

INVESTIMENTI, INNOVAZIONE, DESIGN: L'AREA **R&D** DELLE AZIENDE DELLA FILIERA NON SI FERMA MAI. ALCUNI PROTAGONISTI CI RACCONTANO **GLI ORIENTAMENTI E LE SFIDE** SU CUI SONO IMPEGNATI PER IL 2022

# PERCORSI DI RICERCA & SVILUPPO

DI MARIA COMOTTI

**Ricerca & Sviluppo, un'accoppiata strategica nel mondo dell'industria del legnoarredo** che impiega risorse ed energie ogni anno crescenti per essere al passo con le esigenze in evoluzione dei consumatori, in termini di funzionalità, estetica e sostenibilità dei prodotti. Alcune delle principali aziende italiane del settore (sia di arredi sia di componentistica, un ambito quest'ultimo particolarmente proattivo in termini di innovazione di prodotto), ci hanno illustrato i loro recenti obiettivi e soprattutto i percorsi di R&D che permetteranno loro di affrontare le nuove sfide del 2022, in un mercato mutato, dinamico e - per molti versi - oggi "diversamente" esigente. Fiduciosi che il prossimo Salone del Mobile.Milano possa finalmente riaprire i battenti a giugno in versione "integrale" e globale, **quali novità possiamo aspettarci?** Per **Scavolini**, Eurocucina sarà davvero l'occasione per presentare i nuovi progetti su cui è stata impegnata in tempi recenti. «L'obiettivo - commenta l'ad Fabiana Scavolini - resta quello di espandere il nostro core business, differenziando l'offerta con proposte d'arredo per una casa sempre più espressione di un total look. Scelta dettata dalla volontà di offrire soluzioni arredative coerenti e coordinate per tutti gli ambienti della casa,

a cui rispondiamo con un progetto globale rivolto a nuovi segmenti di mercato e fornendo ulteriori asset ai nostri rivenditori nel mondo».

**Euromobil** si concentrerà sul tema del contenimento e su tipologie di mobili in grado di rispondere alle esigenze di abitazioni che sempre più spesso hanno cucina e living integrati. «La cucina deve saper essere funzionale ma anche saper sparire - osserva Roberto Gobbo, architetto che collabora da anni con l'azienda -: da qui la creazione di elementi che nascondono funzioni con un semplice gesto, attraverso il potenziamento del concetto di mobile a scorrimento».

**Stosa** presenterà due prodotti nuovi e diversi restyling e il tema caldo è sicuramente lo sviluppo sulle modulari e sull'ergonomia «insieme alle finiture innovative - aggiunge il direttore commerciale Italia David Sani - e alla ricerca su accessori, complementi disegnati da noi, personalizzati e chiaramente riconoscibili».

Per **Arrital**, è centrale un modus operandi caratterizzato da una costante ricerca nella scelta dei materiali, nel loro attento utilizzo e da una sempre maggiore sensibilità per gli aspetti produttivi legati all'ecosostenibilità. «Arrital - commenta l'architetto Franco Driusso, art director del marchio -

ha definito nel tempo uno stile proprio che evolve continuamente: elegante minimalismo, ricercate nuances cromatiche e materiche, sempre accompagnate da un design "concreto" e sistemico che mira a essere funzionalmente efficiente senza mai tralasciare l'aspetto scenico ed emozionale».

La politica green è in primo piano per **Eureka**, azienda veneta di maniglie e accessori per l'industria e l'arredamento, a prescindere dalle tipologie di prodotto. «Stiamo spingendo molto su questo aspetto - osserva il responsabile Marketing e Comunicazione Riccardo Gobbo -, partendo dal nostro polmone produttivo con un gruppo di persone che lavorano in modo attento su tutte le iniziative verdi».

Parlando di tendenze stilistiche, per Francesco Bellantuono, general manager di **SM'art**, si va verso una semplificazione dei layout dei decorativi. «Quindi disegni più lineari, omogenei ed eleganti rispetto a quanto visto negli anni scorsi, ma arricchiti con finiture superficiali goffrate, con contrasti dovuti a diversi gradi di opacità. Il trend del 2022 è sicuramente creare gamme trasversali che non siano per forza riconducibili a un unico mood, ma che abbraccino, tramite l'utilizzo di un elemento comune, più filoni».

SCAVOLINI

# MEDIARE CREATIVITÀ, TECNOLOGIA E BISOGNI



LINO FANTOZZI

**FABIANA SCAVOLINI**  
AD SCAVOLINI

Scavolini da anni investe in Ricerca & Sviluppo per mantenere alta la qualità delle collezioni e per ampliare e approfondire il proprio impegno in termini di innovazione tecnologica e sostenibilità ambientale, nell'ottica di un costante miglioramento. In azienda la R&S è un lavoro di squadra. «Abbiamo al nostro interno - spiega l'ad Fabiana Scavolini - **un team dedicato alla progettazione che rappresenta il fulcro del reparto Stile per le proposte a firma Design Vuesse** che segue le attività di Ricerca e Sviluppo insieme ai team di Industrializzazione e Qualità e Ambiente». Ma l'azienda è fortemente incline anche nel cogliere spunti e ispirazioni provenienti dall'esterno. Uno degli ambiti nei quali Scavolini si è distinta negli anni è stato proprio l'importante lavoro sviluppato con designer di fama internazionale, considerando il dialogo con il design fondamentale per cogliere nuovi punti di vista, per apportare elementi di innovazione sorprendenti, per anticipare nuovi trend dell'abitare. «In questo dialogo resta centrale - puntualizza Fabiana Scavolini - il confronto costante con l'azienda, perché la cucina, così come la stanza da bagno o il living, sono sistemi con una propria complessità progettuale. Ecco allora che anche le idee più

geniali, per essere industrializzate, devono prendere forma in stretta sinergia con il nostro team di progettazione». Non solo attenzione ai dettagli tecnici, anche avere il polso della situazione sui reali bisogni dei consumatori risulta vincente per proporre prodotti con tutte le carte in regola per avere successo. Da qui scaturisce l'accurata attività di mediazione tra le espressioni più avanzate della creatività e le esigenze attuali e future delle persone.

«Nonostante il patrimonio di autorevolezza ed eccellenza nella competenza progettuale acquisito negli anni - aggiunge l'ad -, **il monitoraggio costante del mercato e il confronto con le nuove esigenze del consumatore sono imprescindibili**, al fine di dare la risposta giusta e persino anticipare nuove tendenze. Analizzare i big data ci permette di prendere decisioni più consapevoli e fornire prodotti e servizi conformi alle attese, sempre all'insegna della massima soddisfazione del cliente. Vogliamo elevare la qualità della vita domestica, offrendo soluzioni belle, ben fatte e funzionali per l'ambiente casa - cucina, living e bagno - espressione di design italiano e garanzia del miglior rapporto qualità/prezzo».



**SCAVOLINI, Dandy Plus,** design Fabio Novembre: un modello che racchiude in sé innovazione estetica, tecnologica, funzionale e distributiva