

# Carlo Cracco ai fornelli Così Scavolini si allarga

## Show cooking per festeggiare lo Store Milano Missori

**U**n evento dedicato a tutti gli amanti del design e della cucina d'autore: lo speciale show-cooking firmato Carlo Cracco per festeggiare la nuova veste dello Scavolini Store Milano Missori. Nel cuore del centro storico di Milano, l'azienda - leader di settore e punto di riferimento in tutto il mondo per la qualità del made in Italy e la grande attenzione ai dettagli - ha festeggiato il rinnovato showroom di oltre 400 metri quadrati con lo chef pluristellato e testimonial che s'è esibito in uno straordinario show-cooking allietando i palati più esigenti e raffinati, in un equilibrio tra arredi di stile e assaggi gourmet.

### Il punto d'incontro

Scavolini Store Milano Missori è un importante luogo di rappresentanza del brand nella "capitale del design" e un punto d'incontro strategico per architetti, progettisti e clienti finali. Uno showroom che è naturale espressione del successo dell'azienda con più di 30 anni di leadership in Italia, oltre 1.300 punti vendita in tutto il mondo, sedi a Londra e a New York - Scavolini UK e Scavolini Usa inc. che di recente ha raddoppiato i suoi uffici - e un ufficio di rappresentanza a Shanghai.

«Vetrina dello stile italiano a livello mondiale, Milano rappresenta per il nostro marchio una delle città più importanti



Lo show-cooking firmato Carlo Cracco

### DA MEZZO SECOLO IN GIRO PER IL MONDO



● Scavolini è un'azienda pesarese - leader di settore e punto di riferimento in tutto il mondo - che opera nel mercato italiano dei mobili da cucina da oltre 50 anni ed esporta a livello internazionale in oltre 50 Paesi. Dal 2012 Scavolini è entrata anche nel settore dell'arredo bagno.

per dialogare con un pubblico sempre più ampio e trasversale e sempre più attento alle innovazioni stilistiche», commenta Fabiana Scavolini, amministratore delegato Scavolini.

### In continuo divenire

Che continua: «Il nuovo allestimento dello Store Milano Missori fa parte di un progetto di rinnovamento e di espansione in continuo divenire che il gruppo sta portando avanti anche a livello mondiale». Di più: «Il nostro network è sempre più forte e l'offerta Scavolini è in continua evoluzione, di qui la necessità di tenere sempre aggiornati i nostri punti vendita e di renderli luoghi interattivi, di scambio, dove i progettisti possono interagire con le collezioni e i clienti finali possono vivere e goderne appieno attraverso esperienze coinvolgenti».

**Bianca Vichi**