

# PAMBIANCONews design

HOME

NEWS ▾

SUMMIT ▾

FOCUS ▾

EDITORIALI

TV

MAGAZINE



Nella foto, lo stabilimento produttivo Scavolini a Montelabbate (PU). Ph: Gabriele Basilico © Scavolini spa

## Scavolini rafforza il canale retail

by **Redazione** — 23 Gennaio 2025

Con le più recenti aperture in Cina (Hefei, Tianjin e Kunming), India (Ludhiana), Iraq (Erbil), Mauritius (secondo punto vendita a The Vale), Francia (Grenoble) e Stati Uniti (Atlanta, Cary, Orange County, Fort Lauderdale-Dania Beach), **Scavolini** cresce e consolida la propria presenza nei mercati internazionali grazie a una strategia mirata che unisce espansione e attenzione alle specificità locali.

Ad oggi l'azienda pesarese nata nel 1961 e simbolo di Made in Italy nel mondo, conta oltre 375 punti vendita all'estero, inclusi 96 Scavolini Store.

L'espansione oltre confine, avviata negli anni '80 con l'ingresso nel mercato greco, ha visto negli ultimi anni un consolidamento nei Paesi in cui l'azienda opera direttamente, come Stati Uniti (con Scavolini Usa), Shanghai (attraverso un ufficio di rappresentanza), Regno Unito e Francia. Proprio a Parigi, è pienamente operativo

l'Appartement Parisien, il nuovo spazio poliedrico che ospita gli uffici di Scavolini France e un'area espositiva dedicata a professionisti e partner, affermandosi come un importante protagonista per il territorio francese. È stata, inoltre, ampliata la presenza nell'area del Golfo, con un'attenzione particolare rivolta a Dubai, primario punto di accesso ai mercati del Medio Oriente.

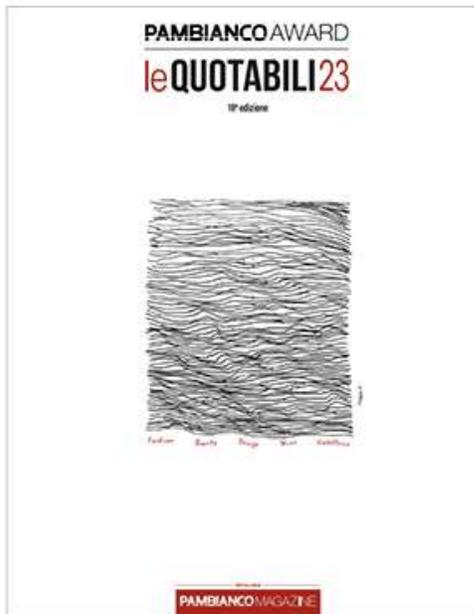
Parallelamente, l'azienda continua a rafforzare lo sviluppo retail sul territorio nazionale con una rete che oggi supera i 900 punti vendita in Italia, di cui oltre 165 Scavolini Store. Tra le ultime aperture si contano gli Store di Aosta, Abbiategrasso, Afragola, Agrigento, Chieri, Casale Monferrato, Frosinone, Ravenna, Roma Corso Francia, Sacile e Scandicci.

“Il nostro obiettivo per il futuro è fare in modo che Scavolini diventi sempre più sinonimo di ‘Casa’ e lavoriamo continuamente per sviluppare progetti d’arredo per ogni ambiente, consolidando un modello produttivo efficace che ci permetta di espandere il nostro core business e garantire la massima soddisfazione dei clienti”, ha sottolineato **Fabiana Scavolini**, Amministratore Delegato di Scavolini. “Questo impegno si riflette nella creazione di collezioni che rispondono alle esigenze del mercato, utilizzando materiali di altissima qualità e adottando tecnologie all'avanguardia. Inoltre, crediamo profondamente nell'importanza di offrire un'esperienza d'acquisto eccellente, valorizzando il canale retail per trasmettere al consumatore i valori del brand. Per questo, gli investimenti volti al potenziamento e alla qualificazione della rete distributiva sono una priorità, come dimostra il progetto Scavolini Store, avviato quasi 20 anni fa, con lo scopo di rafforzare l'identità di marca. I punti vendita monomarca, che affiancano la distribuzione tradizionale, sono per noi un importante patrimonio e, affinché venga garantito un servizio impeccabile, dedichiamo sempre grande attenzione alla formazione dei rivenditori: dal 1994, infatti, promuoviamo progetti e workshop a loro dedicati”.



# SCOPRI **le**QUOTABILI2023

---



**PAMBIANCO AWARD**  
**“leQUOTABILI23”**  
**SCOPRI I VINCITORI**  
**LE ANALISI E**  
**LE CLASSIFICHE**  
**DELLA 18<sup>a</sup> EDIZIONE**

**SFOGLIA QUI**

## **Editoriali di David Pambianco**

---

- ▶ Transizione green, un’opportunità unica
- ▶ Fair trade per la tutela della ceramica
- ▶ È il momento degli Stati Uniti
- ▶ Non solo heritage, serve la svolta digitale
- ▶ Export, occorre un passo in avanti
- ▶ L’adagio del cambiamento

---

Credits

