

## Scavolini Carlo Cracco: la nuova campagna televisiva, video e foto

Di [Caterina Di Iorgi](#) | giovedì 21 gennaio 2016

Scavolini presenta la nuova campagna televisiva. Testimonial d'eccezione: Carlo Cracco. Su Designerblog le immagini e il video



**Risparmia 100€! Offri un passaggio con BlaBlaCar e dividi i costi di viaggio**  
www.BlaBlaCar.it



**Impara a trarre profitto da fonti che la tua banca nasconde (rischio di mercato)**  
iFOREX



**Questo ingegnoso trucco sta rivoluzionando il commercio online**  
L'hai provato?

Sponsorizzato da

Scavolini torna on air con la nuova campagna di comunicazione multimediale che vede al centro della narrazione un grande testimonial: **Carlo Cracco**. Obiettivo è raccontare al pubblico l'evoluzione fatta negli ultimi anni dall'Azienda 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.

E proprio tutti questi ambienti sono al centro della comunicazione Scavolini che - dopo 10 anni di pubblicità dove marca e prodotto sono stati gli unici attori - sceglie un testimonial di grande valore come Cracco a cui viene affidato il compito di raccontare la nuova architettura della marca: 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, temi profondamente radicati nel DNA di Scavolini.

Inoltre, un personaggio come Cracco ha permesso di creare un "cortocircuito narrativo", elemento "di rottura" che l'Azienda ha voluto per far breccia nel percepito comune delle persone: il "re della cucina" e la "più amata dagli italiani" si incontrano non nel loro ambiente "naturale" bensì in un contesto "sorprendente": la stanza da bagno.

Ed è proprio questa la scena di apertura del primo spot 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 il testimone spostarsi negli altri ambienti della casa tutti arredati con mobili Scavolini.

Nel secondo spot - che andrà in onda nel secondo semestre - lo Chef Cracco, al termine di una giornata di lavoro, rientra a casa. Abbandona così la sua veste "pubblica" e torna ad essere "semplicemente Carlo", all'interno dell'abitazione, dove ritrova la sfera più intima, tra i profumi, gli oggetti e gli affetti familiari.

**3000€ BONUS per i VIP POKER PLAYERS**  
**300% DEL PRIMO DEPOSITO FINO A 1050€ + 7.500€ IN FREEROLLS**  
REGISTRATI

Consulta le probabilità di vincite dei giochi in denaro su [www.sami.gov.it](#), [www.snai.it](#) e presso il tuo Punto SNAI. È vietato il gioco ai minori di anni 18. Giocare può causare dipendenza patologica. SNAI S.p.A. concessione n°15215

### I MAGAZINES DI BLOGO



### In Evidenza



**Vodafone Super Fibra**  
Parli e navighi a 25€/mese con chiamate illimitate verso tutti i cellulari.



**Agente 007 - Obiettivo Villain**  
Tutti i nemici di James Bond dal 1962 ad oggi



**IMMOBILIARE.IT**  
Annunci su Mappa e per Zona. Trova ora la tua Casa con Immobiliare.it!

Ads by

Ads by Rubicon Project

**FREE Online Courses** Get the skills you need to land the job you want.

**START LEARNING NOW**

edX

### SCELTI PER VOI



**Come rinnovare casa in sole 48 ore**



**Camerette Dielle by Doimo: l'ambientazione con letti XBed e...**



**Marchi cucine: la nuova cucina Monsterrat con finitura nera,...**

### CATEGORIE

Categorie principali +  
Expo 2015 +  
[Vedi tutte](#) | [Archivio](#)

**SamaSati**  
Retreat & Rainforest Sanctuary Costa Rica  
Costa Rica Off the Beaten Path



“Siamo entusiasti di avere al nostro fianco un ambasciatore del food e del Made in Italy come Carlo Cracco”, commenta **Fabiana Scavolini, Amministratore Delegato Scavolini Spa**. “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. Crediamo che questa campagna contribuirà a incrementare il traffico nei punti vendita, nostri primi importantissimi alleati nel sostenere la nuova architettura della marca. Pensiamo di poter offrire ancora moltissimo ai consumatori italiani – innovazioni non solo tecniche e di prodotto ma anche in termini di lifestyle – e per questo abbiamo incrementato i nostri investimenti, in comunicazione, aumentandoli del 25% rispetto all'anno scorso. Crediamo nelle possibilità di ripresa del mercato e vogliamo continuare ad avere un ruolo di guida anche per il futuro”.