



**PALAZZETTI** e **CASAfacile.it**  
IL CALORE CHE PIACE ALLA NATURA

COS'È PER TE IL CALORE?  
SCATTA UNA FOTO, RACCONTACELO  
E VINCI UNO DEI FANTASTICI PREMI

#ACCENDIUNIDEA

PARTECIPA AL CONCORSO



NOW READING:

Carlo Cracco testimonial d'eccezione nella nuova campagna di comunicazione Scavolini



ARCHIVIO: PEOPLE

([HTTP://WWW.INTERMAGAZINE.IT /CATEGORY/NEWS/PEOPLE/](http://www.internimagazine.it/category/news/people/))

TAG: CARLO CRACCO

([HTTP://WWW.INTERMAGAZINE.IT/TAG/CARLO-CRACCO/](http://www.internimagazine.it/tag/carlo-cracco/)), FABIANA SCAVOLINI

([HTTP://WWW.INTERMAGAZINE.IT/TAG/FABIANA-SCAVOLINI/](http://www.internimagazine.it/tag/fabiana-scavolini/)), SCAVOLINI

([HTTP://WWW.INTERMAGAZINE.IT/TAG/SCAVOLINI/](http://www.internimagazine.it/tag/scavolini/))

## CARLO CRACCO TESTIMONIAL D'ECCEZIONE NELLA NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SCAVOLINI



(<http://www.internimagazine.it/news/people/carlo-cracco-testimonial-deccezione-nella-nuova-campagna-di-comunicazione-scavolini/>)

DATA PUBBLICAZIONE: 14 JANUARY 2016

Scavolini (<http://www.scavolini.com/>) torna on air dal 14 gennaio con la **nuova campagna di comunicazione multimediale** che vede al centro della narrazione un grande testimonial: Carlo Cracco (<http://www.ristorantecracco.it/>). Obiettivo 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, 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 l'arredo del bagno e della zona living.

A Cracco viene affidato il compito di **raccontare** la nuova architettura del **brand**: non più solo naturale identificazione del prodotto cucina, ma anche protagonista nel mondo living e bagno.

La scelta di uno chef nasce dall'ascolto del mercato perché oggi più che mai il **tema del food** è centrale nella quotidianità delle persone e porta con sé un concetto di cucina inteso come spazio domestico del sociale, della convivialità, delle relazioni e della condivisione degli affetti familiari.

“Siamo entusiasti di avere al nostro fianco un ambasciatore del food e del Made in

Italy come Carlo Cracco”, ha commentato **Fabiana Scavolini**, amministratore delegato Scavolini, “è sicuramente uno degli chef italiani più conosciuti a livello internazionale, un interprete eccellente della nostra cucina e quindi perfetto rappresentante di quei valori da sempre parte nel nostro Dna”.

“Da sempre crediamo nella forza della comunicazione”, ha proseguito Fabiana Scavolini. “Il successo dell’azienda nel corso della sua storia è anche dovuto a fortunate campagne televisive con testimonial amati dal pubblico. **Raffaella Carrà** è stato il nostro volto per anni, a seguito di un sondaggio condotto con Sorrisi e Canzoni Tv, da cui era emerso che la Carrà era il personaggio più amato dopo il Papa e Pertini. E certo non potevamo ingaggiare loro! Altro testimonial a cui siamo stati legati per anni è **Lorella Cuccarini**. Ora con **Carlo Cracco** Scavolini ha anche un **volto maschile**, perché la cucina da tempo non è più ambito associato automaticamente alla donna. In più è un grande professionista della cucina...e noi con ironia, in apertura dello spot, l’abbiamo ripreso in vasca da bagno! Pensavamo sarebbe stato difficile convincerlo, invece si è prestato con molto spirito”.

Da parte sua, **Cracco** ha commentato: “Ormai avere il tempo di rilassarsi in vasca è un lusso, quindi ne ho approfittato! Sono stato contento di lavorare con Scavolini, perché è un marchio che rimanda a una grande famiglia di imprenditori e che rappresenta il meglio del made in Italy”.

La campagna televisiva è stata realizzata su progetto dell’Agenzia Komma, sotto la direzione di Marco Pareschi, regia di Fabrizio Mari e Mercurio Cinematografica come casa di produzione.

La campagna televisiva, **on air** dal 14 gennaio sino a marzo per quanto concerne il **primo flight**, mentre il **secondo flight** andrà in onda nel secondo semestre, sarà veicolata attraverso i più grandi **network nazionali**, con oltre 8000 spot in onda sulle reti Mediaset, Rai, Sky, Discovery e La7.

Gli spot saranno inoltre trasmessi anche al **cinema**. La campagna verrà infine declinata su **carta stampata, affissioni e web**.

Nella gallery, alcuni frame degli spot Scavolini con il nuovo testimonial Carlo Cracco.



(ht  
/1  
tes

di

