

informazione pubblicitaria



La "cucina più amata dagli italiani" è nata in un negozio di alimentari

Fabiana Scavolini guida l'omonima azienda nata grazie all'intraprendenza del padre Valter e suo fratello Elvino. La scelta di darsi il volto di Raffaella Carrà: "Con il papa e Pertini era la più amata". Le doti della leader: "Empatia e ascolto"

di PATRIZIA CAPUA



17 Novembre 2019



Fabiana Scavolini

C'erano una volta Raffaella Carrà e Lorella Cuccarini, poi è venuto Carlo Cracco. Cambiano i testimonial ma la sua è sempre la cucina più amata dagli italiani. Lo slogan del brand, cioè, è ancora lo stesso da 50 anni. E Fabiana Scavolini, amministratrice delegata dell'azienda di Pesaro, ne porta con fierezza la bandiera. Lei è la seconda generazione della famiglia che da un piccolo negozio di alimentari e frutta gestito dai nonni, diede vita a un'attività industriale distribuita oggi in 50 paesi del mondo.

Artefici del progetto sono stati suo padre Valter, un visionario col temperamento del

leader, e il fratello Elvino, di undici anni più grande. Li spingeva una volontà frenetica di affermarsi in un settore dell'arredamento della casa destinato a diventare il cuore di un'Italia in pieno boom economico. Sposati a due sorelle, legati a doppio filo da stima e fiducia, con una visione comune su tutto, mai mettendosi in discussione l'uno con l'altro, i fratelli Scavolini hanno costruito l'impresa che oggi impiega più di 700 persone, un importante indotto sul territorio locale, e ha chiuso il bilancio 2018 con un fatturato di 225

informazione pubblicitaria

CheAper[®], SmArter 2.0

Scopri di più

[Avvertenze](#)

OSSERVATORI

Osserva Italia



Energitalia



CONSUMI ENERGITALIA SOSTENIBILITÀ

#Osservaltalia



Consumi, Trend, Stili di vita. Ogni giorno

in collaborazione con CONAD

milioni di euro.

Un'avventura partita nel 1961 con Valter, "mio padre, spirito indomito, aveva appena 19 anni, dunque era minorenne, e il padre dovette come si diceva allora 'prestargli gli anni', firmando per lui delle garanzie. Era il suo ok, ma ha voluto che prendesse un socio. E mio zio, che come lui prima, ancora lavorava presso un piccolo imprenditore che faceva buffet, cioè le prime cucine, è entrato a lavorare nell'azienda".

Poco dopo, nel 1964, arrivava sul mercato la cucina americana. Non erano più solamente il lavello e la zona cottura, ma mobili integrati che la rendevano più vivibile, più ampia, confortevole e anche molto colorata. Da lì si è partiti.

"Abitavano a Santa Veneranda, alla periferia di Pesaro, e già nel 1967 mio padre e mio zio più due soci si volevano spostare perché la fabbrica stava crescendo e non aveva spazio per espandersi. Sono venuti a Montelabbate, dove siamo adesso, ed è continuata la produzione di quel modello di cucine americane che poi sono diventate le nostre componibili. Laccate a colori, che avevano il telaio con un pannello interno reversibile, il disegno classico oppure l'Isola della Melarosa firmata da Agostino Bertani, una cucina in tamburato, moderna. Il design l'ha sempre seguito mio padre nel nostro ufficio di progettazione, poi abbiamo cominciato a chiamare anche architetti da fuori e sono nate molte collaborazioni con nomi del calibro di Karim Rashid e Giugiaro".

Erano gli anni Settanta e sul mercato si misuravano tante aziende. Gli Scavolini, con lo storico direttore commerciale, Edmondo Nobili, che li affiancava nella gestione, si rendono conto che per poter emergere dovevano fare qualcosa di diverso. E decidono di investire nella comunicazione. Il primo testimonial era un fumetto che reclamizzava la cucina con ottimi materiali. Subito dopo le sponsorizzazioni sportive con la squadra di basket, nel 1972, la Victoria Libertas Pallacanestro, semplicemente conosciuta come Scavolini Pesaro, una passione dell'azienda che fino al 2005 ne è stata sponsor e unica proprietaria. Ora la squadra non ha più il suo nome.

