

PER IL FUTURO È IMPORTANTE FARE SISTEMA, COME SOLO GLI ITALIANI SANNO FARE

Parola di Fabiana Scavolini, alla guida della più importante azienda italiana nel settore delle cucine componibili

Di PAOLO MOSSETTI 22/09/2020



Fondata a Pesaro nel 1961 dai fratelli Valter ed Elvino, Scavolini è oggi la **più importante azienda italiana nel settore delle cucine componibili**, con oltre 700 dipendenti e un fatturato che nel 2019 ha chiuso a 222 milioni di euro. Se il mercato italiano vale quasi tre quarti il suo giro d'affari, dagli anni Duemila è iniziata l'ambiziosa scalata di quello estero: prima Europa del nord, poi Stati Uniti. La tappa più difficile era però l'Estremo Oriente, che oggi è diventato territorio off-limits a causa di un virus che ha stravolto i programmi di qualsiasi industria nel mondo. **Fabiana Scavolini**, amministratore delegato dell'azienda, ci racconta di un anno a dir poco complicato che, tuttavia, presenta segnali incoraggianti e sfide da raccogliere anche sul piano della cultura del lavoro.

Come azienda come state affrontando la ripresa? E come dipingereste, a tratti generali, il più probabile scenario post-Covid per il vostro business?

Con la ripartenza ci siamo attivati prontamente individuando le migliori pratiche da adottare per sviluppare il business e rafforzare gli strumenti di supporto digitali, per garantire il continuo miglioramento dei servizi rivolti ai clienti. Al contempo, abbiamo ripreso e portato avanti le attività temporaneamente sospese, come l'apertura di nuovi store sia in Italia e all'estero, ovviamente tenendo in considerazione i tempi di ripartenza dei vari paesi. In futuro sarà importante, come si dice in questi casi, "fare sistema", come solo noi italiani sappiamo fare, e creare nuove sinergie tra il mondo del design e dell'arredamento e le aree di business contigue.

In questo particolare momento in cui le aziende hanno ricominciato a produrre c'è fiducia da parte dei vostri clienti? Quali sono le prospettive del mercato italiano e di quelli internazionali?

Devo dire che nonostante i recenti avvenimenti, la risposta dei nostri partner è stata propositiva: tutti hanno mostrato sin dall'inizio massima collaborazione e fiducia nei nostri confronti. Anche durante le settimane di lockdown abbiamo sempre mantenuto un contatto diretto con la nostra rete vendita. Indubbiamente il periodo appena trascorso influenzerà l'andamento dei mercati a livello internazionale, ma nonostante ciò stiamo registrando segnali incoraggianti: giugno e luglio ad esempio si sono rivelati mesi positivi con l'arrivo di nuovi ordini. Restiamo fiduciosi per l'andamento dell'anno.

Grandi aziende della moda hanno annunciato di voler produrre meno e meglio. Pensa che il rallentamento sostenibile riguardi anche il mondo del design?

Considerate le differenze sostanziali che caratterizzano i due settori e i prodotti, penso che il percorso verso una maggiore sostenibilità e le relative tempistiche di realizzazione saranno differenti. Il settore dell'arredamento, che ha a che fare con beni durevoli, ha già da tempo implementato misure green e Scavolini, in particolare, da sempre considera prioritaria la salvaguardia dell'ambiente. Per questo da anni ci impegniamo attivamente per contribuire alla formazione e alla diffusione di un nuovo modo di vivere e di fare impresa: ad esempio c'è la produzione di energia pulita tramite un impianto fotovoltaico che garantisce il 90 per cento del fabbisogno energetico di Scavolini; l'utilizzo di energia certificata proveniente da fonti rinnovabili; l'impiego di pannelli ecologici Idroleb certificati per le strutture delle cucine, solo per citarne alcuni.

Cosa avevate in programma per il Salone del mobile e come lo state raccontando?

Quando abbiamo saputo che la fiera sarebbe stata annullata abbiamo subito riprogrammato il lancio delle nuove proposte. Durante l'autunno partiremo con la presentazione di alcune di queste. Rimarrà sempre l'ipotesi di organizzare eventi fisici ad hoc prima di arrivare al Salone del Mobile 2021, ma si tratta di una prospettiva che deve essere necessariamente valutata a seconda di come evolverà l'emergenza nei prossimi mesi.

