

ambiente **cucina**

BIMESTRALE NEW BUSINESS MEDIA - VIA ERITREA 21 - 20157 MILANO - POSTE ITALIANE SPA - ISSN 0392-5730

ANNO 48 NOVEMBRE | DICEMBRE 2024

283

INTERNI
ECLETTISMO
PROGETTUALE

CUCINATECNO
GREEN
WATER

CLASSICI CONTEMPORANEI



SCHIFFINI E SCIC

RIBADISCNO

IL GRANDE RISPETTO
PER LA MEMORIA E PER
I MAESTRI DEL PASSATO.
UN BAGAGLIO
DI **CONOSCENZE**
E DI **ECCELLENZE**
PER RACCONTARE
AL MONDO COSA SIGNIFICA
IL VERO LUSSO

Il nuovo catalogo di
Cinqueterre presenta le
evoluzioni della storica cucina.
Un progetto contemporaneo
che si completa con colonne
e vetrine



LA STORIA E IL FUTURO



LORENZO MARCONI
CEO SCIC

DI RAFFAELLA RAZZANO

Marchio storico, **Scic** ha cambiato pelle negli ultimi decenni diventando una realtà che interpreta il concetto di lusso made in Italy e che opera con successo nel mondo. A imprimere questa svolta è stato **Lorenzo Marconi**, nipote del fondatore Renzo Fornari. L'ultima tappa di questo percorso è stata **l'acquisizione in licenza del prestigioso brand Schiffini**, che a sua volta vanta una storia avvincente nel mondo del design grazie alla mano unica di Vico Magistretti. Una scelta strategica che ha confermato le capacità imprenditoriali di Lorenzo Marconi, riconosciute anche da Forbes Italia che l'ha inserito nella lista dei migliori cento imprenditori italiani del 2024 (vedi box *Manager d'eccellenza*).

Partiamo dalla fine. Quando e perché avete deciso di acquisire il marchio Schiffini?

Già a settembre 2022 abbiamo ini-

ziato a valutare l'opportunità di dare nuova vita a uno dei marchi più importanti per la storia della cucina e del design italiano e nel 2023 abbiamo formalizzato un accordo che consentirà a Scic di disporre del brand Schiffini.

Schiffini è rimasto sempre nell'immaginario di tutti noi ed è espressione di eccellenza assoluta, innovazione e passione. Valori in cui credo fermamente e che oggi sono la cifra più autentica del made in Italy. Da tempo Scic si misura sull'eccellenza grazie ai vari marchi del fashion con cui operiamo e di cui siamo licenziatari, ma avere acquisito la disponibilità di Schiffini è un cambio di paradigma importante.

Nel rilanciarlo avete puntato sull'iconica cucina Cinqueterre che avete presentato a Milano nello show room Salvioni di via Durini. Quale è la ragione di que-

sta scelta e qual è il target a cui vi rivolgete con Schiffini?

Avendo un piano ambizioso di rilancio abbiamo voluto ripartire da una delle cucine che maggiormente rappresenta la grande ricerca portata avanti da Schiffini e da Vico Magistretti. La storica collaborazione ha portato a introdurre innovazioni che hanno modificato per sempre la visione della cucina. Penso ai grandi cassetti, alle cappe importanti o alle casse in alluminio di Cinqueterre, che mantengono un carattere di forte contemporaneità. Abbiamo lavorato per sottolineare la sua identità esclusiva perché essendo un progetto rivolto a un target colto ed elevato vogliamo che ogni dettaglio sia coerente e racconti quel saper fare italiano che nel mondo ci invidiano.

Quali le reazioni del mercato e quali le evoluzioni in corso?

Abbiamo avuto un ottimo riscon-



Un'immagine della nuova Cinqueterre che rende omaggio al grande Vico Magistretti che la progettò nel 1999

La cucina Atrium realizzata da Scic e progettata da Studio 13.1 per casa Conte, nuovo spazio dedicato all'arredo di alta gamma nello storico Palazzo Melzi di Cusano, in via Montenapoleone 18



tro sia sul mercato nazionale sia su quello estero. L'interesse è molto elevato e stiamo dialogando con realtà importanti all'estero e in Italia. Di Cinqueterre abbiamo già realizzato il catalogo, ma ora dobbiamo completare l'offerta con altre soluzioni. Per questo stiamo lavorando sulla riedizione di Cina che, come Cinqueterre, è più vicina al gusto contemporaneo.

