



Risparmio, Mercato, Imprese
L'Economia

LUNEDÌ
6.09.2021

ANNO XXV - N. 33

economia.corriere.it

del **CORRIERE DELLA SERA**

**LAVORO
NON PERDIAMO
QUELLO CHE C'È
ORA UN DATA BASE
NAZIONALE
PER I POSTI OFFERTI**

L'ondata di licenziamenti previsti con la fine del blocco non è arrivata. E adesso cresciamo

di Ferruccio de Bortoli
Con articoli di Alberto Brambilla, Carlo Cinelli,
Daniela Manca, Rita Querzè 2, 7, 19

Fabiana Scavolini
Alla guida del gruppo di famiglia

INDUSTRIA
**FABIANA SCAVOLINI:
CON LE NOSTRE
200 AZIENDE
DELLA FILIERA
STIAMO CORRENDO
LA RIPRESA
È SOLO INIZIATA**

di Daniela Polizzi 8

GRANDE DISTRIBUZIONE
**ARENA (VÉGÉ):
OBIETTIVO
12 MILIARDI DI RICAVI
E CON GLOVO...**

di Irene Consigliere 25

L'EFFETTO DELLA TECNOLOGIA
**SI RIVEDE L'INFLAZIONE
MA SIAMO SICURI
CHE STIA DAVVERO
ACCELERANDO?**

di Alberto Mingardi e Massimo Sideri 4, 5

**BIG-TECH IN BORSA
CHI VINCE TRA USA E CINA**
di Piermilio Gadda 37

DIAMO AI PROGETTI L'ECCELLENZA CHE MERITANO

L'innovativo Polo Ricettivo **Life Source** ha scelto **Mitsubishi Electric** per la realizzazione di sistemi per il riscaldamento e raffrescamento d'aria e la produzione di acqua calda sanitaria. Grazie alla presenza di sistemi di monitoraggio, gestione ed ottimizzazione dell'efficienza energetica, l'edificio ha ottenuto la prestigiosa **certificazione LEED GOLD**.

Polo Ricettivo **LIFE SOURCE**
(Bergamo)

Life Source
FOOD EXPERIENCE | HOTEL | CLINIC



Mitsubishi Electric è sempre più coinvolta in prestigiosi e avveniristici progetti, grazie alla qualità delle sue soluzioni tecnologiche e ad un'ampia gamma di servizi dedicati pre e post vendita. Oggi è il partner ideale perché ha a cuore non solo il **rispetto ambientale**, ma anche il **risparmio energetico** che si traduce in una significativa riduzione dei consumi. **Per un clima ideale, ogni giorno di più.**



FABIANA SCAVOLINI

«Continuiamo a investire nella macchina produttiva e aggiungere ingredienti tech. È indispensabile per restare competitivi», dice l'amministratrice delegata del gruppo, il primo in Italia nelle cucine

1961

La nascita

Valter (nella foto) e il fratello Elvino, apprendisti in una piccola azienda di mobili, si mettono in proprio



Il suo sogno? «Vorrei che l'azienda continuasse a crescere nel suo ruolo, da cucina a casa più amata dagli italiani, anche nel mondo. Stati Uniti per primi, visto che sono diventati il nostro mercato estero più rilevante. Gli ingredienti li abbiamo già tutti qui, a Montelabbate. La tecnologia, che già permette di dare voce alla cucina attraverso Alexa, l'assistente vocale di Amazon, poi la rete di fornitori — preziosa per noi e per tutti i produttori italiani del settore —, ma anche la distribuzione e i 700 dipendenti del gruppo. La chiave è però continuare a investire nella nostra macchina produttiva, quell'industria, cuore del made in Italy, che va alimentata con impegno e visione. Me lo ha insegnato mio padre Valter».

Fabiana Scavolini, 50 anni, è l'amministratrice delegata del gruppo che fa capo all'omonima famiglia marchigiana. Un'idea della forza della macchina Scavolini? Nei mesi estivi ha prodotto ogni giorno un picco di oltre 230 composizioni d'arredo. Le radici sono nel distretto alle spalle di Pesaro, una delle eccellenze nazionali.



Non sappiamo ancora quanti buyer esteri e italiani verranno. Per noi è importante esserci, il Supersalone è un simbolo della rinascita. Non solo del settore, che ha sofferto meno di tanti altri, ma anche di un ritorno a incontrare le persone, l'opportunità di capire meglio come sono cambiate le esigenze dei clienti. Noi esponiamo i nuovi progetti Diesel Get Together Kitchen e Misfits Bathroom, realizzati in collaborazione con Diesel Living. L'intesa con i designer è stata al centro di tutta la storia di Scavolini, fin dai tempi di Agostino Bertani, Enrico Tonucci, Pierluigi Molinari, passando per Giugiaro Design, King & Miranda Design, fino a Fabio Novembre con il

progetto Dandy Plus».

Parla di investire nell'industria. Quali i piani?

«Siamo in fase di realizzazione di sei nuovi magazzini interni per la movimentazione e il riordino delle ante per le cucine, qui a Montelabbate. Non smettiamo mai di investire per sostenere la produzione e aggiungere ingredienti tech. È indispensabile per essere competitivi. La sfida di Scavolini è continuare a mantenere il giusto rapporto tra qualità e prezzo, come da tradizione. Coniugare design, innovazione e prezzo è un esercizio che richiede impegno costante».

