



15.2.2025

SCAVOLINI ET LAURA PAUSINI RÉUNIES DANS LA NOUVELLE CAMPAGNE PUBLICITAIRE INTERNATIONALE "VIVIMI"

Spécialiste de la cuisine équipée haut de gamme et de l'agencement d'intérieur, le fabricant transalpin dévoile une nouvelle campagne publicitaire internationale réalisée en collaboration avec la chanteuse italienne de renom Laura Pausini ; le titre, "Vivimi", fait référence à la chanson du même nom, interprétée par cette

artiste mondialement connue.

« Vivimi est bien plus qu'une campagne publicitaire, précise le fabricant italien Scavolini ; c'est un voyage émotionnel qui abolit les frontières entre la scène et la maison, l'endroit où l'on vit. »



Le récit commence à la fin d'un de ses concerts : submergée par les applaudissements et l'enthousiasme du public, Laura Pausini salue et remercie ses fans, puis se dirige vers sa loge.



C'est après avoir franchi l'entrée, quand les projecteurs s'éteignent, que la magie opère : « ici, l'artiste se retrouve elle-même, dans la familiarité de sa maison signée Scavolini, un espace contemporain qui associe élégance et fonctionnalité », décrypte la marque.





La caméra suit Laura Pausini évoluer chez elle et vivre les espaces, où chaque décoration et complément fait partie du récit. Dans le salon, chaque détail semble transmettre une sensation de chaleur et d'accueil. Dans la cuisine, on perçoit la joie de partager des moments authentiques. Enfin, dans la zone de nuit et le dressing parfaitement équipé, c'est un monde fait d'émotions et des objets qu'elle affectionne qui se dévoile.



Pour la bande son, c'est le titre "Vivimi", l'un de ses plus grands succès (écrit par Biagio Antonacci), qui a été choisi. Le morceau accompagne et renforce l'intensité de chaque instant en créant une atmosphère unique et enveloppante.



Avec cette collaboration, Scavolini entend confirmer son « rôle d'ambassadeur du style et de l'excellence italienne dans le monde, en écrivant un nouveau chapitre inoubliable de son histoire dans la communication publicitaire », explique la marque





« Ces dernières années, notre communication s'est concentrée sur un message universel : la maison est au cœur de la vie de chaque famille, un lieu qui se développe avec nous et évolue pour répondre à nos souhaits et à nos besoins, observe Fabiana Scavolini, Administratrice déléguée de Scavolini. C'est la signification de notre slogan "Nous sommes devenus un foyer ensemble", qui a guidé notre stratégie, de notre 60^e anniversaire à aujourd'hui. Nous avons identifié dans Laura Pausini une figure capable de représenter l'âme de Scavolini de manière unique et authentique. Laura est une icône internationale, présente dans le cœur de millions de personnes grâce à sa voix, sa sympathie et son charisme ; mais c'est en même temps une femme et une mère qui met en valeur l'intimité de la maison comme un refuge et une source d'inspiration. Son histoire personnelle se marie parfaitement avec les valeurs de notre marque, rendant ce choix idéal pour raconter cette nouvelle phase de notre communication, dans laquelle nous célébrons le design italien et le lien émotionnel que chacun de nous crée avec sa maison. »

La campagne est conçue et planifiée par l'Agence TEND, avec un film proposé par le réalisateur Igor Borghi, diffusé sur les écrans à partir depuis le 10 février. La stratégie de communication adopte une approche omnicanale pensée pour inclure le public à travers tous les canaux : campagnes télévisuelles – y compris les plateformes à la demande et de streaming – et radiophoniques, campagnes de presse, activités numériques et une présence sur Facebook et Instagram. Les contenus sur les réseaux sociaux impliqueront le public en générant des engagements via l'hashtag #VivimiScavolini.

En effet, le concept créatif a été développé de manière à s'adapter à différents canaux et formats afin de garantir une cohérence visuelle et narrative. L'objectif est d'offrir des expériences immersives et captivantes, capables de créer une connexion authentique avec le public.

SCAVOLINI

