds and washing machines*



Sopra, uno dei robot che movimentano gli elementi delle cucine componibili, indirizzati alle diverse macchine che ne completano le funzioni. A destra, il magazzino verticale automatizzato, un ambiente buio, fresco e controllato per la conservazione dei semilavorati. In alto, il buffet Svedese, il primo mobile di Valter Scavolini datato 1961. Come tutti i modelli che hanno segnato la storia dell'azienda, è conservato nel museo che correda lo showroom a Montelabbate. In apertura, Valter e Fabiana Scavolini, presidente e ad dell'azienda pesarese. ● Above, one of the robots that handles the elements of the modular kitchens, delivering them to the different machines that carry out their assembly. Right, the automated vertical stockroom, a dimly lit, cool and controlled environment for perfect conservation of the semifinished products. Top, the Svedese kitchen unit, Valter Scavolini's first product from 1961. Like all the models that have marked the company's history, it is on display in the museum attached to the showroom at Montelabbate. Previous page, Valter and Fabiana Scavolini, chairman and CEO of the Pesaro-based company.



Sopra, una vista dell'area di imballaggio. I vari elementi vengono spostati su carrelli imbottiti affinché non si rovinino. ● Above, a view of the packing area. The various pieces are moved around on padded trolleys to prevent them from being damaged.

► «La seconda generazione è in azienda da tanti anni e assicura un futuro solido: posso stare tranquillo». Sorride Valter Scavolini, classe 1942, l'uomo che nel 1961 si 'è messo in proprio' e ha dato vita con il fratello Elvino all'azienda che ne porta il nome. Un nome che nel giro di un paio di decenni è diventato sinonimo di cucina componibile Made in Italy, 'la più amata dagli italiani', come affermava Raffaella Carrà in un fortunato spot dei primi anni Ottanta. Oggi alla guida come amministratore delegato c'è Fabiana, figlia di Valter, con suo fratello Gian Marco, responsabile della qualità e dell'ambiente, nonché presidente di Scavolini USA, i cugini Emanuela, responsabile delle risorse umane e presidente della Fondazione Scavolini, e Alberto, amministratore delegato di ernestomeda, il brand rivolto al mercato medio-alto lanciato nel 1996. «Ciascuno di noi ha potuto scegliere», ricorda Fabiana, «gli altri quattro fratelli e cugini hanno deciso di fare altro». Una consolidata presenza manageriale completa i vertici aziendali.

Anche due rappresentanti della terza generazione hanno già varcato i cancelli del gigantesco complesso a Montelabbate (204.000 mq), appena fuori Pesaro, dove vengono assemblate circa 230 composizioni d'arredo al giorno, montando gli elementi realizzati da una rete di aziende fornitrici, molte delle quali si trovano nelle vicinanze. Negli immensi spazi, dove si circola in bicicletta, la tecnologia è indiscussa protagonista: dal magazzino verticale automatizzato («Siamo stati la prima azienda di cucine a dotarsene») ai bracci robotici che trasferiscono i singoli componenti a foratrici, strettoi (le macchine che uniscono gli elementi) e imballatrici. Ultima arrivata, una sorta di biblioteca delle ante: un complesso di sei cilin-

dri all'interno dei quali si susseguono a tutt'altezza scomparti dallo spessore di qualche centimetro nei quali alloggiare i frontali delle cucine, gestiti per l'ingresso e l'uscita da un robot.

L'attenzione all'anta non sorprende, è l'elemento centrale del prodotto finito, il marchio di fabbrica che da qualche anno ha trovato nuove destinazioni. «La cucina rimane il core business dell'azienda – dice convinta Fabiana Scavolini – così come il mercato nazionale, ma il nostro intento è ampliare e diversificare l'offerta con l'arredo per la stanza da bagno, il living e la cabina armadio, oltre a perseguire la politica di forte espansione all'estero: oltre a Scavolini Usa, abbiamo un ufficio di rappresentanza a Shanghai, una filiale a Londra, Scavolini UK e Scavolini France con una capillare rete distributiva». Fondamentale anche il rapporto con i designer, che supportano l'azienda nell'interpretare i nuovi stili di vita. «Con Fabio Novembre – ricorda l'ad – abbiamo introdotto la domotica in cucina, inserendo nella barra attrezzata sotto i pensili l'impianto smart *Living Now* di BTicino che, grazie all'assistente vocale di Amazon, Alexa, controlla i diversi impianti tecnologici; insieme a Rainlight Studio abbiamo messo a punto *BoxLife*, un sistema di pareti attrezzate progettato per garantire il comfort anche in piccoli appartamenti; mi fa piacere ricordare anche *Utility System*, il primo sistema di elementi per cucine a elevata accessibilità». Cambiano i prodotti, ma resta ben ferma la filosofia, che Valter Scavolini riassume così: «Siamo molto attenti al mercato, al quale offriamo prodotti di qualità al prezzo giusto». La qualità del servizio e la soddisfazione del cliente sono sempre prioritari, a prescindere dalla capacità di spesa. Non è poco, soprattutto in un re-



ph. Gabriele Basilico

Sopra, il piazzale dell'azienda a Montelabbate, uno dei centri del distretto del mobile di Pesaro. ● Above, the company's loading area at Montelabbate, one of the centres of the Pesaro furniture district.

