

LA STAMPA



IL GRUPPO DELLE CUCINE

Scavolini arruola Cracco “Ma la crescita ora passa anche da bagni e living”

SARA RICOTTA VOZA

La cucina più amata dagli italiani e lo chef più amato della cucina italiana, **Scavolini** e Carlo Cracco, insieme per comunicare l'evoluzione che l'azienda pesarese ha compiuto negli ultimi anni e che l'hanno portata a chiudere il 2015 con un fatturato di gruppo superiore ai 200 milioni di euro, con un incremento del 5% sul 2014.

Da pochi giorni è infatti in onda il nuovo spot della campagna multimediale che vede protagonista Carlo Cracco non in cucina ma prima in bagno e poi nella zona living di casa, proprio per ricordare che da tempo **Scavolini** non è più soltanto leader nel settore cucine ma è entrata con successo anche in quello del bagno e si sta allargando sempre più nella zona living.

Con un insediamento industriale di 237.000 mq dove lavorano 660 dipendenti, il gruppo (che dal '96 comprende anche il marchio ernestomeda) ha scelto proprio negli anni della crisi di reagire ampliando le quote di mercato attraverso la diversificazione. E per affiancare i piani di consolidamento ed espansione ha sempre puntato molto sulla comunicazione. «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 - spiega Fabiana **Scavolini**, amministratore delegato del gruppo- Crediamo nelle possibilità di ripresa del mercato e vogliamo continuare ad avere un ruolo di guida anche per il futuro».

Una fiducia premiata dal mercato, come conferma il direttore generale Vittorio Renzi: «Il 2015 per noi si è chiuso bene sia per le esportazioni sia in Italia, anche perché abbiamo una solida rete di rivenditori molto attenta al servizio».