

# cuisines & bains

magazine

HORS-SÉRIE

## LE MARCHÉ DE LA CUISINE

2025 | RÉSULTATS / PERSPECTIVES  
TENDANCES / INNOVATIONS

DOSSIER SPÉCIAL

## Les services

MAI 2025

30€

ISSN 2498-0161

# 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, c'est un voyage émotionnel qui abolit complètement les frontières entre la scène et la maison, l'endroit où l'on vit », précise Scavolini.

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, 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 italienne.

« 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<sup>e</sup> 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 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.

## EN BONUS SUR INTERNET



Pour découvrir cette campagne publicitaire, scannez ce QR Code



**POETICA (DESIGN VUESSE) DE SCAVOLINI**

Présentée dans la dernière campagne de communication de la marque portée par la chanteuse italienne de renommée internationale Laura Pausini (voir page 25), cette cuisine met en scène un travail du bois d'une grande élégance. On remarque notamment l'usinage particulier de la porte, « *qui devient l'emblème d'un style associant des motifs raffinés d'inspiration rétro à des détails modernes et fonctionnels* », précise le fabricant. La porte, de 23 mm d'épaisseur, présente un cadre fin en frêne massif et un panneau central plaqué coordonné rappelant la même essence.



© Livio Fantozzi

En plus de la dimension réduite du cadre, la nouveauté du projet tient également à l'ouverture de la porte avec gorge Round "intermédiaire", « qui introduit une nouvelle expression de composition également mise en valeur par la continuité des portes lisses pleine hauteur des colonnes », détaille Scavolini. Et, pour ajouter une touche décorative supplémentaire, les configurations peuvent également être assorties aux nouvelles boiseries Vertical System.

# PAROLES DE PROS !

À l'intention des lecteurs de *Cuisines & Bains Magazine*, les acteurs décrivent par le menu, dans les pages qui suivent, la conception qu'il se font du service et l'importance qu'ils lui accordent.

Propos recueillis par Benjamin COPPENS

## ROBERTO GRAMACCIONI, SCAVOLINI FRANCE



Roberto Gramaccioni, directeur général, Scavolini France

**“Chez Scavolini, la qualité ne s'arrête pas aux produits : elle s'étend à tout ce que nous mettons en œuvre pour soutenir et faire grandir nos partenaires. C'est ce qui fait, je crois, la vraie différence.”**

**S**i je mais plais à penser que tous les acteurs de la profession connaissent et reconnaissent la qualité des produits et l'ADN design de Scavolini, trop peu de cuisinistes, à mes yeux, savent en revanche que les services que nous proposons peuvent eux aussi soutenir la comparaison avec ce qui se fait de mieux sur le marché français.

En effet, l'accompagnement que nous proposons à nos partenaires français est d'un très haut niveau... tout en restant fidèle à notre philosophie. Ainsi n'exigeons-nous ni droits d'entrée, ni redevances, contrairement à un modèle de franchise classique ; pourtant, nos partenaires bénéficient d'un soutien complet, similaire à celui qu'offre un réseau de franchise. En somme, nous tenons à offrir les avantages... sans les contraintes.

Ces avantages, quels sont-ils ? À tout seigneur tout honneur, je commencerai par citer la structure d'accompagnement que nous avons mis en place à l'intention des cuisinistes et agences d'habitat qui font le choix de travailler avec nous. Je songe, entre autres, à notre filiale commerciale présente en France depuis 2018, et qui témoigne de l'importance qu'accorde la marque au marché hexagonal. J'en veux pour preuve, d'ailleurs, que nous avons récemment renforcé l'équipe en accueillant Fiona Iannaccone en tant que responsable commerciale marketing. En alliant une solide formation en communication – notamment chez Publicis – à une expérience dans la décoration d'intérieur, son profil est particulièrement précieux pour accompagner efficacement nos partenaires dans leur développement commercial et marketing. Et, puisqu'il est question de communication, je rappelle que nous investissons dans des campagnes nationales pour soutenir l'image de la marque. De plus, nous contribuons financièrement aux actions de publicité locale de nos revendeurs, que ce soit en presse écrite, digital, affichage, etc. Par ailleurs, nous mettons gratuitement à disposition tout un ensemble de supports PLV et d'objets déco pour enrichir leurs showrooms.

Ces derniers font, en outre, l'objet de tous nos soins. En effet, dès le choix du local, nous accompagnons nos partenaires : visite, conseil, modélisation 3D par nos architectes, pose, choix des matériaux et finitions pour les murs et sols, etc. Rien n'est laissé au hasard ! Le but est de créer des showrooms valorisant pleinement l'univers Scavolini, tout en respectant les spécificités de chaque projet.

Pour en revenir à la structure d'accompagnement, laissez-moi également toucher un mot de l'équipe (francophone et francophile) installée à Montelabbate, notre siège historique, et dédiée à la gestion des commandes, au support technique, à l'administration, à la comptabilité et au marketing, etc. Ainsi garantit-elle un suivi de qualité pour chaque projet.

Quant à notre plateforme Extranet, elle se révèle un atout majeur, en permettant de suivre les commandes, d'accéder aux documents techniques, aux nouveautés produits, aux supports marketing comme les logos et photos HD, etc. C'est un véritable espace de travail collaboratif, qui simplifie énormément la gestion quotidienne des revendeurs.

Pour finir en matière de services, je me dois de parler de "L'Appartement Parisien" que nous avons inauguré l'an passé. Que vous dire à son sujet... sinon que c'est un outil formidable ! Situé avenue Franklin Delano Roosevelt, à Paris, ce siège reflète l'élégance italienne et l'art de vivre français. C'est à la fois un bureau, un showroom et un espace de formation. Nous y présentons en effet nos dernières nouveautés dans une mise en scène qui permet vraiment de se projeter dans l'univers Scavolini ; mais c'est aussi un lieu où nos partenaires peuvent inviter leurs clients, notamment des architectes et designers, pour découvrir concrètement nos solutions d'aménagement.

En résumé, à marque haut de gamme, services haut de gamme ! Chez Scavolini, la qualité ne s'arrête pas aux produits : elle s'étend à tout ce que nous mettons en œuvre pour soutenir et faire grandir nos partenaires. C'est ce qui fait, je crois, la vraie différence.