Framery

L'INFO POUR LES PROS

Roberto Gramaccioni (Scavolini France) : «Nous privilégions avant tout les partenariats exclusifs avec les cuisinistes et les agenceurs d'intérieur indépendants. »

Héraut du design transalpin dans le domaine de la cuisine équipée et de l'habitat, Scavolini multiplie les collaborations prestigieuses avec des créateurs de renom : Ora ïto, Oki Sato, Diesel Living… et, cette année encore, Luca Nichetto, qui signe le projet Jeometrica, présenté à Eurocucina. Néanmoins, le fabricant ne se résume pas à la seule dimension « design », comme nous l'explique Roberto Gramaccioni, Directeur Général France. À l'en croire, Scavolini, c'est avant tout une

tous les besoins, convient à merveille aux indépendants – cuisinistes et agenceurs d'intérieur – souhaitant travailler en exclusivité avec un seul et unique partenaire. Explications.

Roberto Gramaccioni, Directeur Général de Scavolini France

CUISINES & BAINS MAGAZINE : Scavolini renoue cette année avec les collaborations de prestige en confiant à Luca Nichetto, designer de renom, la réalisation de Jeometrica, son nouveau concept d'aménagement transversal de l'habitat : cuisine, salle de bains et living. Un projet emblématique de l'évolution de la marque, ces dernières années, en termes de positionnement comme d'identité ?

ROBERTO GRAMACCIONI : Tout à fait ! Scavolini évolue et grandit, depuis plus de 60 ans, à l'aune des mœurs et des modes de vie. La petite entreprise de production artisanale de cuisines fondée en 1961 par Valter et Elvino Scavolini s'est ainsi en transformée en l'une des plus grandes entreprises industrielles italiennes, spécialiste de l'agencement d'intérieur, dans un esprit « Global Living » et « Home Total Look », permettant à ceux qui le souhaitent de coordonner les différentes pièces de

France, et dont le slogan illustrait l'étroite relation existant entre la marque et les gens: « *De la cuisine à la salle de bains, du salon au dressing : nous sommes devenus une maison ensemble !* »

Aussi Jeometrica – projet à vocation multiple qui, en déclinant des solutions pour la cuisine, le salon et la salle de bains, garantit une cohérence stylistique dans toutes les pièces de la maison – illustre-il à merveille le chemin parcouru par la marque toutes ces années durant. Et puis, reconnaissons-le: quand on a l'honneur et la chance de collaborer avec une signature aussi prestigieuse que Luca Nichetto, on se doit d'associer son talent à toutes les pièces de la maison.

Jeometrica de Scavolini, design Luca Nichetto

CBM : Ça n'est d'ailleurs pas la première fois que la marque collabore avec de grands designers: Ora ïto (Foodshelf), Oki Sato (Qi), Diesel Living…

ROBERTO GRAMACCIONI : En effet ! Au demeurant, certains de ces projets permettaient déjà d'anticiper le virage qu'a pris Scavolini, ces dernières années, en termes d'identité de marque. Lorsqu'elle a été présentée en 2014, la collection Qi, conçue par Oki Sato (studio Nendo), se

Scavolini a, elle aussi, exploré progressivement l'habitat de manière transversale à mesure que les années passaient et que les attentes des consommateurs évoluaient. Mais on peut également citer BoxLife, un projet signé en 2018 par le cabinet de design international Rainlight(TM), conçu pour s'adapter au fait que cuisine, salon et espace nuit perdaient de plus en plus leur statut de pièce à part, et qui permettait notamment de marier esthétiquement le séjour… et la chambre !

CBM : Est-ce à dire que Scavolini entend aujourd'hui incarner, dans l'imaginaire collectif des consommateurs, la quintessence du design transalpin dans l'habitat ?

