

Espansione

Tonino Lamborghini vara new opening in India

Dopo aver rafforzato la sua presenza in Cina, il brand del Toro celebra il suo 42° anniversario studiando aperture in Bahrein, Thailandia e Sudafrica. **Flavia Iride**

Dall'heritage italiano a un progetto internazionale. Quarantadue anni dopo, il segmento hospitality di **Tonino Lamborghini** si consolida come il progetto più accattivante del marchio del toro. «42 anni all'insegna dell'intraprendenza», recita un claim aziendale. E con intraprendenza, complice di un savoir faire tutto italiano e di certo bagaglio imprenditoriale, Tonino Lamborghini, ha creato l'omonimo brand. «Porto un nuovo modo di vivere lo stile italiano nel mondo», ha detto il presidente che, tra le ultime sfide per il marchio, prevede nuovi opening in India, Bahrein, Dubai, Thailandia e Sudafrica. Quello di Lamborghini è un modo di vivere e di fare imprenditoria che ha coinvolto diverse categorie merceologiche, dagli accessori di lusso agli arredi, dal food&beverage ai golf e utility cart elettrici. L'obiettivo? creare «un lifestyle experience brand». Era il 2012 quando il



L'hotel Tonino Lamborghini a Kunshan in Cina

brand inaugurava il primo progetto di hotel a 5 stelle in Cina, il **Tonino Lamborghini library boutique hotel** a Suzhou. Da quel momento gli investimenti sono progressivamente aumentati fino ad arrivare a nuove aperture in tutto il mondo. Nel mercato del Dragone si sono poi aggiunti diversi hotel in città come Kunshan, Huangshi, Nan-

jing e per ultimo quello di Chengdu, la cui apertura è prevista entro la prima metà del 2023. A gennaio del 2022 a Suzhou, ha aperto il primo **Tonino Lamborghini hotel rosso**, un nuovo concept di hôtellerie dedicata ai più giovani. Dalla Cina al Brasile fino all'Egitto dove sono stati inaugurati alcuni edifici residenziali arredati con gli interior della linea **Tonino Lamborghini home**. Più recentemente il brand è anche sbarcato a Dubai con il primo **Tonino Lamborghini mare nostrum skypool restaurant**, un ristorante e club pensato per soddisfare la clientela emiratina e internazionale più esigente. (riproduzione riservata)

Strategie

Cbre si focalizza sul mercato capitolino



Cbre, gruppo specializzato nei servizi e investimenti in commercial real estate scommette sul mercato romano. L'azienda ha lavorato come advisor per la locazione di un immobile situato in via del Corso a Roma a un marchio di abbigliamento premium. Lo store sarà situato in un palazzo ottocentesco (nella foto, uno scorcio) e potrà godere dei vantaggi che la principale via del lusso capitolina offre, una forte visibilità e un elevato flusso pedonale, dove sono già presenti le boutique di diversi marchi prestigiosi. «Il mercato immobiliare romano sta vivendo un periodo di grande fermento, in particolare per quanto riguarda gli asset di prestigio», ha affermato **Silvia Gandellini**, head of capital markets e a&t high street del gruppo. «Gli ottimi fondamentali dell'immobile e la locazione di grande prestigio hanno garantito il successo dell'operazione». (riproduzione riservata)

Annachiara Gaggino

Progetti

SCALO MILANO, 40 MILIONI PER IL SUO AMPLIAMENTO

Per l'outlet del gruppo Lonati 9 mila mq in più destinati a 32 negozi, ristoranti e co-working. Si stimano 300 assunzioni

Scalo Milano outlet & more inaugura una nuova fase di crescita, forte dei risultati più che rosei nel business. Il mall situato a Locatelli di Triulzi e di proprietà del gruppo Lonati sta lavorando a un progetto di ampliamento, firmato dallo **Studio Design international**, di 9 mila metri quadrati per una struttura di tre livelli, che si tradurranno in 32 unità destinate a 27 negozi di brand fashion italiani e internazionali, cinque ristoranti e un'area di co-working. In quest'ultima si insedierà **Retail hub**, che unirà innovazione & technology. «Con questo step che ha previsto un investimento di 40 milioni di euro, confermiamo il nostro piano industriale. In totale raggiungeremo 44 mila metri quadrati e potremo creare 300 nuovi posti di lavoro, che andranno ad aggiungersi ai 1200 già attivi», ha spiegato **Davide Lardera**, amministratore delegato di Scalo Milano outlet & more. Il plan è stato già avviato con la co-



