

“La crisis nos encontró con todas las condiciones necesarias para jugar al ataque”

Calidad, creatividad, diseño, estilo, innovación y fiabilidad son los valores que caracterizan al sector de la cocina en Italia, y sus puntos fuertes. Así se diferencian de las otras producciones europeas, lo que les ha permitido, a lo largo de los años, exportar su marca y productos a todo el mundo.



La crisis ha afectado profundamente al sector, sin embargo, hay elementos imprescindibles, como la calidad, el diseño, el cuidado por los detalles y la atención al medio ambiente, que siguen siendo el centro de atención de los consumidores. En cuanto al fu-

turo, los datos muestran que se empieza a registrar un aumento significativo en la propensión a la compra de los consumidores italianos, incluso en lo que respecta a los artículos para el hogar, y esto es un motivo de esperanza.

Así expresa su valoración del

sector en Italia hoy **Roberto Gramaccioni**, export manager de Scavolini, quien añade que “en nuestro caso hemos optado por encarar la situación y no someternos a ella. Esto ha sido posible porque nos encontró con todas las condiciones necesarias para jugar al ataque:

sólida capitalización, ausencia de deudas, soluciones avanzadas en términos de tecnología e informática, una marca muy conocida y fuerte. Gracias a esto, hemos sido capaces de hacer frente, con éxito, a esta coyuntura económica, sin dejar de presentar nuevos proyectos importantes, adoptando una política de venta al por menor siempre en expansión. En el frente de la distribución, seguiremos centrándonos en las Scavolini Store, puntos de venta monomarca”.

La internacionalización es hoy un factor clave para la compañía. Exportan a todo el mundo, con una política de fuerte crecimiento y un aumento constante de nuevas aperturas. Una estrategia exitosa basada no solo en la elección eficaz y selectiva de continua potenciación de su red de distribución, sino también en el desarrollo de propuestas diseñadas de acuerdo a los gustos y necesidades de los diferentes países, y en una política de comunicación orientada al reconocimiento de marca, que garantiza una fuerte visibilidad de sus puntos fuertes. “Contamos con más de 300 puntos de venta en el extranjero: 150 están en Europa, 60 en Rusia y en las repúblicas del Este, 40 en América del Norte, 15 en Centroamérica y Sudamérica y otros



Roberto Gramaccioni, export manager de Scavolini

tantos en Asia y Oceanía, que se unen a los más de 1.000 puntos de venta en Italia. En España, donde estamos presentes desde hace más de 20 años, y donde hoy contamos con 22 puntos de venta distribuidos por todo el territorio, hemos abierto recientemente dos nuevas Scavolini Store en Burgos y Marbella”, explica el export manager.

Corrientes

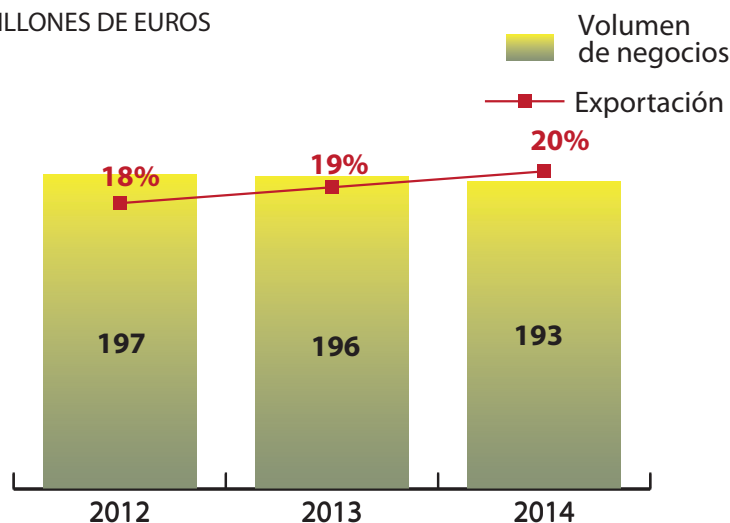
Las últimas tendencias de la vivienda en el mercado italiano también están marcadas por la

