LIFESTYLE 14 Maggio 2023

La vita nuova della casa

Dopo essere stata il luogo in cui rimanere, oggi è quello dove ritornare e condividere momenti preziosi. Ne è convinta Fabiana Scavolini, ceo dell'azienda che dopo aver creato «la cucina più amata dagli italiani» si apre a tutti gli ambienti del nido domestico.

È stata il nido e il rifugio durante la pandemia, l'avamposto stabile di un mondo traballante. Superata l'emergenza, è diventata la sua antitesi: uno spazio da cui allontanarsi per ritrovare il piacere della libertà perduta.

Ma che cos'è la casa oggi? «È un luogo dove ritornare, nel quale condividere momenti con la propria famiglia allargata, che finalmente può includere amici e altri affetti. È una riscoperta di un passato antico, di una tradizione che ci appartiene. È una direzione che è una riappropriazione». A raccontarlo durante un incontro con *Panorama* è Fabiana Scavolini, Ceo dello storico marchio fondato a Pesaro nel 1961 e diventato sinonimo di cucina, «la più amata degli italiani» per riprendere il celebre slogan di una pubblicità indimenticabile. Un brand evoluto in una proposta di arredi a 360 gradi: per l'appunto, un concetto totale di casa.Scavolini è un'eccellenza del made in Italy riconosciuta e apprezzata all'estero, che ha saputo anche spiazzare, spezzare le consuetudini, anticipare i tempi andando in controtendenza. Come nei primi spot di fine anni Settanta con un uomo ai fornelli, fino ad allora regno e privilegio soltanto femminile. O con Carlo Cracco nel suo ambiente innaturale o almeno meno ovvio per l'immaginario collettivo: lo chef in accappatoio, a specchiarsi dentro un bagno. Il tutto, con la stessa filosofia a fare da architrave: adottare un design che sia sociologico, disciplinare e sperimentale: «Significa» racconta Fabiana Scavolini «capire le esigenze della società, decifrare cosa vogliono i nostri clienti. Ma anche fare le cose a regola d'arte, senza tirarsi indietro di fronte all'innovazione, alla rottura dei paradigmi. E osare, il giusto».

Già così, a parole, sembra un'impresa complicatissima. Come ci riuscite?

Con un design che non è mai fine a sé stesso, ma risponde a una funzione. È utile, oltre che bello. E accoglie al suo interno la tecnologia in maniera logica, armonica. Come nella collezione Dandy Plus progettata in collaborazione con Fabio Novembre, che vede la domotica integrata negli arredi. O nelle proposte elaborate con Giugiaro Design nel 2007, che ha portato le rotondità dell'universo automotive nel nostro linguaggio più squadrato.

Non siete solo campioni di razionalità. Vi siete descritti come «la cucina più amata dagli italiani». Come si trasferisce l'amore nelle cose, come si infonde un contenuto emotivo negli oggetti?

L'amore è prendersi cura. Sta nel capire quello che desidera una persona e quindi il nostro consumatore e adoperarsi per metterglielo a disposizione. Inoltre, passando dal particolare all'universale, lo stesso lo si deve fare con l'ambiente.

Si riferisce alla sostenibilità.

Alle mie spalle noterà degli alberi, come azienda siamo nati e cresciuti in un contatto ravvicinato, profondo, con il verde. Rispettarlo è venuto da sé, in anticipo su qualunque moda.

Con quale criterio?

Dandoci delle regole, prima ancora di ricevere certificazioni che ne sancivano il rispetto. Poniamo la massima attenzione al nostro impatto, sia per quanto riguarda il prodotto che per le emissioni a esso collegate.

Per esempio?

Abbiamo raggiunto una circolarità dei nostri prodotti pari al 96 per cento: la quasi totalità dei materiali utilizzati è in grado di rientrare nel ciclo produttivo. E il legno che adoperiamo è di riciclo o viene da foreste controllate. Questa sensibilità fa parte del nostro Dna, della nostra cultura.

Una cultura profondamente italiana. Siete da poco stati iscritti nel Registro speciale dei marchi storici di interesse nazionale.

E ne siamo orgogliosi. Il registro è istituito dal ministero dello Sviluppo economico, tutela e valorizza le eccellenze del made in Italy, comprende aziende attive sul territorio nazionale da almeno cinquant'anni. Noi lo siamo da più di sessanta. È un titolo che ci proietta verso il futuro, riconoscendo il nostro passato.

Da dove siete partiti?

Dal coraggio di due ragazzi. Da mio padre Valter, allora 19enne, e da mio zio Elvino. Hanno avuto l'intuizione di mettersi a costruire cucine componibili e hanno dimostrato il talento di saper crescere durante il miracolo economico italiano.

Una start-up ante litteram.

Un'impresa abile a distinguersi per la sua qualità e la capacità di farsi conoscere. Per dire, nel 1984 abbiamo convinto Raffaella Carrà a diventare la nostra testimonial. Era la più apprezzata dagli italiani assieme a Papa Giovanni Paolo II e a Sandro Pertini, due nomi non proprio facilissimi da coinvolgere...

Poi avete pensato a Lorella Cuccarini.

Anche lei un'icona, una star. Abbiamo costruito un sodalizio splendido, che è durato per 17 anni. Si è scolpito nella memoria collettiva. Nel frattempo, abbiamo allargato e diversificato le nostre linee di prodotto per rispondere alle tantissime richieste che ci arrivavano, in particolare dall'estero. Siamo andati oltre la cucina.

È stato un passaggio forzato?

In verità, è stato pienamente logico. Per il bagno avevamo un'esperienza consolidata: è vero che non c'è il fuoco, ma l'acqua sì e i materiali devono essere altrettanto resistenti. Intanto la cucina, il cuore palpitante della casa, andava sempre più allargandosi e inglobando l'ambiente living. Che a sua volta ha degli elementi costruttivi in comune con la cabina armadio.

Ci racconti le vostre ultime novità.

Partirei dalle collezioni Musa, Libra e anche Lumina che fanno parte di un ampio progetto d'arredo, firmato Vuesse, l'ufficio progettazione interno all'azienda; recenti proposte che hanno portato all'introduzione di finiture e modularità nuove in grado di arricchire la libertà compositiva, attraverso soluzioni integrate tra cucina e zona living. E poi il programma di cabine armadio Walk-in Fluida, un sistema d'arredo completo e modulare, pensato con la massima attenzione al dettaglio.

Sempre a proposito di cucina, con Formalia Outdoor vi siete aperti agli ambienti esterni.

Di nuovo in coerenza con le esigenze contemporanee, con quel bisogno di convivialità di cui parlavamo prima. Nulla, nelle nostre scelte, avviene per caso. I materiali sono una sintesi di performance e ricercatezza estetica, l'approdo è portare la cucina all'aperto per consentirle di continuare a essere, anche in quel contesto, il fulcro della socialità.

Non rimane che progettare il domani.

Vogliamo essere un'azienda sempre più internazionale, con un cuore fortemente radicato in Italia, sia come produzione che mercato. Dopo essere diventati la cucina più amata, lavoriamo per diventare la casa più amata dagli italiani.

https://www.panorama.it/lifestyle/intervista-fabiana-scavolini