

Scavolini: essere un brand globale non è semplice

Carla Cavaliere 4 gennaio 2019



La messa a punto definitiva di Mia by Carlo Cracco, che porta nella cucina domestica i plus professionali, coincide con la certificazione della qualità made in Italy di Scavolini, in continua espansione in Italia e nel mondo. Ne parliamo con l'AD Fabiana Scavolini

Numeri e calendario parlano da soli. Negli ultimi tre mesi **Scavolini** ha lanciato la nuova cucina **Mia by Carlo Cracco** presentata a Eurocucina 2018, ha aperto **8 nuovi Store in Italia**, (tra cui Vicenza, La Spezia, Fondi, Casarano e Roma) e **7 punti vendita all'estero** (l'ultimo il 23 novembre a Dublino). Inoltre ha ottenuto la **prestigiosa certificazione Made in Italy** rilasciata da **Cosmob** e **Catas**, ha partecipato con successo prima al Salone del Mobile.Milano Moscow presidiando un mercato strategico e in continua crescita per il brand come quello russo (Scavolini è già presente con oltre 100 punti vendita), e più recentemente è stata tra i protagonisti del Salone del Mobile.Milano Shanghai, vista la priorità strategica dell'espansione della rete distributiva in Cina anche nelle città secondarie. E forse ci siamo anche dimenticati qualcosa. Perché il percorso di Scavolini è segnato da continue pietre miliari sul fronte di una innovazione globale quanto il suo processo di internazionalizzazione.

Promozione natalizia



Con **Fabiana Scavolini, amministratore delegato** di Scavolini, facciamo il punto su tre di queste "colonne" che fanno del brand italiano uno dei maggiori player internazionali.



Fabiana Scavolini, amministratore delegato di Scavolini

Scavolini ha recentemente ottenuto la Certificazione di prodotto, provenienza e qualità Made in Italy che dichiara l'origine italiana del mobile. Che cosa significa questo ulteriore riconoscimento per il brand e cosa cambia rispetto alle richieste e alle esigenze dei mercati di riferimento? Quali ulteriori passi sono previsti in termini di innovazione dei processi produttivi?

Da sempre, Scavolini è sinonimo di "Made in Italy": un made in Italy, il nostro, che coincide non solo con design e creatività italiani, ma anche con una produzione interamente disegnata e realizzata nel nostro Paese, che predilige la scelta - strategica e di valore - di fornitori nazionali, molti dei quali marchigiani, proprio come noi. L'ottenimento della Certificazione Made in Italy - che attesta ufficialmente l'origine italiana del prodotto - rafforza ulteriormente il nostro brand, da oltre 50 anni punto di riferimento del settore ed è per noi motivo di grande orgoglio perché testimonia concretamente il nostro contributo volto a valorizzare lo stile italiano a livello internazionale. Soprattutto all'estero, dove da sempre siamo percepiti come sinonimo di qualità tecnica ed estetica, ci attendiamo che la Certificazione possa migliorare ulteriormente la nostra immagine di marca e ad accrescerne il valore. All'estero, apprezzano molto le realtà imprenditoriali ricche di passato, con una tradizione artigianale e che si sono evolute in imprese industriali che guardano al futuro, e pensiamo che questo riconoscimento - possa consolidare il nostro posizionamento, potenziando il nostro brand e permettendoci di cogliere le numerose opportunità di business offerte da questi mercati in continua espansione. Essere un brand globale non è un'impresa semplice. Per questo, oltre al valore di una produzione interamente italiana, credo che il segreto del nostro successo sia da ricercarsi nella passione, determinazione, impegno e forte propensione all'innovazione, che da sempre ci guidano in tutti i nostri progetti e ci portano ad accogliere con entusiasmo le nuove sfide in tutte le fasi e ambiti della nostra attività, dalla produzione, fino alla distribuzione e al marketing.



ph. Gabriele Basilico

Inevitabile sottolineare la "marcia" in crescendo degli Scavolini Store e della capacità comunicativa dell'azienda: quali sono i programmi e i progetti per il futuro? E come si evolverà la connessione tra la distribuzione in store e l'on line?

Il progetto Scavolini Store, che sin dalla nascita nel 2006 ha registrato uno sviluppo importante sia in termini quantitativi che qualitativi, rappresenta per noi un patrimonio importantissimo sul quale continueremo ad investire. La partnership con la rete distributiva è un asset fondamentale per la nostra azienda, tanto che da tempo siamo impegnati in un intenso processo di valorizzazione del canale retail. Una delle maggiori sfide poste dalla società contemporanea che le aziende del nostro settore si trovano a dover affrontare è infatti l'integrazione tra punti vendita ed e-commerce, tra processi esistenti e nuove dinamiche sorte a seguito dell'avvento dell'era digitale e del conseguente mutamento delle esigenze dei consumatori, che hanno determinato il contestuale adeguamento dell'offerta sia in termini di prodotto che di servizi.

Oggi più che mai il nostro obiettivo è quello di far vivere ai consumatori una shopping experience unica e distintiva sia online che offline e di fornire ai nostri rivenditori tutti gli strumenti necessari affinché ciò si verifichi. In tal senso, l'offerta di servizi innovativi, come Virtuo - il software disponibile nei punti vendita Scavolini che permette ai consumatori di immergersi nella loro futura casa attraverso le tecnologie di realtà virtuale - ricopre un ruolo fondamentale.

NUMERO UNO CAMPIONE DEL SERVIZIO

All'elenco di certificazioni ottenute da Scavolini, si è aggiunto recentemente un altro importante riconoscimento: all'azienda è stato conferito il sigillo **"Nr. 1 Servizio"** per l'alto livello di assistenza offerto ai clienti italiani nel comparto. Il riconoscimento è assegnato alle aziende sulla base del risultato dello studio **"Migliori in Italia - Campioni del servizio 2018/2019"**, la più ampia indagine sul livello del servizio offerto dalle imprese sul territorio nazionale, condotta annualmente dall'Istituto tedesco Qualità e Finanza in cooperazione con l'Università Goethe di Francoforte.



La ricerca prende in considerazione 900 aziende suddivise in oltre 100 settori dell'economia e coinvolge complessivamente un campione di 200mila clienti italiani. Per quanto riguarda il settore **"Assistenza cucine"** è stato calcolato un Service Experience Score (SES) medio di 59,4%, ovvero la percentuale media degli italiani che giudicano come "molto buono" il servizio vissuto. Tra le 11 aziende considerate nella categoria, Scavolini ha primeggiato con **un punteggio largamente superiore alla media e pari al 72,3%**.

«Questo sigillo - commenta l'ad Fabiana Scavolini - non rappresenta quindi un punto di arrivo, bensì un'ulteriore spinta per garantire la migliore customer experience. Come dice la nostra mission, crediamo che i consumatori soddisfatti siano il vero patrimonio di un'azienda».



Mia by Carlo Cracco è una cucina d'autore anche nei dettagli e accessori professionali, come la boiserie a pannelli attrezzata a passo variabile e dotata di vari accessori, la lampada riscaldante (foto accanto), la base con tagliere estraibile dotata di pattumiera e portacoltelli (foto in alto)

*Nell'immagine in apertura: con **Mia by Carlo Cracco**, **Scavolini** propone una originale interpretazione domestica della cucina professionale, in cui design raffinato e personalizzazione materica si combinano con una forte componente tecnologica*