"Credere nella comunicazione ci ha portato nel 1984 ad abbinare il brand a Raffaella Carrà. Tv Sorrisi e canzoni aveva pubblicato un sondaggio sui personaggi più amati dagli italiani. Erano il papa, Pertini e la Carrà. Lei conduceva la seguitissima trasmissione 'Pronto Raffaella'. La ingaggiammo. Siamo ben presto diventati leader di mercato, ci ha fatto fare il salto nella riconoscibilità del marchio. Nel 1987 il testimone è passato a Lorella Cuccarini fino al 2004". Nel frattempo nella famiglia si affermava il marchio di target alto Ernestomeda, creato nel 1996.

Per Fabiana Scavolini, classe 1970, nata a Pesaro, il percorso professionale comincia a 25 anni, dopo il diploma di liceo scientifico e a cavallo della laurea in Economia e Commercio all'università di Bologna. "Oggi sono amministratrice delegata, è venuto tutto un po' naturale. Ma devo dire che nessuno di noi, e siamo in otto tra fratelli e cugini, nessuno è stato costretto o forzato, né io e mio fratello Gianmarco né gli altri. Zio Elvino dal 2004 non c'è più. Una mancanza forte per una famiglia tanto unita, mio padre e mio zio sempre insieme, hanno costruito l'impresa, l'hanno messa al centro della loro vita, avevano caratteri complementari".

Il mercato estero per la Scavolini si apre come prima esportazione a metà degli anni Ottanta, grazie alle fiere. E anche allo sport. In paesi come la Grecia e la Spagna dove il basket era molto conosciuto e seguito, i primi negozi nascono per una serie di rivenditori tifosi, o "anche l'agente greco che ancora abbiamo, che studiava farmacia a Bologna, ci ha conosciuti e ha deciso di cambiare vita. È tornato in Grecia, è diventato nostro fiduciario, ha aperto negozi. Nei primi anni del Duemila l'espansione all'estero la guidavamo, ma non eravamo presenti. Nel 2007 ci siamo resi conto che per poter contare su uno sviluppo più organico e più strategico dovevamo esserci. Così abbiamo aperto la filiale negli Usa, nel 2009 il primo negozio diretto Scavolini Soho Gallery, lo store di cucine più grande di Manhattan. Poi un secondo a New York e un altro ancora a Miami. Questo è stato molto importante. Presenza di nostre persone sul territorio: in America è fondamentale".

Scavolini sbarca in Cina nel 2014, a Shanghai. Si affida a un italiano che viveva laggiù da tanti anni e aveva la fortuna di parlare benissimo la lingua cinese e di conoscere la cultura di quel paese. Il mercato si rivela ottimo e la star delle cucine inaugura oltre trenta punti vendita mentre altri negozi indipendenti chiedono la licenza. Il Regno Unito è un altro presidio commerciale importante per l'azienda di Pesaro, "noi continuiamo a collezionare store e siamo lì, alla finestra, non riusciamo a capire cosa succederà con la Brexit ma continuiamo a lavorare. Dall'anno scorso è nata anche Scavolini France, a Parigi, non

Newsletter

Rep: _____

Hotpot

Cosa bolle in Cina

a cura di Filippo Santelli





Hotpot - Cosa bolle in Cina

L'appuntamento riservato agli abbonati con i fatti e gli aggiornamenti dalla Cina a cura di Filippo Santelli

ABBONATI

informazione pubblicitaria

Ann.  **BLACK FRIDAY** SELO A NOVEMBRE



Tuo da 11.450 €

Renault Italia [Scopri lo](#)

DATI FINANZIARI

MERCATI MATERIE PRIME TITOLI DI STATO

Descrizione Ultimo Var %

DAX 13.254 **+0,09%**

Dow Jones 28.005 **+0,80%**

FTSE 100 7.307 **+0,06%**

FTSE MIB 23.595 **+0,03%**

Hang Seng 26.327 **+0,01%**

Nasdaq 8.541 **+0,73%**

Nikkei 225 23.417 **+0,49%**

Swiss Market 10.310 **+0,75%**

[LISTA COMPLETA](#)

sono ancora negozi diretti, ma stiamo sviluppando la rete perché i francesi prediligono le cucine italiane. Il nostro responsabile commerciale per l'estero ha accettato la sfida, è diventato direttore di Scavolini France. Nei paesi arabi siamo presenti, nemmeno lì in maniera diretta. Diciamo che nel mondo ci siamo, non dico dappertutto ma quasi. Vorremmo mettere la nostra bandiera anche in Australia".

