

SCAVOLINI, ON AIR IL SECONDO SOGGETTO DELLA CAMPAGNA CON CARLO CRACCO. FIRMA KOMMA, BUDGET 2016 A +2

All'interno dello spot, il testimonial viene proposto con un approccio informale, con l'obiettivo di avvicinarlo il più possibile al pubblico e quindi alla marca, leggendolo nella sua dimensione privata.

Scavolini on air con il secondo spot della campagna pubblicitaria che vede come testimonial d'eccezione Carlo Cracco, scelto per raccontare la nuova architettura della marca: non più solo naturale identificazione del prodotto cucina, ma anche protagonista nel mondo bagno e living.

In questo nuovo spot lo Chef al termine di una giornata di lavoro, rientrare a casa. Abbandona così la sua veste "pubblica" e torna ad essere "semplicemente Carlo". Muovendosi all'interno degli ambienti bagno, living e cucina firmati **Scavolini**, ritrova la sfera più intima, tra i profumi, gli oggetti e gli affetti familiari. All'interno dello spot, il testimonial viene proposto con un approccio informale, con l'obiettivo di avvicinarlo il più possibile al pubblico e quindi alla marca, leggendolo nella sua dimensione privata.

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. Pianificazione tv e radio a cura di FC Media Services. Questo flight della campagna televisiva sarà on air sino al 15 ottobre e sarà veicolata attraverso i principali network nazionali, con circa 10.000 spot in onda sulle reti Rai, Sky, Discovery e La7. Lo spot sarà inoltre trasmesso al cinema e la campagna declinata anche sul web.

Per il 2016, **Scavolini** ha aumentato del 25% gli investimenti in comunicazione rispetto all'anno precedente.