Il mondo delle fiere andrà ripensato? C'è chi ha parlato, anche prima del Covid 19, di eventi che talvolta erano troppo affollati e dispersivi. L'alleanza con il digitale potrebbe essere una soluzione? Pensa che ci sarà una selezione di queste manifestazioni nel mondo?

Sì, quello che è successo in questi mesi influenzerà molti aspetti della quotidianità e probabilmente anche il tradizionale modo di concepire gli eventi fieristici. È possibile ripensare questo mondo sfruttando la naturale accelerazione digitale e gli strumenti innovativi oggi disponibili, integrando on e offline per garantire massima sicurezza e al contempo arricchire l'esperienza e offrire sempre la possibilità di toccare con mano i prodotti. Sarà una sfida impegnativa per tutti gli attori del settore a livello internazionale. Se saremo capaci di evolverci verremo premiati, ne sono sicura.

Questa crisi sanitaria ha portato a una digitalizzazione accelerata nel vostro modello di business? E con quali conseguenze?

La crisi ha messo in luce le potenzialità degli strumenti digitali e la tecnologia ha favorito un salto di paradigma: siamo riusciti a stare vicini ai nostri venditori durante il lockdown, a organizzare corsi di formazione via web; a lanciare servizi - a cui stavamo già lavorando - che permettessero di integrare mondo fisico e virtuale. In futuro, sfruttando in modo strategico l'odierna accelerazione digitale, tutte le aziende del settore potranno avvalersi di strumenti tecnologici per favorire ulteriormente gli adeguamenti strutturali derivanti dalla recente esperienza, creando nuove sinergie e generando valore.

La crisi economica di questi mesi unita alla necessità di maggiore distanziamento porterà a nuove scelte più eco-friendly e alla sperimentazione con materiali innovativi, o rischia di aumentare la tolleranza per scelte produttive meno ambientaliste?

Credo che vero progresso possa essere soltanto nel segno della sostenibilità in quanto sinonimo di competitività e riduzione del rischio d'impresa. La crisi globale di questi mesi ha incentivato la scelta del green e della sperimentazione di materiali innovativi e consolidato la nostra posizione su questa tematica. Già a partire dal 2009 abbiamo definito la nostra missione nel campo della tutela ambientale con Scavolini Green Mind, un ambizioso progetto ecosostenibile che attraverso i comportamenti e le misure adottate nell'uso responsabile delle risorse, nell'utilizzo di energie rinnovabili e nel recupero dei materiali di scarto, testimonia il nostro impegno in questo ambito e mira a sensibilizzare le persone per generare valore non solo per l'azienda ma anche per la società e il territorio in cui opera.

La casa è stata la grande protagonista del lockdown assorbendo attività che prima si facevano fuori casa. Secondo i sondaggi la tendenza di trascorrere più tempo in casa caratterizzerà il prossimo futuro. Ci saranno conseguenze nel modo di disegnare gli arredi?

Senza alcun dubbio questa esperienza avrà un impatto sul modo di vivere la casa e di conseguenza anche di pensare e progettare gli arredi. Anche prima del Covid noi di Scavolini abbiamo sempre cercato di immaginare una nuova interpretazione di casa e le future modalità dell'abitare: abbiamo creato un'offerta non solo per la cucina, ma anche per il living e il bagno, in linea con un'idea di ambienti più "integrati" e polifunzionali, in cui gli spazi abbandonano ogni connotazione tradizionale, per trasformarsi in luoghi aperti e ibridi in grado di coniugare funzionalità e attività diverse tra loro. In tal senso, Box Life, il programma di armadiature che nasconde i diversi ambienti della casa, e Gym Space, la linea d'arredo bagno che integra sala da bagno e palestra, sono due collezioni oggi più che mai attuali e rappresentative non solo della rinnovata centralità della casa nelle nostre vite, ma anche della nostra capacità di cogliere i trend futuri dell'arredo.