



Arredo I piani di sviluppo di Scavolini

La cucina degli italiani vuole imparare a essere poliglotta

Le cucine di Scavolini sbarcheranno nel mese di ottobre a Las Vegas (con il nuovo store di 400 metri quadrati, anche di bagni) e nel New Jersey alla fine dell'anno dopo aver inaugurato il primo store a Londra il 25 giugno, la nuova filiale del Regno Unito, e un punto vendita in Austria. Una crescita internazionale, che annovera tra le sue tappe fondamentali l'inaugurazione del più grande negozio di cucine a Manhattan nel 2009 e nel 2014 di un ufficio di rappresentanza a Shanghai, e che non si ferma. Nei piani futuri dell'azienda, nata a Pesaro nel 1961 e che nel 2014 ha avuto un fatturato di 200 milioni di euro (insieme a Ernesto Meda), ci sono nuove aperture in Cina (a settembre toccherà infatti alle città di Suzhou, Changzhou e Chongqing) e in India e nei Paesi dell'Est, dove sono particolarmente attratti dal fascino del made in Italy.

«La crisi del rublo ha provocato un rallentamento di questi mercati, ma abbiamo una ventina di negozi solo a Mosca che testimoniano uno sviluppo interessante», spiega il direttore generale Vittorio Renzi che ricorda che Scavolini è il primo esportatore di cucine in Italia e che di recente la società ha lanciato anche la collezione «living» per il soggiorno dopo quella per il bagno.



Mobili Vittorio Renzi (Scavolini)

«All'estero ci chiedono di arredare interi palazzi e quindi sentiamo l'esigenza di essere sempre meglio attrezzati per proporre prodotti che possano soddisfare a 360 gradi i clienti anche in termini stilistici. Le richieste sono in continua evoluzione», continua Renzi. Pertanto il gruppo propone sia le collezioni basic ed easy, meno elaborate, sia arredi più sofisticati.

Una produzione tutta italiana quella di Scavolini che si sta espandendo, anche nella Penisola, da Nord a Sud, passando per il Centro. Il prossimo debutto sarà infatti quello di Bologna dopo la recente apertura del monomarca di Bari. Sarà poi la volta di Brescia (Concesio) e Alessandria. Ma quali mercati interessano maggiormente per uno sviluppo futuro? «Riteniamo che l'Africa, l'Angola e la Nigeria, in particolar modo, possano rappresentare un'area promettente», precisa il direttore generale che ha intenzione di estendere la collaborazione ad altri designer e di realizzare nuovi progetti come quelli recenti con Diesel, Ora-ito e Nendo.

Positivo infine l'effetto Expo su Scavolini che ha messo il suo brand su 350 taxi milanesi e alcuni ingressi delle principali stazioni della metropolitana e ha visto un aumento dell'affluenza nei suoi negozi. «La manifestazione ha di sicuro fatto aumentare il numero di visitatori italiani e stranieri e la visibilità del Paese», conclude Renzi, che per gli anni a venire ha l'obiettivo di far aumentare il peso del fatturato estero dal 20% di oggi al 30%, ma non è interessato alla quotazione in Borsa «perché la liquidità a disposizione è importante e non abbiamo esposizione nei confronti del sistema creditizio».

IRENE CONSIGLIERE

© RIPRODUZIONE RISERVATA