

AD LE INTERVISTE



A SINISTRA: un ambiente bagno arredato con elementi della collezione "Habi" di BLU Scavolini caratterizzata da volumi liberi svincolati dall'idea di modulo.

IN BASSO: essenziale nel mix di linee curve e rette la collezione "Aquo" di BLU Scavolini.

Il bagno su misura

Con BLU Scavolini nasce la **standardizzazione personalizzata**.
Lo spiega Vittorio Renzi, gm dell'azienda

Come e perché è nata BLU Scavolini?

L'impulso di intraprendere questo ambizioso e importante progetto industriale parte da una precisa istanza del mercato, specialmente quello estero e dei contractor, che ormai da tempo ci richiedeva una fornitura *ad hoc* per questo ambiente. Oggi arriva al mercato domestico nel quale riteniamo vi sia un grande spazio per una proposta di marca ad alto valore, ma a prezzo competitivo. Questo è il senso di BLU Scavolini, un progetto straordinario – anche in considerazione della contingenza economica – che ha assorbito molte energie e importanti risorse aziendali.

In che cosa consiste?

Il progetto è caratterizzato da un'ampia gamma di collezioni personalizzabili, perché vogliamo prima di tutto che i nostri clienti siano liberi di scegliere il prodotto che più si addice ai propri gusti e alle proprie esigenze. BLU Scavolini, in effetti, non è una semplice linea di mobili per il bagno ma una proposta strutturata, completa ed estremamente articolata nella sua varietà compositiva, improntata ai più attuali dettami del lifestyle e del wellness. Attualmente conta 6 collezioni di mobili con oltre 25 lavabi dai disegni esclusivi, 165 finiture possibili e oltre 1.500 articoli con il denominatore comune della modularità e della minuziosa attenzione al dettaglio. Il tutto distribuito



Illustrazione di Mauro Gatti

WHO'S WHO.

Anni 49, laurea in Economia, **Vittorio Renzi** è entrato nel Gruppo Scavolini nel 1991, tra il 1997 e il 2003 è stato direttore generale di ernestomeda (azienda del gruppo) contribuendo al suo lancio sul mercato. Nel 2003 è stato nominato direttore generale di Scavolini.

dalla rete dei nostri punti vendita alla quale è unanimemente riconosciuta una vocazione eccezionale al servizio.

Ecco, quanto conta oggi il service? È strategico?

Fondamentale direi. Chi ci conosce sa bene che puntiamo molto su questo fattore, garantendo al cliente la "Qualità Totale", intesa in termini di prodotto e di servizio, da ottenere presidiando tutte le fasi produttive e capitalizzando il know-how aziendale. Tutti i nostri punti vendita vantano personale formato, altamente qualificato e professionale che accompagna il cliente nella scelta della cucina o del bagno ideali. Inoltre, offriamo altri importanti plus come: il rilievo misure, la progettazione computerizzata, trasporto, montaggio e assistenza post vendita. E ancora: assistenza in cantiere, controllo finale del prodotto con il cliente e possibilità di finanziamenti personalizzati.

Quanto del vostro prodotto è lavorato in Italia?

Siamo Made in Italy al 100%, per noi è un atout fondamentale. Tutte le fasi di lavorazione dei mobili sono fatte in Italia, nei nostri stabilimenti. Ciò consente di tenere sotto controllo la qualità e, almeno un po', di contribuire al benessere del territorio e del Paese. □

—Franca Rottola