In questo percorso ambizioso abbiamo voluto accanto a noi un progettista con cui abbiamo già lavorato in passato. Un amico, oltre che un professionista di grande sensibilità affascinato come noi dalla lezione dei Maestri. Sto parlando di Marco Costanzi che ha grande esperienza nel mondo dell'architettura e che ha lavorato con alcuni dei maggiori marchi della moda. Oggi Marco Costanzi è art director del brand Schiffini e insieme a lui porteremo avanti il rilancio del marchio in Italia e all'estero.

Accanto a noi abbiamo bisogno di collaboratori come lui che abbiano cuore e passione, oltre che competenza.

Come avete organizzato la distribuzione di Schiffini e quali canali utilizzerete?

In Italia ci siamo rivolti alla rete storica di agenti Schiffini perché cerchiamo anche in questo caso competenza e passione e vogliamo tenere distinti in modo chiaro i due marchi, che hanno target differenti. L'altro interlocutore importante, e questo vale anche per l'estero, è il mondo dei progettisti, con cui abbiamo consolidato i rapporti grazie all'approccio sartoriale di Scic. Con Schiffini la collaborazione è destinata a cementarsi ancora di più perché gli architetti sono affascinati dalla memoria dei grandi Maestri e rispettano il loro segno. Grazie a Cinqueterre, ad esempio, siamo stati

coinvolti nella ristrutturazione di due ville progettate in Liguria da Vico Magistretti per uno stesso committente milanese dell'epoca e il nuovo progetto è estremamente rispettoso di quello originale che verrà ripristinato in modo maniacale. In generale, gli studi di architettura sono gli interlocutori ideali per proporre Schiffini a una committenza di alto livello, anche quando l'approccio è più contract. La nostra proposta è un autentico valore aggiunto. Stiamo dialogando anche con chi si occupa di progetti legati alla nautica, in omaggio alla storia di Schiffini che nasceva proprio negli anni venti per fornire gli arredi agli yacht dell'epoca e che, ai tempi, aveva addirittura lo stabilimento sul porto. Collaboriamo con gli architetti Antonio Luxardo, chief designer di Cantieri di Pisa e con lo studio di Daniele Perotto, specializzato in yacht design. Utilizzeremo il modello Cina che, non avendo

MANAGER D'ECCELLENZA

Ceo di Scic, **Lorenzo Marconi**

Fornari è stato recentemente inserito nella prestigiosa lista dei 100 migliori manager italiani del 2024 stilata da **Forbes Italia**.

Un riconoscimento che premia la sua visione imprenditoriale in grado di coniugare il rispetto della tradizione e la ricerca dell'innovazione. Le intuizioni strategiche, a partire dall'idea di acquisire in licenza il marchio Schiffini, e le collaborazioni internazionali dimostrano la volontà di consolidare la presenza di Scic nel mondo del design di lusso, mantenendo saldo il suo legame con il territorio e l'artigianato locale. «Per me è un grande onore ricevere questo riconoscimento - commenta Lorenzo Marconi Fornari - che accolgo come premio per tutta l'azienda e per la lungimiranza che ebbe mio zio, Renzo Fornari, a creare una realtà radicata nel territorio e che oggi fa parte del panorama internazionale del design di lusso, mantenendo però un proprio stile italiano».

maniglie, si presta a soluzione totalmente integrate e prenderemo in considerazione imbarcazioni dai 40 metri in su.

Sarà un asset strategico soprattutto dal punto di vista della comunicazione e del marketing.

Parliamo ora di Scic e della sua evoluzione. Quando avete deciso di cambiare il vostro modello di business e come ci siete riusciti?

Negli ultimi 20 anni Scic è stato oggetto di un cambiamento importante e ora il marchio è collocato in una fascia da medio alta a molto alta, soprattutto in alcuni mercati esteri dove gode di una ottima notorietà, talvolta più elevata di quella che ha in Italia.