transición de un tipo de casa fragmentada a una integrada, donde las habitaciones se abren y se mezclan, y donde la cocina y la sala de estar tienden a unirse. “También es cierto, sin embargo”, explica Gramaccioni, “que algunos consumidores -donde los espacios lo permiten- continúan prefiriendo ambientes divididos. Por esta razón, ofrecemos soluciones híbridas, como nuestro sistema de pared “Fluida” que, utilizado como pared divisoria, permite crear ambientes cocina y sala de estar separados pero comunicantes”. Preguntado sobre las novedades en materiales, el export manager señala que en los últimos años ha habido un gran desarrollo de materiales, tanto decorativos como melamínicos. “Desde el punto de vista estético, el nivel que han alcanzado los decorativos es tal que es realmente difícil, para alguien que no es experto, distinguirlos de la madera. Y esta característica trae consigo otras ventajas del decorativo con respecto a la madera, es decir, el precio y la comodidad/facilidad de mantenimiento. El crecimiento en comparación

“Una propuesta alternativa al color, que ha surgido en los últimos años, concierne los acabados metálicos”

SCAVOLINI. EVOLUCIÓN

MILLONES DE EUROS



MUEBLE ITALIANO

con otros materiales ha sido en cifras de dos dígitos". El minimalismo es otra de las tendencias que, en su opinión, sigue desempeñando un papel importante, representando un nicho de mercado que el consumidor todavía aprecia mucho, igual que el caso de los acabados brillantes.

Por lo que se refiere a la demanda en cuanto a colores, los tonos delicados y tendencialmente claros, como el blanco, los diferentes tipos de beige o el crema son, sin duda, "más adecuados para crear un ambiente acogedor y tranquilizador. También hemos notado una propensión a los tonos naturales y suaves como el tórtola y el gris cálido en varias gradaciones. Aún se eligen los colores más vibrantes, principalmente por un público más joven que ama atreverse y personalizar al máximo el lugar donde vive. Una propuesta alternativa al color, que ha surgido en los últimos años, concierne los acabados metálicos. Un atractivo "industrial" que se da a través de la elección de los materiales naturales y esenciales -envejecidos con tratamientos especiales- como la madera,

pero sobre todo, el acero y el vidrio, trabajados junto con el metal", explica Gramaccioni.

Compañía

"Calidad, investigación y desarrollo, diseño, atención al detalle, fiabilidad, respeto por el medio ambiente y una amplia gama de soluciones" así define el export manager la esencia de Scavolini. "Nuestra filosofía siempre se ha centrado en una combinación estratégica, basada en la perseverancia con la que cumplimos con nuestra política de marca y una serie de valores no negociables que conciernen a nuestra reputación. Además, nos distinguimos por el alto nivel de atención al cliente y la excelente relación calidad-precio".

Su gran novedad para el 2015 es el lanzamiento del catálogo dedicado a la sala de estar, que contiene una rica selección de propuestas caracterizadas por la versatilidad, comodidad y estilo. Una amplia gama, tanto de soluciones integradas de salas de estar, para una continuidad entre la sala y la cocina, como de soluciones independientes,

"Cada año realizamos importantes inversiones para concebir y garantizar soluciones innovadoras"

que ofrecen, al contrario, la posibilidad de componer la sala de estar para satisfacer los propios deseos. Entre las últimas novedades, también destaca el proyecto Motus, firmado por Vittore Niolu y el proyecto Gres Experience, mediante el cual se presentó el Gres porcelánico de bajo espesor también para el revestimiento de las puertas. El I+D también es un elemento clave en la empresa. Una tensión constante hacia la innovación que les impulsa a trabajar siempre en nuevos conceptos de producto, métodos y procesos de fabricación. "Cada año realizamos importantes inversiones para concebir y garantizar soluciones innovadoras, donde diseño y tecnología se armonizan para satisfacer cualquier necesidad de decoración y funcional. El resultado es una posición de liderazgo en el mercado italiano que cubrimos desde 1984, con una gama de 40 modelos y 350 acabados para la cocina, además de las propuestas para la sala de estar y nuestras colecciones completas de la línea Scavolini Bathrooms", concluye Gramaccioni. ■

