



Scavolini Store Montréal

3.9.2026

SCAVOLINI POURSUIT LE DÉVELOPPEMENT DE SON RÉSEAU À L'INTERNATIONAL

Le fabricant transalpin de solutions d'aménagement premium de l'habitat (cuisine, salle de bains, living, dressing, chambre à coucher, etc.) poursuit sa croissance internationale avec une série de nouvelles ouvertures sur des marchés stratégiques en Europe, en Asie, en Afrique et en Amérique ; ce faisant, il consolide encore davantage le positionnement de la marque sur les principaux marchés mondiaux de l'ameublement.

L'expansion du réseau retail constitue l'un des piliers de la stratégie de développement de Scavolini ; elle vise à « renforcer le rapprochement avec les marchés locaux et à diffuser dans le monde les valeurs de qualité, d'innovation et de design qui caractérisent le Made in Italy », dit la marque.

De fait, celle-ci poursuit ladite stratégie avec énergie : en témoignent les nouvelles inaugurations récemment dévoilées par le fabricant transalpin de solutions d'aménagement premium de l'habitat (cuisine, salle de bains, living, dressing, chambre à coucher, etc.), qui concernent plusieurs régions géographiques et « illustrent la capacité de la marque à s'adapter à des contextes culturels et commerciaux différents », détaille Scavolini.

En Europe, le réseau s'accroît de quatre nouveaux points de vente entre la France et la Belgique, ce qui consolide encore la présence de la marque sur les marchés clés du continent. En France, les nouvelles ouvertures concernent le Scavolini Store d'Aix-les-Bains et Open Space Grenoble, réalisé en collaboration avec le partenaire local Michael Gilles. En Belgique, la marque renforce son réseau avec deux nouveaux showrooms : Ambiances Mireille Royer à Arlon et Casa Bianca aux portes d'Anvers, des espaces d'exposition dédiés à la présentation des solutions Scavolini pour un habitat contemporain et coordonné.



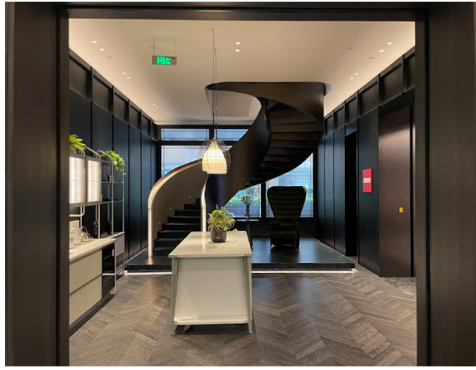
Scavolini Casa Bianca (Anvers), modèle Mia + Sideboard Every Time

Aux ouvertures d'Europe occidentale, s'ajoutent celles de la zone méditerranéenne et des Balkans, avec les showrooms d'Athènes en Grèce, d'Osijek en Croatie et d'Istanbul en Turquie, ce dernier en collaboration avec le partenaire Arde Yapi.



Diesel Social Kitchen, Scavolini Istanbul (en collaboration avec Arde Yapi)

Parallèlement, Scavolini a continué d'investir sur le marché asiatique ; de nouvelles ouvertures en Chine renforcent ainsi l'enracinement de la marque dans des villes dynamiques et en fort développement économique comme Shanghai, Tangshan et Weifang.



Scavolini Shanghai

La stratégie de croissance concerne également le continent africain, avec l'ouverture du Scavolini Store de Casablanca, au Maroc, qui marque un nouveau pas vers la consolidation de la présence de l'entreprise en Afrique du Nord.

D'importants développements concernent également le continent américain, où l'expansion du réseau retail s'articule entre Amérique du Nord et Amérique latine. Au Canada, Scavolini renforce sa présence avec le nouveau store de Montréal, alors qu'en Amérique latine, elle inaugure le nouveau Scavolini Store de San José au Costa Rica.



Scavolini Store San José (Costa Rica)

Conçus comme de véritables "hubs" dédiés au design et à la conception d'espaces intérieurs, les showrooms sont pensés pour accueillir le public dans des espaces soignés dans les moindres détails, dans lesquels l'expérience de visite se traduit en un parcours complet de conseils et de conception. « Grâce au support d'un personnel qualifié, les clients sont accompagnés lors de chacune des phases du processus, de la définition du projet à la réalisation finale », détaille la marque.



Scavolini Casa Bianca, Anvers, modèle Poetica

Ces nouvelles ouvertures confirment l'approche stratégique de Scavolini pour le développement international, basé sur un réseau de partenaires sélectionnés et un modèle de vente capable de mettre en valeur l'identité de la marque sur les différents marchés. « Un parcours qui renforce le rôle de l'entreprise comme ambassadrice dans le monde du style et de la qualité du design italien », conclut Scavolini.