

# A COLLOQUIO CON VALTER SCAVOLINI

di Cristina Battistella

**Leader italiano del settore cucina, Scavolini lancia Blu, un nuovo marchio che vede il bagno protagonista, una sfida ambiziosa. Motivazioni e concept?**

Blu Scavolini rappresenta una delle nostre più ambiziose sfide progettuali e strategiche, una svolta per il nostro marchio che vede l'ingresso in un nuovo mercato, quello dell'arredo bagno, ambiente della casa che negli ultimi anni si è caricato di valori simbolici positivi diventando, insieme alla cucina, uno dei luoghi centrali delle abitazioni. Un progetto industriale straordinario, soprattutto in considerazione dell'attuale contesto economico, che ha assorbito molte energie e importanti risorse, come testimonia anche l'apertura di un nuovo stabilimento dedicato di 13.000 metri quadrati. Un progetto innovativo che risponde a una reale esigenza del mercato, distributori e contractor, garantito sempre dalla nostra autorevolezza.

**L'ambiente non è più inteso come aggregazione di singoli prodotti, ma come progetto globale?**

Sicuramente oggi la progettazione dell'ambiente bagno è sempre più determinante nella definizione dell'intero contesto abitativo: da luogo di puro servizio il bagno si è trasformato in spazio da vivere a 360°. Questo ci ha portato a pensare in modo nuovo e a concepire un progetto di ambiente globale, fondato su una perfetta coerenza stilistica tra i vari elementi. Al momento, sotto l'art direction dello Studio Castiglia&Associati, presentiamo 7 collezioni, complete di oltre 25 lavabi dai disegni esclusivi, 165 finiture possibili, oltre 1500 articoli con il denominatore comune della modularità e dell'attenzione al dettaglio. Le diverse finiture e i numerosi accessori consentono la massima personalizzazione, per adeguarsi a tutte le esigenze stilistiche e funzionali.

**Qual è il tema dominante di Blu?**

L'innovazione. Innovazione progettuale, in quanto abbiamo approcciato l'ambiente bagno con una visione unitaria, apportando il nostro know-how e la garanzia di un brand affidabile, sul mercato da 50 anni.

Innovazione distributiva, dato che Blu utilizzerà per questo progetto la rete vendita Scavolini: un network capillare di oltre 1000 punti vendita in Italia e più di 300 nel mondo, in grado di facilitare il processo di acquisto grazie alle alte competenze progettuali, all'estrema attenzione dedicata al cliente ed in particolare al montaggio.

Vogliamo rafforzare i nostri punti vendita, i quali trarranno un forte beneficio in termini di traffico di clientela. Il livello di servizio garantito al cliente finale sarà molto alto, in linea con le caratteristiche del brand.

[www.scavolini.com](http://www.scavolini.com)



**Scavolini**, which leads the Italian kitchen market, has launched the new brand, **Blu**, focused on bathrooms, as an ambitious challenge.

**Blu Scavolini** means one of our most ambitious design and strategy challenges, a turning point for our brand, as it involves penetrating a new market, namely the bathroom furniture one. Over the last few years the bathroom has become connected with positive symbolic values, functioning, together with the kitchen, as a core room in homes. An outstanding industrial project – especially in the light of the current economic context – which has required many efforts and major resources, as testified to, for example, by the opening of a new dedicated factory over an area of 13,000 square metres. An innovative project which answers a real need of the market, distributors and contractors, and is the fruit, as usual, of our authoritativeness.

**The bathroom is no longer understood as a combination of individual products; it is now perceived as a comprehensive project, isn't it?**

No doubt bathroom furniture design is playing an increasingly crucial role within the entire home. The bathroom has changed from a service room into a room to enjoy thoroughly. This has led us to implement a new approach and develop a comprehensive bathroom project, based on unique style consistency between the different parts. For the moment, under the art direction of Studio Castiglia & Associati, we have 7 collections available, with over 25 uniquely designed washbasins, 165 finishes, more than 1,500

items sharing two main hallmarks, namely modularity and attention for details. The different finishes and the many accessories allow for unparalleled customization, to answer any and all style and functional requirements.

**What is the number one theme of Blu?** Innovation. Design innovation, as we have approached the bathroom on the basis of a joint vision, bringing our know-how and being synonymous with a reliable brand, which has been active in the market for 50 years. Distribution innovation,

because, for this project, **BLU** is going to rely on **Scavolini's** extensive sales network, with over 1,000 stores in Italy and over 300 of them worldwide, facilitating the purchasing process through remarkable design skills, attention for customers and, in particular, assembly. We are going to strengthen our sales points, which will be able to significantly benefit from a larger customer base. End customers can count on a very high service standard, in line with the characteristics of the brand.

[www.scavolini.com](http://www.scavolini.com)



**Scavolini** lancia **Blu**, il nuovo marchio che vede il bagno protagonista, e presenta 7 collezioni sotto l'art direction dello Studio Castiglia&Associati. In queste pagine, due delle nuove collezioni per ambienti bagno completi e il logo del nuovo brand **Blu Scavolini**.

**Scavolini** has launched the new brand, **Blu**, focused on bathrooms, and developed 7 collections, under the art direction of Studio Castiglia & Associati. These pages, two of the new comprehensive bathroom furniture collections, and the logo of the new brand, **Blu Scavolini**.