

Nuovi concetti. Mensole e contenitori protagonisti dello spazio

Scavolini punta sulla «doppia versione»

MILANO

«Non si può prescindere, oggi come oggi, andando all'estero, dal mercato del contract e dalle forniture per importanti commesse internazionali. Ma attenzione a non trascurare il retail. La percezione del brand tra i consumatori stranieri si costruisce proprio con punti vendita monomarca e nei luoghi giusti. Se il prodotto piace avrà un effetto "trascinamento" anche nella capacità di essere selezionato e percepito come top dai grandi costruttori e dagli studi di architettura».

Nata come esigenza di ampliare la gamma dell'offerta, per Vittorio Renzi, direttore generale di Scavolini, questa sarà la seconda edizione in doppia versione: cucine – il core business per cui è nota a tutti gli italiani – e bagni.

Proprio due anni fa, infatti, fu presentata la prima linea di arredi per le stanze da bagno. «In commercio da fine 2012, il 2013 è stato il primo anno di intenso investimento sulla rete vendita italiana e estera. Abbiamo per lo più sfruttato i nostri punti vendita già esistenti in Italia e nel mondo. Ma stiamo esplorando anche nuove soluzioni, all'estero, attraverso altri distributori di arredi più generali o comunque estranei al mondo delle cucine. In ogni caso, ci stiamo concentrando sul lusso internazionale e su un classico elegante».

Intanto, il 2013 ha tenuto. Il fatturato 2013 – 200 milioni di euro circa – è cresciuto del 2 per cento. Per l'80% in Italia e per il 20% all'estero. Soprattutto negli Stati Uniti e in America centro-sud



200 milioni

Fatturato

È il fatturato 2013 di Scavolini, cresciuto del 2% rispetto all'esercizio 2012

20%

Estero

È la quota di fatturato dall'export. L'80% è in Italia

(dal Messico alla Colombia) con negozi monomarca. «Il Brasile – conferma Renzi – resta invece difficile a causa degli elevati dazi alle importazioni». Resta importante, in termini di fatturato complessivo il mercato europeo, assieme alla Svizzera. Ma non si trascura l'Asia. Dopo la sussidiaria aperta nel 2009 negli Usa, a inizio 2014 è stata inaugurata una sede commerciale in Cina.

«Quest'anno al Salone – ha concluso Renzi – presentiamo poi un nuovo concetto di cucina e bagno, studiato assieme allo studio giapponese Nendo, guidato da Oki Sato. Protagonisti: contenitori e mensole. Per uno spazio che può essere declinato, appunto, come cucina oppure bagno».

L.Ca.