

Scavolini va oltre la cucina e ora scommette sul bagno

L'AZIENDA LANCIA IL MARCHIO "BLU SCAVOLINI" PER PUNTARE AL BENESSERE E ALLA CURA DEL CORPO ANCHE DENTRO CASA. LE NUOVE "COLLEZIONI" VOGLIONO COPRIRE TUTTE LE FASCE DI PREZZO E SARANNO DISTRIBUITE SU TUTTA LA RETE

Irene Maria Scalise

Roma

E' da sempre la più amata dagli italiani. E ora prova ad ampliare ancora di più il consenso del mercato rendendo il bagno protagonista. E' Scavolini che, con il marchio Blu Scavolini che verrà presentato in occasione del salone del mobile, punta al benessere e alla cura di se anche dentro casa. La decisione non è casuale. L'azienda ha ragionato su un'evoluzione del vivere che vede il benessere protagonista. «Il bagno è uno degli ambienti della casa che negli ultimi anni si è maggiormente caricato di valori positivi», spiega il presidente del gruppo Valter Scavolini, «da ambiente di servizio è diventato attore dello spazio domestico. La nostra divisione contract ci ha suggerito un'estensione in cui cucina e bagno condividono riflessioni su stili e tendenze».

Ma quale sarà la fascia di pubblico da conquistare? «Larga, larghissima e con lo stesso tipo di logica delle cucine», spiega Vittorio Renzi, direttore generale di Scavolini, «soddisfare tutte le tasche e tutti i gusti». Il difficile momento del mercato non spaventa il gruppo. «Noi da dieci anni stiamo facendo investimenti», prosegue Renzi, «e ci comportiamo meglio del mercato quindi per noi è co-

munque un buon momento». Il piano di espansione è notevole: le nuove collezioni bagno saranno vendute attraverso una rete nazionale e internazionale di Scavolini con mille punti vendita in Italia e più di 300 in tutto il mondo. L'obiettivo estero è in continuo movimento: «In Usa siamo già molto forti con Scavolini Usa», precisa il direttore generale, «quindi puntiamo ai mercati asiatici, alla Russia, all'India dove abbiamo già cinque negozi. No invece al Brasile dove c'è già una grande offerta e non è permeabile».

Blu Scavolini non è una semplice collezione di mobili per il bagno ma un programma di ambienti completi che incrociano *lifestyle* e *wellness*. Ecco dunque mobili con

cassetti e cestoni estraibili, pensili e armadi orizzontali e verticali, vani di diversa profondità, sette collezioni di oltre 25 lavabi dai disegni esclusivi. Sanitari sospesi e materiali di pregio: mineralmarmo, vetro, pietra. Più 30 sistemi di illuminazione, 165 finiture e più di 1500 articoli. Non mancano gli accessori: dai divisori in legno sino ai cassetti e i cestoni estraibili. La possibilità è per tutte le case e per tutte le dimensioni: dal bagno principale a quello più piccolo di servizio.

Art direction di Blu Scavolini è lo Studio Castiglia&Associati che presenta sette collezioni mobili distinte

per tipologia e apertura delle ante. Per tutte grande modularità, attenzione al dettaglio e colorazioni infinite. Il servizio è a 360 gradi e prevede un nuovo distributivo. Per mettere il cliente a suo agio c'è tutto un programma di tutoraggio che va dalla consulenza in fase di progettazione, l'attenzione al montaggio e l'assistenza post vendita.



Il marchio **Blu Scavolini**, nella foto un modello, sarà presentato al Salone del mobile di Milano in questi giorni