



12 Agosto 2016

DESIGN

Lamborghini firma piastrelle in Bolivia

Ilaria Vesentini

Design. Primo passo per il Sud America

Lamborghini firma piastrelle luxury prodotte in Bolivia

Ilaria Vesentini

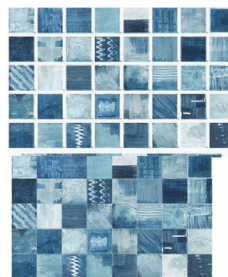
■ Dopo aver griffato orologi, occhiali, profumi, abbigliamento, arredamento e biciclette, il marchio Tonino Lamborghini conquista il continente sudamericano firmando le piastrelle di alta gamma che saranno prodotte dal gruppo Faboce, il maggior produttore ceramico della Bolivia (12 stabilimenti, 760 addetti diretti e 50 milioni di dollari di fatturato).

La casa bolognese di design ha infatti sottoscritto un accordo con il big boliviano per abbinare nome e logo del toro alla linea ceramica "Tiles & Style" che uscirà dal nuovo stabilimento a Santa Cruz de la Sierra fresco di inaugurazione e dove Faboce (che produce quasi 12 milioni di mq tra porcellanato e tecnogranito) ha investito 20 milioni di euro, principalmente in tecnologie meccaniche italiane.

Una partnership, quella tra Tonino Lamborghini e il leader ceramico boliviano per produrre piastrelle "designed in Italy", nata durante la scorsa edizione del Cersaie a Bologna grazie alla triangolazione con l'azienda modenese GS Luxury group, che vanta mezzo secolo di esperienza nel settore ceramico e due anni di collaborazione con l'erede della famiglia Lamborghini. In prospettiva la firma in Bolivia apre al brand del Toro tutto il continente sudamericano, «un mercato difficile a causa di barriere doganali all'ingresso molto alte. Entrare attraverso un'alleanza con il colosso produttivo e logistico locale ci permette di dare gambe a un progetto transnazionale nella ceramica che punta ad allargarsi a Cile, Argentina, Perù, Colombia, Uruguay e Paraguay», spiega Tonino Lamborghini, fondatore del "lifestyle experience brand". Il marchio creato più di

30 anni fa per esportare lo stile e il design industriale italiano nel mondo. L'azienda bolognese ha raggiunto nel 2015 i 400 milioni di euro di fatturato (97% export, di cui il 70% in Far East) con 15 licenze attive, oltre ai progetti retail nell'hospitality (hotel, ristoranti, bar, club).

Dopo la recente apertura del Tonino Lamborghini Lounge a Bangkok e il via al progetto alberghiero a 5 stelle nella Panlong Valley a Jinxian in Cina, il marchio del Toro ha annunciato ora - sempre all'interno del progetto Hospitality - l'apertura di nove Disco-club griffati in Asia, tra Singapore, Kuala Lumpur, Shanghai e Melbourne. Sviluppando quella strategia di "brand extension" che rappresenta un caso di scuola studiato a livello internazionale: l'ultimo modello di smartphone 88 Tauri, lanciato in edizione limitata lo scorso anno e che combina la piattaforma tecnologica mobile Android con il design italiano, è da poco sbarcato negli store arabi a 6.300 dollari.



Ceramica. La linea Lamborghini