L'evoluzione verso una produzione sartoriale è stata fondamentale per sopravvivere perché ormai non si può competere sul prezzo, argomento facilmente attaccabile dalla concorrenza di altri Paesi, ma bisogna fare la differenza recuperando le abilità uniche della manifattura, o meglio ancora, dell'artigianato italiano. Un plus che necessariamente porta a un posizionamento sull'alto di gamma. Oggi purtroppo è più difficile trovare maestranze qualificate perché manca il ricambio generazionale. La rete di artigiani con cui collaboriamo mantiene viva una tradizione di grande qualità attraverso un prezioso lavoro manuale ma ci vogliono anni per acquisire la giusta competenza. La mancanza di formazione e di esperienza sta diventando un problema per tutta la manifattura italiana, non solo quella legata al settore arredo.

Recentemente avete proposto anche cucine outdoor. È un mercato in effettiva crescita?

Se guardiamo ai numeri è ancora una nicchia, ma in generale è un ambito che ti consente di presentarti in "abito da sera".

Anche in questo caso è quasi più un messaggio di marketing che un vero e proprio business perché la richiesta è al 90% soddisfatta dai barbecue. Esiste uno spazio se rimaniamo nel mondo del lusso. In molti dei

progetti che seguiamo sono presenti grandi cucine da esterno e se consideriamo il Nord America, persino in località montane dove si cucina fuori anche in inverno.

A proposito di mercati, quanto è importante l'Italia per Scic e quanto lo sarà anche per Schifflini?

Come obiettivo, in Italia puntiamo per entrambi i brand a una quota di fatturato del 20 / 25% e lo vogliamo raggiungere rafforzando il legame con gli studi di architettura, come abbiamo già detto, e con quei punti vendita che lavorano sul progetto e sono in grado di capire e proporre nel modo giusto il valore di un prodotto costruito su misura.

Per Schifflini pensiamo a poche realtà eccellenti in tutt'Italia e non a caso abbiamo scelto Salvioni per il suo debutto.

Intanto con Scic stiamo già sperimentando con successo la presenza di una nostra cucina in un appartamento situato in via Montenapoleone, a Milano, progettato da Studio 13.1. Una formula innovativa di show room che funziona bene con il tipo di clientela che ci interessa.

Nel frattempo continua e si rafforza la collaborazione con il mondo della moda e in particolare con i brand Fendi, Elie Saab Maison e Karl Lagerfeld Maison.

Quanto hanno influito sul percorso di riposizionamento di Scic le collaborazioni con i grandi marchi della moda?

Sicuramente ci hanno aiutato a mettere a fuoco il concetto di lusso legato a valori autentici, ma, ripeto, questa era l'unica strada percorribile per competere con realtà produttive a basso costo che oggi sono presenti non solo nelle lontane Cina e India ma anche in Egitto e negli Emirati Arabi, per fare degli esempi.

La sfida per noi è continua e anche la scelta di rilanciare Schifflini fa parte di questa strategia. L'anno prossimo festeggeremo i 100 anni del brand Schifflini.

Dobbiamo ricollegarci al passato e al bagaglio di conoscenze maturato negli anni per guardare al futuro.



MARCO COSTANZI
NUOVO ART DIRECTOR DI SCHIFFLINI

SCHIFFLINI, UN NUOVO ART DIRECTOR

Marco Costanzi è il nuovo art director del brand Schifflini e con la sua esperienza affiancherà Lorenzo Marconi e tutto lo staff per mettere a punto l'evoluzione dello storico brand. Operativo dal 2005 con il suo studio Marco Costanzi Architects di Imola, nel 2015 ha aperto una seconda sede a Roma per seguire il progetto di riqualificazione del Palazzo della Civiltà Italiana e la sua trasformazione per il nuovo quartier generale Fendi.

Lo studio opera prevalentemente nel settore residenziale (in fase di realizzazione una torre a Tokyo per il gruppo Mori e un complesso residenziale di lusso a Crans Montana) e del retail vantando la progettazione di un largo numero di negozi, showroom, uffici e hotels.

Collabora con brand di lusso in Italia e nel resto del mondo tra i quali Dior, Dolce & Gabbana, Fendi, Givenchy, Valextra, Rimowa, Sergio Rossi. Per il gruppo Rinascente si è occupato della ristrutturazione dello store di Firenze così come per il gruppo Globus a Zurigo.

Per la Maison Dior ha recentemente completato il nuovo HQ a Parigi.

Ha inoltre sviluppato prodotti di design per Viabizzuno e Fendi Casa.