Scalo Milano outlet & more

struzione ultimata di un parcheggio multipiano di 20mila metri quadrati con ulteriori 700 posti auto. Una passerella lo collegherà alla piazza sopraelevata rendendola facilmente accessibile dai visitatori. Uno sviluppo che va di pari passo con le performance economiche dell'outlet. «Il 2022 si è chiuso con un fatturato aggregato in salita del 32%, trainato da oltre 3,4 milioni di visitatori, il 25% in più del

2021. Nei primi tre mesi dell'anno in corso prevediamo di continuare questo trend, con ricavi previsti a +30% e il 15-20% di flussi in aumento». **Ettore Lonati**, numero uno del gruppo Lonati, ha poi evidenziato che l'operazione andrà ad affiancarsi ai 180 milioni di euro di investimento effettuati su circa 10 anni. L'outlet ad oggi vanta 150 store di brand tra cui figurano **Liu Jo**, **Tommy Hilfiger**, **Levi's** fino a **Kartell**, **Calligaris** e **Natuzzi** per la parte design. (riproduzione riservata)

Alice Merli

News

a cura di Annachiara Gaggino

The style outlets si espande



The style outlets accoglie nuove realtà. I due centri italiani di Neinver, situati a Viculongo e Castel Guelfo (nella foto) hanno visto numerosi opening che spaziano dall'abbigliamento, al beauty, agli accessori fino alla ristorazione. L'outlet di Viculongo dà il benvenuto allo store di L'Oréal e della boutique multimarca di occhiali da sole Sunglass hut. Per una pausa dallo shopping arriva Emozioni d'Italia e invece per l'abbigliamento hanno inaugurato NaraMilano, Paul Tylor e Dockers. Quest'ultimo fa il suo ingresso anche nel centro di Castel Guelfo, che vede anche il restyling e l'ampliamento dello store Levi's, dove, tra prodotti iconici e novità, si viene immersi in uno spazio tutto nuovo dove chiunque può trovare il proprio jeans perfetto.

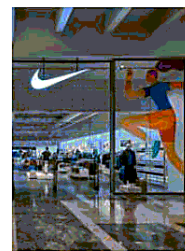
Ba&sh, primo store in Italia



Ba&sh sceglie l'Italia. Il brand francese presente in settanta paesi continua la sua espansione e inaugura il suo primo store nella Penisola. Nella cornice di corso Como a Milano, tra le vie più rinomate della città, il marchio fondato da Sharon Kreif e Barbara Boccaro nel 2003 apre le porte di un negozio (nella foto, gli interni) elegante, familiare e tranquillo. I colori tenui che caratterizzano l'ambiente sono pensati per esaltare la ricchezza cromatica delle collezioni di Ba&sh. Lo store è decorato da cuscini, tappeti e cesti in cotone e lana, realizzati da artigiani afgani. Dietro la cassa invece, creato dalla calligrafia delle due fondatrici di Ba&sh si può vedere il nuovo monogramma del marchio, una firma che segna l'inizio di una nuova avventura.

Nike live sbarca a Palermo

Nike live sbarca a Palermo. Il brand di sportswear ha portato il concept nel centro commerciale Forum della città siciliana, facendo salire a quattro il numero di negozi che offrono uno spazio digitalizzato e progettato per offrire la migliore esperienza di acquisto in-store ai membri di Nike. Lo store (nella foto), che si sviluppa su 700 metri quadrati, è stato aperto in collaborazione con il gruppo Percassi, partner licenziatario del marchio per il Sud Europa e offre una gamma di prodotti e servizi digitali e personalizzati per dare modo a tutta la community di Palermo di incontrarsi e scoprire le ultime novità. Tra i servizi offerti anche consulenza e supporto tecnico oltre che la possibilità di utilizzare l'app per un'esperienza più immersiva all'interno del negozio.



Ratti debutta nel kidswear

Ratti espande la sua offerta al mondo del kidswear. La realtà di Pesaro, fondata nel 1945 e guidata ora da Silvana e Matilde Ratti apre un negozio dedicato all'abbigliamento da 0 a 16 anni, completando così l'offerta delle boutique uomo e donna (nella foto). Per il progetto è stato scelto uno spazio già dalla famiglia Ratti, di fronte al negozio di via Possini che è stato pensato per essere vissuto anche dai bambini ed è quindi arredato in maniera giocosa. Al suo interno si potrà trovare una selezione dei marchi coerente con l'offerta di Ratti, quali Dior, Gucci, Fendi, Burberry, Off white e Palm angels, Gufo, Stella McCartney kids, Dou dou e Mini Rodini che saranno disponibili anche sul sito web dello store. (riproduzione riservata)

