



Lamborghini (Collezione) punta sul co-branding

17 GENNAIO 2018



Collezione Automobili Lamborghini

Collezione Automobili Lamborghini sceglie la cornice di Milano Moda Uomo per presentare le novità dell'autunno/inverno 2018-19 del brand, cui si accompagnano una serie di special edition dedicate al nuovo super suv Urus. “Il 2017 è stato un anno di crescita e lo dimostrano le collaborazioni che stiamo avviando, le quali sono tutte segnali di come abbiamo intenzione di porci sul mercato per andare incontro alle esigenze dei nostri clienti”, ha spiegato a *Pambianconews* **Luca Lucini**, product manager del brand da circa 7 milioni di euro nel 2017.

Tra le speciali collaborazioni, infatti, vi è quella con il laboratorio di calzature artigianali di lusso **Enzo Bonafè**, con cui Lamborghini ha presentato due modelli di mocassino; quella con la bolognese **Hettabretz**, famosa per i capispalla in pelle, con cui è stato realizzato un giubbotto in suede personalizzabile disponibile in soli 30 pezzi; e quella con **Tecknomonster**, produttore di valigeria in fibra di carbonio top di gamma, con cui sono stati creati due travel set studiati appositamente per il baule del suv. Tutte le special edition di sono esposte nello showroom di Sant'Agata Bolognese dedicato al programma Ad Personam, studiato per le personalizzazioni e il servizio tailor made.

Sempre a livello di collaborazioni, Collezione Automobili Lamborghini ha inoltre avviato una partnership con **Riva 1920** per l'arredo e con **Swiss Prestige Cosmetics** per una linea di cosmesi, cui si aggiunge la conferma delle partnership con **Intertrade Group** per le fragranze L e con **Mizuno** per le calzature lifestyle e running.

“Per il prossimo futuro, abbiamo delle prospettive positive per quanto riguarda l'apertura di monobrand nell'area di Medio Oriente e Sud Est Asiatico, mercati in cui il brand performa molto bene”, ha continuato Lucini. Il marchio, infatti, conta diversi monomarca nell'area, cui si aggiungono corner e shop in shop. In Europa, il brand conta una distribuzione wholesale e i mercati principali sono Germania, Olanda e Regno Unito. L'America, invece, si dimostra il primo mercato per quanto riguarda le vendite tramite il canale e-commerce.

Intanto, nel temporary showroom allestito in via Tortona 32, in questi giorni, Lamborghini espone il nuovo suv Urus. “Siamo in un momento molto importante perché abbiamo appena lanciato un nuovo veicolo che non è solo un nuovo modello, ma rappresenta anche un cambio radicale, perché non è una super sportiva, ma un'auto con un target diverso che può accogliere anche le famiglie, molto versatile, e questo costituisce una grande novità”, ha concluso Lucini. **Automobili Lamborghini** ha [chiuso il 2017](#) con un totale di 3.815 vetture consegnate, registrando vendite in crescita del 10 per cento.