ROBERTO GRAMACCIONI : Je crois que cette approche est trop réductrice. Bien sûr, nous mettons tout en œuvre que Scavolini soit synonyme de design italien auprès des consommateurs ; mais nous ne nous résumons pas à cette seule dimension ! J'insiste sur le fait que, à la différence de certains de nos confrères, qui déclinent plusieurs marques en fonction de la segmentation du marché, nous réunissons, sous une seule et même marque, une offre très large en mesure de combler de nombreux budgets et tous les besoins ; une offre qui, d'ailleurs, se révèle idéale sur le marché français car elle permet, d'une part, de répondre à la concurrence que nous livrent les enseignes et les franchises lorsque les budgets consacrés à la cuisine sont plus modestes, et d'autre part convient à merveille à celles et ceux dont la clientèle est sensible au facteur design.
Aussi sommes-nous aujourd'hui en mesure de nous présenter comme fournisseurs d'un « package global », au sein duquel nos partenaires, cuisinistes comme agenceurs d'intérieur, trouveront tout ce qu'ils cherchent. Ce qui, dans le contexte actuel, n'est d'ailleurs pas anodin

délais, etc.). Mieux vaut privilégier une collaboration avec un seul fournisseur transversal !

Usine Scavolini à Montelabbate, en Italie (Photo Gabriele Basilico)

CBM : Encore faut-il que celui-ci soit fiable…

R. G.: Ce qui est précisément le cas de Scavolini ! Je comprends parfaitement les craintes de certains indépendants de ne dépendre que d'un seul fabricant, mais je les invite, s'ils ont besoin de se rassurer, à prendre connaissance de nos résultats financiers, publiés chaque année, qui attestent de notre sérieux.

Je tiens également à évoquer notre politique d'entreprise, qui privilégie en toutes circonstances la qualité de production et la préservation de l'environnement. À titre d'exemple, tous nos caissons sont hydrofuges. Par ailleurs, nous avons obtenu l'an passé la certification internationale FSC,qui garantit que les matériaux que nous utilisons proviennent de forêts gérées dans le plein respect environnemental, social et selon des modalités durables d'un point de vue économique.

De plus, Scavolini a adopté le concept d'économie circulaire en obtenant, l'an passé, deux certifications CQP de Circularité du produit délivrée par l'organisme Cosmob

Scavolini Store Mozart, dans le seizième arrondissement parisien.

CBM : Résumons-nous: Scavolini France privilégie donc des partenariats exclusifs avec des cuisinistes indépendants et agenceurs d'intérieur… Quid des multimarques ?

R. G. : Pour être franc avec vous, les multimarques ne constituent pas notre cible prioritaire. Naturellement, nous sommes en contact avec nombre d'entre eux, mais nous tâchons de leur montrer tout l'intérêt qu'ils trouveraient à travailler avec Scavolini de manière exclusive. Je me répète, mais une société comme la nôtre, qui a réalisé un CA dépassant les 250 millions d'euros l'an passé, en croissance à deux chiffres, ne réalise pas de telles performances en ne signant que des projets « Diesel » : notre offre est si large qu'elle permet de répondre à tous les besoins ! En choisissant de travailler en exclusivité avec Scavolini (nous comptons, à ce jour, près de 35 partenaires exclusifs en France), les cuisinistes et agenceurs d'intérieur indépendants s'assurent l'engagement à leurs côtés d'un industriel transalpin d'envergure, fiable, en forte croissance structurelle, et

0 Salva

previous post

Noémie Coudret : « Avec la nouvelle gamme « Cuisine », Polyrey entend se positionner comme un spécialiste incontournable du design ! »

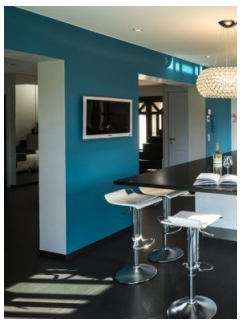
next post

"e.EspritMeuble", la plate-forme digitale qui permet aux exposants… d'exposer toute l'année !

ARTICLES SIMILAIRES

Asko : une nouvelle expérience de la cuisson vapeur

5 mars 2018



Des goûts et d cuis

10 janvi

VOUS POURRIEZ AUSSI AIMER

NOUS SUIVRE

TROUVER UN PRO

"e.EspritMeuble", la plate-forme digitale qui permet aux exposants… d'exposer toute l'année ! 7 juin 2022

Roberto Gramaccioni (Scavolini France) : «Nous privilégions avant tout les partenariats exclusifs avec les cuisinistes et les agenceurs d'intérieur indépendants. » 7 juin 2022

Noémie Coudret : « Avec la nouvelle gamme « Cuisine », Polyrey entend se positionner comme un spécialiste incontournable du design ! » 23 mai 2022

La collection salle de bains 2022 de discac attendue avec impatience ! 23 mai 2022

Mentions Légales
Politique de confidentialité

@2020 - Cuisines&Bains Magazine. Tous droits réservés.