

Scavolini lancia il progetto 'iFood inStore'

NEWS DESIGN



Scavolini lancia il progetto "iFood inStore", un blog tour in 100 tappe, organizzato in collaborazione con iFood, che coinvolgerà gli **Scavolini** Store d'Italia che, per l'occasione, offriranno ai cittadini un'esperienza gourmet, tra buon cibo e design. Ai fornelli delle cucine **Scavolini** si alterneranno i **food blogger** del network iFood, realtà nativa del Web dell'editore Netaddiction, impegnati in un viaggio di 100 show cooking all'interno degli Store monomarca dell'azienda.

Partito a gennaio, il tour proseguirà sino a dicembre 2017 con eventi in tutte le regioni della penisola. Un'esperienza multimediale che vivrà off line, all'interno dei punti vendita monomarca coinvolti nel progetto e, on line, sui canali social dell'Azienda, su iFood.it e attraverso gli account dei food blogger coinvolti.

Scavolini ha scelto come partner di questo progetto iFood, che raccoglie in tutta Italia oltre 280 food blogger, da appassionati di cucina, a cuochi amatoriali, ad autori di libri di gastronomia, che avranno il compito di coinvolgere il pubblico in un'esperienza multisensoriale. "Abbiamo pensato ad un progetto di engagement che potesse coinvolgere i nostri stakeholder più importanti. Da un lato i rivenditori, che ospiteranno gli eventi dentro gli **Scavolini** Store, ai quali vogliamo offrire un momento di incontro con i potenziali clienti, dall'altro i cittadini, ai quali diamo un'occasione "gustosa" per conoscere più da vicino i punti vendita e la nostra offerta", spiega **Fabiana Scavolini**, amministratore delegato dell'azienda. "Senza dimenticare la community online dei food blogger, target con il quale abbiamo già iniziato a lavorare nel 2015 con il concorso "#CucinaDaSogno" e che continuiamo ad ingaggiare con questa iniziativa".

"Siamo particolarmente contenti del progetto e di collaborare con un partner con una brand identity come **Scavolini** - commenta Andrea Pucci CEO e Fondatore del gruppo editoriale Netaddiction - . iFood InStore valorizza al meglio l'offerta del nostro sito di cucina e le professionalità che ne fanno parte, creando sinergie efficaci fuori e dentro il Web e sfruttando il modello di comunicazione a barriere zero che i blogger sono in grado di mettere in campo".