

IL BELLO DELL'ITALIA

ARTE + TERRITORI + PERSONE

L'armonia da perseguire in ogni aspetto della società. La nostra inchiesta itinerante tocca Lecce e Pesaro per chiudersi a Milano

Il Paese che risuona



Illustrazione di
DAVIDE BRAMANTE

28

L'AZIENDA

Fabiana Scavolini, dal 1995 ad della storica azienda della provincia di Pesaro, spiega i motivi di questo radicamento
Che portano a scelte di mecenatismo culturale, come il restauro di un consistente patrimonio di ceramiche locali

«Restare in terra d'origine per noi è strategia di qualità»

di SILVIA NANI

Alle battute finali la riqualificazione dell'ex palasport di Pesaro che riaprirà come Auditorium Scavolini



Basta dire Scavolini per liberare un immaginario, che passando attraverso la famosa campagna pubblicitaria anni '80 con Raffaella Carrà protagonista, rimanda subito all'idea di una cucina tutta italiana, al centro del ritrovarsi in famiglia. Dietro questo messaggio che va immediatamente al cuore non c'è però solo un'abile operazione di comunicazione ma l'essenza vera di un'azienda basata da oltre 60 anni sui valori di una famiglia, gli Scavolini. Che la guidano in continuità con i fondatori mantenendola ben radicata nel luogo, quella provincia di Pesaro Urbino dove l'impresa è nata come piccolo laboratorio fino ad arrivare alle dimensioni attuali: 204mila metri quadrati di sito produttivo, 750 dipendenti e un importante indotto locale.

«Il legame con il territorio per noi è sempre stato naturale. Da Santa Veneranda, antico quartiere alle porte di Pesaro da cui provengono i miei nonni e dove mio padre Valter con suo fratello Elvino nel 1961 hanno avviato l'attività artigianale di produzione di cucine, nel 1967 ci siamo trasferiti qui, a Montelabbate.

Qui sopra, Fabiana Scavolini (1970), amministratore delegato del marchio omonimo, all'interno di uno dei magazzini robotizzati presenti nello stabilimento di Montelabbate



Sopra, Valter (a destra) ed Elvino Scavolini, i due fondatori del marchio di cucine omonimo, creato nel 1961 come piccolo laboratorio artigianale a Santa Veneranda alle porte di Pesaro

Con una scelta precisa di rimanere legati al territorio che per noi è strategica come garanzia di qualità: così Fabiana Scavolini, dal 1995 amministratore delegato sottolinea come il valore dell'appartenenza al distretto pesarese sia un punto chiave (che quest'anno è valso all'azienda l'iscrizione al Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale, assegnata solo alle imprese di eccellenza legate al territorio da almeno 50 anni). «Dagli anni '70 in poi la presenza di tanti piccoli artigiani per noi è stato un elemento di forza che ha contribuito a una crescita molto rapida. Mio padre e mio zio hanno capito subito come sviluppare una rete di fornitori affidabili in termini di qualità e competitivi nel prezzo potesse contribuire a dare slancio all'azienda».

Elemento, questo, che si innesta nella strategia di internazionalizzazione: «Portare i nostri rivenditori esteri a toccare con mano come tutto sia progettato, disegnato e prodotto qui è fondamentale. Per i mercati internazionali il made in Italy significa la flessibilità di saper rispondere a richieste da aree di gusto diverse ma soprattutto eccellen-

za produttiva. Che noi garantiamo anche grazie al controllo diretto su tutta la filiera».

Essere radicati nel Pesarese significa inoltre per Scavolini compiere azioni di mecenatismo a salvaguardia del patrimonio culturale e industriale del territorio, in virtù delle quali nel 1984 è stata creata una Fondazione dedicata: «Già dai primi anni '80 Scavolini era sponsor del Rossini Opera Festival, ma mio padre e mio zio decisero di iniziare a compiere azioni più strutturate. Così nel 1984 fu creata la Fondazione Scavolini, di cui mia cugina Emanuela oggi è presidente». Fabiana Scavolini cita due iniziative per lei significative: «L'intervento sulla Pieve vecchia secentesca di Santa Veneranda, luogo di origine della nostra famiglia e del nostro primo laboratorio artigianale, di cui abbiamo curato tra il 2012 e il 2014 il recupero degli elementi pittorici e decorativi. E, più recentemente, la ricerca, catalogazione e restauro del patrimonio di ceramiche esposte al CAME Museo della ceramica artistica pesarese, all'interno del Liceo Artistico Mengaroni».

Mentre, in parallelo alla Fondazione, si avvia alle battute finali la riqualificazione dell'ex palasport di Pesaro (finanziata per una parte anche dalla famiglia) che nel prossimo febbraio riaprirà come Auditorium Scavolini per accogliere spettacoli musicali, manifestazioni sportive, convegni. A ricordare l'intuizione del patron Valter di sostenere la squadra di basket locale, che con il nome Scavolini Pesaro a lungo contribuì alla visibilità internazionale del marchio. Valori solidi, basati su scelte familiari condivise rimangono il filo conduttore che attraversa tutto il percorso aziendale. Persino la scelta della leadership della stessa Fabiana. «Siamo una famiglia molto unita che ha come obiettivo il bene dell'impresa. Mio padre e mio zio erano due facce di una stessa medaglia, e anch'io nelle decisioni non sono mai sola: nel cda mi affiancano altri membri della famiglia». Uniti, nelle scelte aziendali come nelle attestazioni (condotte senza clamore) di amore per la loro terra.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LO SPOT CELEBRE



Tutti ricordano il claim della pubblicità di Scavolini «La più amata dagli italiani», protagonista Raffaella Carrà. Testimonial, tra il 1984 e l'87, di una cucina che entrava nelle case di tutti. La Carrà, allora seguitissima ogni giorno in «Pronto Raffaella», incarnava esattamente quel concetto. Valter Scavolini lo intuì, ed ebbe ragione



IL BASKET VINCENTE

Impegnata oggi nella Lega Basket Serie A come Carpegna Prosciutto Pesaro, la U.S. Victoria Libertas Pallacanestro è stata sponsorizzata per ben 38 anni consecutivi (dal 1975 al 2013) dalla Scavolini, aggiudicandosi nel suo periodo d'oro 2 scudetti (1987-88, 1989-90), 2 Coppe Italia (1985, 1992) e una Coppa delle Coppe (1982-83)