La gamma di oltre 30 modelli e 350 finiture è interamente prodotta in Italia. "Siamo un'azienda nazionale. La crisi nel nostro paese, in America, in Russia, è stata forte, non si può dire che non ci abbia segnato. Ci ha portato a lanciare 'Scavolini Easy', prodotto di fascia medio bassa perché quella alta si è compressa. Purtroppo il nostro mercato, già molto maturo, è fermo e lo sarà almeno nel breve e medio periodo. Dobbiamo mantenere le produzioni sul territorio nazionale, che è il nostro mercato principe, ma anche affrontare la sfida di un'importante crescita all'estero. Abbiamo 850 punti vendita in Italia e 130 store dedicati, solo marchio Scavolini, identificati totalmente con l'azienda, e nel mondo altri 350, con una strategia attenta a un prodotto di qualità con prezzo accessibile. La distribuzione è importante, operiamo una valutazione minuziosa su dove aprire gli store perché sono la nostra immagine sul territorio. Il mercato aggressivo è dato non solo dai concorrenti ma dalla grande distribuzione che secondo i numeri ne detiene una buona metà. Per fortuna abbiamo la capacità di rivolgerci all'estero, un campo vastissimo dove il nostro marchio occupa una fascia alta".

Dal 2012 Scavolini non è più soltanto cucine, ma anche bagni e living. Una gamma ampliata dalle richieste del mercato e dall'esigenza di agguantare il filone del contract, il sistema di forniture di mobili destinate a grandi sviluppi immobiliari, pubblici o privati, che negli Usa va a gonfie vele. E a questo punto entra in scena il testimonial Carlo Cracco. Lo chef stellato che nei giorni scorsi a Roma ha conquistato le Tre forchette del Gambero rosso, compare accomodato nella vasca da bagno e poi in accappatoio davanti allo specchio. "Ci ho pensato io, cogliendo questa grandissima attenzione mediatica al mondo del cucinare. Perché all'estero la nostra distribuzione di bagni e cucine è abbinata. Chi meglio di lui a rappresentarci? Nel 2016 abbiamo registrato lo spot, è stato una specie di corto circuito, un grande chef nella vasca da bagno e poi nel soggiorno. Il living ha preso piede per ovvi motivi: le case sono sempre più piccole e la necessità di avere una cucina aperta richiede un abbinamento di gusto. Adesso stiamo lavorando sui progetti delle cabine armadio, sono ancora in divenire, ma la struttura è la stessa del living, la spalla, le armadiature, solo più profonda. L'abbiamo presentata a Francoforte a marzo e a settembre anche al Cersaie, il salone internazionale della ceramica per arredo che si tiene ogni anno nel Polo fieristico di Bologna".

Non era semplice allargare l'attenzione sui nuovi prodotti andando oltre la più amata dagli italiani. Poi il rapporto con Cracco si è evoluto, non è rimasto più solo il testimonial dell'azienda di Pesaro. Progettata a quattro mani tra lui e i design interni, è nata Mia, una cucina domestica con aspetti professionali. "Lui ha aperto le porte del suo ristorante ai nostri architetti e ha raccontato quello che gli è necessario per fare al meglio il suo lavoro. Il progetto è stato apprezzato dai nostri rivenditori. Quest'anno assieme all'agente pubblicitaria e a Carlo, abbiamo realizzato un programma televisivo, coprodotto con la Rai, in onda da metà settembre a metà ottobre. 'Nella Mia cucina' ha definito le linee, i colori, una collaborazione a quattro mani. È una cucina molto interessante con caratteristiche particolari, e soprattutto piace. Questa intesa continuerà con delle novità e ci saranno prodotti realizzati a stretto contatto con design esterni".

