

15/01/2016



Campagne

Cracco testimonial di Scavolini. Al via la nuova campagna

L'on air coinvolge tv, radio, cinema, stampa, affissioni e digital, quest'ultimo sempre più importante per l'azienda. Il budget pubblicitario stanziato per quest'anno è in crescita del 25% rispetto a quello investito nel 2015



di **Simone Freddi**

14 gennaio 2016

La cucina non è solo donna: dopo una serie di iconiche testimonial femminili come Lorella Cuccarini e Raffaella Carrà, **Scavolini** per la nuova campagna pubblicitaria stavolta punta su un uomo: **Carlo Cracco**, lo chef più famoso d'Italia che gli spot, firmati dall'agenzia **Komma**, ritraggono nel suo lato più confidenziale dell'uomo "Carlo", che ama l'intimità della sua casa.

La nuova campagna è **on air da oggi 14 gennaio con il primo soggetto televisivo da 30 secondi**, cuore di una campagna multimediale che coinvolgerà coinvolgerà anche radio, cinema, stampa, affissioni e digital, quest'ultimo sempre più importante per l'azienda.

Scavolini: Non più "solo" cucina

L'obiettivo della nuova linea di comunicazione di Scavolini – che **dopo 10 anni ritorna all'uso del testimonial** – è raccontare al pubblico l'evoluzione fatta negli ultimi anni dall'azienda – che ha chiuso il 2015 con un fatturato di Gruppo superiore ai 200 milioni di euro (di cui 40 all'estero), con un **incremento del 5% sul 2014** – consolidando la sua posizione non solo di leader del settore cucine, ma anche quale punto di riferimento per della zona living l'arredo del bagno.

E' proprio nella stanza da bagno che si svolge la scena di apertura del primo spot – in onda fino a marzo – nella quale Cracco si gode un bagno rilassante. “Vi starete chiedendo cosa ci fa Carlo Cracco in un bagno Scavolini...” è l'incipit che dà il via alla narrazione, che vede lo chef spostarsi negli altri ambienti della casa tutti arredati con mobili Scavolini, accompagnato dalle **musiche originali di Pino Presti**.

Il commercial, realizzato su progetto dell'agenzia Komma (partner creativo di Scavolini sin dal 1995), sotto la direzione di **Marco Pareschi**, regia di Fabrizio Mari e Mercurio Cinematografica come casa di produzione, prevede oltre 8000 passaggi in onda sulle reti Mediaset, Rai, Sky, Discovery e La7, senza contare i passaggi online, dove saranno veicolati anche formati diversi e long-form.

Nel secondo semestre andrà poi in onda un secondo spot in cui lo Chef Cracco, al termine di una giornata di lavoro, rientra a casa, abbandonando così la sua veste “pubblica” e tornando ad essere “semplicemente Carlo”, all'interno dell'abitazione, dove ritrova la sfera più intima, tra i profumi, gli oggetti e gli affetti familiari.

Il **budget pubblicitario**, gestito per radio e tv da **FC Media Service** (agenzia media che fa capo sempre a Komma) e direttamente da Scavolini per gli altri mezzi, quest'anno **crecerà del 25% rispetto al 2015**.



Un momento della conferenza stampa Scavolini

Fabiana Scavolini: «Entusiasti di Cracco»

«Siamo entusiasti di avere al nostro fianco un ambasciatore del food e del Made in Italy come Carlo Cracco», ha spiegato nel corso della conferenza stampa organizzata da Scavolini a Milano per presentare campagna e testimonial **Fabiana Scavolini**, amministratore delegato dell'azienda di Pesaro. «È sicuramente uno degli Chef italiani più conosciuti a livello internazionale, un interprete eccellente della nostra cucina e quindi perfetto rappresentante di quei valori – qualità, italianità, serietà e professionalità – da sempre parte nel nostro DNA. Questa importante operazione, **che ci vedrà al fianco di Cracco anche con eventi in Italia e all'estero**, ha l'obiettivo di sancire la nostra leadership non solo nel settore cucine, nel quale deteniamo la posizione da oltre 30 anni, ma anche nei settori arredo bagno e living».

Il successo della nuova campagna, che sarà trasmessa anche in diversi mercati esteri, rappresenta un driver importante verso gli obiettivi 2016 di Scavolini che, secondo quanto

dichiarato dal direttore generale **Vittorio Renzi**, quest'anno punta decisamente a un crescita a doppia cifra.



CONTATTI

Redazione: redazione@engage.it

Marketing: Vania Camillozzi - vania.camillozzi@engage.it

Telefono: 389 4428400



Engage è un marchio di Edimaker Srl - P.IVA 08421160964