gime di concorrenza agguerrito da parte della grande distribuzione. «Tant'è – è orgoglioso il fondatore – che nella nostra offerta abbiamo anche le collezioni Easy e Basic: meno ricche di accessori e modularità, ma con la stessa qualità del resto della produzione».

● "The second generation has been working in the company for many years and ensuring it has a sound future: I don't need to worry," he says with a smile. Valter Scavolini, born in 1942, is the man who in 1961 'struck out on his own' and set up with his brother Elvino the company that bears their name. A name that within a couple of decades had become synonymous with the fitted kitchen made in Italy, 'the most loved by Italians,' as Raffaella Carrà declared in a popular TV commercial of the early 1980s. Today the company is run by Fabiana, Valter's daughter and its managing director, along with her brother Gian Marco, who is responsible for quality and the environment, as well as chairman of Scavolini USA, and their cousins Emanuela, head of human resources and president of the Fondazione Scavolini, and Alberto, managing director of Ernestomeda, the brand aimed at the medium-to-high end of the market launched in 1996. "Each of us has been able to choose," recalls Fabiana, "my other four siblings and cousins decided to do something else." A well-established set of managers fill the other top positions.

Two members of the third generation have also stepped through the gates of the gigantic complex at Montelabbate (204,000 sqm), just outside Pesaro, where around 230 sets of units are assembled a day from parts made by a consolidated network of suppliers, many of them located nearby. In the immense spaces of the factory, where people move around by bicycle, technology is the undisputed protagonist: from the automated vertical stockroom ("We are the first manufacturer of kitchen units to have one") to the robotic arms that transfer the individual components to drilling machines, presses (used to join the pieces together) and packing machines. The latest arrival is a sort of library of doors: a com-

plex of six cylinders in which compartments with a depth of a few centimetres used to house the fronts of cabinets run the full height, with their entry and exit handled by a robot.

The attention paid to the door is no surprise. It is the central element of the finished product, the trademark of a company that for some years now has been exploring new outlets. "The kitchen remains our core business," says Fabiana Scavolini with conviction, "as does the national market, but our aim is to broaden and diversify our range with fittings for the bathroom, living room and the walk-in wardrobe, as well as to pursue a policy of strong expansion abroad: in addition to Scavolini USA, we have a representative office in Shanghai, a branch in London, Scavolini UK, and Scavolini France with a widespread distribution network." Fundamental too is the relationship with designers, who support the company in its interpretation of new lifestyles. "With Fabio Novembre," points out the CEO, "we have introduced automation into the kitchen, inserting into the fitted bar under the wall units BTicino's smart system called Living Now which, through Amazon's virtual assistant Alexa, controls the various technological devices. Together with Rainlight Studio we have developed BoxLife, a system of fitted walls designed to provide convenience even in small flats. I'd also like to mention Utility System, the first set of elements for kitchens with high accessibility for people with reduced mobility."

The products change, but the philosophy remains the same. Valter Scavolini sums it up like this: "We are very attentive to the market, offering quality products at the right price." Quality of service and the satisfaction of customer are always priorities, quite apart from their spending power. This is no small matter, especially against the background of stiff competition from large-scale retail trade. "So much so," the founder says with pride, "that our range also includes the Easy and Basic collections: they come with fewer accessories and less modularity, but have the same quality as the rest of our production."

■ © ALL RIGHTS RESERVED



Sopra, da sinistra in senso orario: i carrelli per movimentare le ante sono attrezzati con file di piccole spazzole che ne preservano l'integrità; una cucina Mood dotata dell'Utility System per consentire a persone con ridotta capacità motoria di raggiungere le parti alte, grazie a un telecomando che abbassa gli elementi; i nuovi magazzini robotizzati, in allestimento, accoglieranno le ante; il sistema modulare BoxLife nasconde le diverse funzioni della casa, dalla cucina alla lavanderia, al letto, dietro ante a scomparsa. ● Above, clockwise from the left: the trolleys to transport the doors are fitted with rows of small brushes that serve to keep them intact; a Mood kitchen equipped with the Utility System allows people with reduced mobility to reach the upper parts, using a remote control to lower the units; the new automated stockrooms, in the process of installation, will store the doors; the BoxLife modular system conceals the various functions of the home, from kitchen to laundry and bed, behind retractable doors.