Al tavolo del consiglio di amministrazione, Fabiana Scavolini sfodera un temperamento da leader, empatia e ascolto, "una dote molto femminile che mi porto dietro e la rivendico, altrimenti sarei una brutta copia di mio padre. È ancora in azienda, ha tanto da insegnarci, 77 anni, attivissimo, segue soprattutto la parte di prodotto. La delega non è semplice per uno come lui ma i tempi cambiano".

Nel cda ci sono tra gli altri il cugino Alberto, al timone di Ernestomeda, la cugina Emanuela, responsabile delle Risorse umane, un consigliere esterno "che, pur avendo noi manager bravissimi, è fondamentale per una visione diversa, per non restare a ragionare nel solo ambito della famiglia. La fatica quotidiana è grande, si fa grazie alle persone che lavorano con noi".

Sposata nel 1998 con Lucio, impegnato nella formazione e nelle consulenze, due figli, Mattia, 18 anni, "una grandissima passione per la comunicazione video, e canta anche", e Luca 10 anni, è alla sua famiglia che Fabiana Scavolini dedica la maggior parte del tempo libero. "È veramente poco, ma per me è vitale. Ci piace vedere le serie televisive insieme, noi quattro, abbiamo una casa in campagna, a volte ci andiamo con gli amici, quando posso le amiche, rilassarmi da sola lo farò quando il piccolo crescerà. Stiamo pianificando

informazione pubblicitaria

Grandi aspettative -
Straordinario novembre
che tutti i tuoi desideri
si avverino
Flying Tiger Copenhagen

CALCOLATORE VALUTE

EUR

USD

1

1,10

EURO

DOLLARO USA

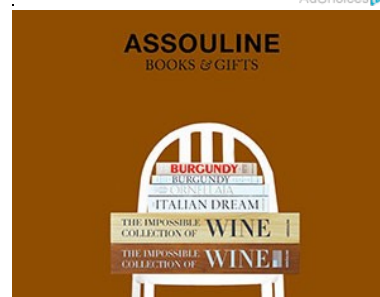
IMPORTO

1

CALCOLA

informazione pubblicitaria

AdChoices



il momento per stare tutti insieme noi dieci nipoti. Penso che mi porteranno in montagna. Ho ripreso gli sci, non amo sciare, lo faccio per stare in compagnia".

Le tracce del terzo passaggio generazionale sono di un nipote, Vittorio Naldi. È nella branch in Inghilterra, "un ragazzo in gambissima, per noi un arricchimento. E siamo tutti convinti, a cominciare da mio padre, che la governance deve essere tale da permettere di superare il transito e puntare su sfide importanti di crescita internazionale". Pensa ai suoi figli. "Vedremo. L'azienda è aperta, abbiamo codificato un percorso, dalle lauree a periodi di lavoro anche all'estero. Poi in azienda ci deve essere un ruolo disponibile, la posizione non si può inventare, abbiamo il dovere di tutelare la società".

Fabiana Scavolini ne è l'esempio. "Stavo per laurearmi. A giugno si era liberata una casella da impiegata nell'ufficio marketing, uno dei pilastri della strategia aziendale. Mio padre fu chiarissimo: se entri adesso bene, altrimenti più avanti ti aspetta l'amministrazione. Quello che proprio non volevo. E mi sono tuffata".

"La Repubblica si batterà sempre in difesa della libertà di informazione, per i suoi lettori e per tutti coloro che hanno a cuore i principi della democrazia e della convivenza civile"

Carlo Verdelli

ABBONATI A REPUBBLICA

donne impresa Fabiana Scavolini

© Riproduzione riservata

17 Novembre 2019

ARTICOLI CORRELATI



Le sliding doors di Irene Vecchione, da maratoneta delle startup a manager della formazione

DI PATRIZIA CAPUA



Anna Gervasoni: "Con la finanza alternativa aiutiamo le imprese a crescere"

DI PATRIZIA CAPUA



Creme naturali, bellezza e affari: "Così abbiamo conquistato Julia Roberts, Jennifer Lopez e Madonna"

DI PATRIZIA CAPUA

informazione pubblicitaria