Il modello d'impresa resta quello disegnato da suo padre..

«Sì, perché è vincente. La filiera, prima di tutto, — 200 imprese italiane — che lavorano molto per noi ma anche per altre aziende del settore. Anche per questo è importante che ripartano tutte le aziende. La filiera è cruciale per il made in Italy. Ci vuole un rapporto di collaborazione sempre più stretto. Se c'è questo rapporto di collaborazione stretto tra aziende e fornitori, se si ragiona come se si fosse un'unica impresa allora si vince. In un momento come questo in cui ci sono difficoltà nell'approvvigionamento dei materiali, salgono i prezzi delle materie prime, è necessaria una forte collaborazione tra i partner. Queste difficoltà ancora non sono finite e credo che ci saranno strascichi anche nel 2022. In generale, per l'Italia è un peccato aver perso parte dell'industria con attività produttive dislocate in altri mercati. Ma Scavolini investe e rimane qui in Italia. Abbiamo poi proseguito nella spinta innovativa impostata da mio padre anche con il debutto nell'e-commerce nel 2017, per primi in Italia nel settore cucine».

Da cucina a casa degli italiani. Come avviene il passaggio industriale?

«È già in corso. Dalla cucina al bagno, dal living alla cabina armadio, siamo diventati casa insieme agli italiani, rafforzeremo questo piano. La contaminazione l'aveva d'altronde avviata mio padre Valter che aveva inserito nelle cucine elementi d'ispirazione che venivano dagli arredamenti del soggiorno».

Quali sono i mercati esteri più importanti per l'azienda?

«Gli Stati Uniti, senza dubbio. Per noi ormai sono peraltro diventati il secondo mercato dopo l'Italia. Scavolini USA ha quattro negozi diretti più una rete di negozi indipendenti. Poi c'è la Cina dove abbiamo a Shanghai un ufficio di rappresentanza dal 2014. È ripartita molto bene e abbiamo ampliato la presenza con due nuovi store monomarca a Kunming e Shijiazhuang. Guardiamo alla situazione della Russia, Paese centrale per noi, alla crescita in Francia, dove siamo presenti dal 2019 con la controllata Scavolini France sas e al Regno Unito, dove nel 2015 abbiamo aperto a Londra la branch Uk. In questi mercati il made in Italy della casa ha grandi prospettive. L'Italia resta comunque il cuore, il 75% del nostro fatturato viene da qui. È un mercato che per la cucina vale, valore alla produzione, circa 2 miliardi».

Quali sono le regole d'ingaggio in una famiglia che sta arrivando alla terza generazione?

«Impegno, passione e visione di lungo periodo, ci si misura anche su questo. Da qualche anno è entrata in azienda anche la terza generazione con Vittorio ed Eleonora. In tutto sono diciannove i cugini che appartengono alla terza generazione, molti sono giovani. Sceglieranno se lavorare in azienda o seguire altre passioni e quindi svolgere il ruolo di azionisti di Scavolini».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

RIPARTIAMO DALLE FILIERE AL SUPERSALONE TANTO DESIGN

di Daniela Polizzi

1984

I testimonial

Con Raffaella Carrà nasce «La cucina più amata dagli italiani»

1995

Seconda generazione

Entra in azienda Fabiana Scavolini, figlia di Valter. Nel 2014 diventerà ceo

2021

I mercati

Il gruppo, che include anche Ernestomeda, rafforza la presenza all'estero. L'azienda compie 60 anni

Laureata in Economia e commercio, guida l'azienda — è una delle poche donne al vertice operativo di una grande azienda dell'arredo design — dal 2014. La scelta è stata condivisa dalla famiglia, presente in azienda con la seconda e più di recente con la terza generazione. Quest'anno festeggia i 60 anni di attività.

«Ci conosciamo meglio di chiunque altro e tutti, tra fratelli e cugini, sappiamo che l'impresa è un valore e che occorre saperla tutelare. Chi vuole entrare nella gestione deve fare un percorso ben preciso. Il modello lo ha fornito mio padre, presidente e fondatore assieme al fratello Elvino. Le regole le abbiamo scritte in un 'patto di famiglia' le cui linee guida non devono restare solo sulla carta, ma essere vissute quotidianamente».

L'imprenditrice è entrata in azienda dopo la laurea nel 1995 e si è occupata di marketing con responsabilità crescenti. È al timone del maggior gruppo italiano delle cucine con 217 milioni di ricavi nel 2019, «l'ultimo anno di normalità — dice —, nel 2020 ci siamo attestati a circa 202 milioni e per quest'anno vediamo una crescita a doppia cifra rispetto al 2019». Del gruppo fa parte anche Ernestomeda, brand scelto da Valter Scavolini quando rilevò negli anni '90 la pesarese Nicolini. La guida il cugino di Fabiana, Alberto, che l'ha portata verso un pubblico sofisticato, grazie anche a collaborazioni con architetti come Zaha Hadid e Jean Nouvel.

Questa edizione straordinaria del Salone del mobile aiuterà il settore?

«È un segnale della ripartenza e del riscatto.