



Sud Africa

Soweto rinasce con i colori Vogue

Alla realizzazione di grandi progetti contract internazionali, i dipendenti di Ceramica Vogue sono abituati. Il marchio più tecnico del gruppo biellese Altaeco (33,4 milioni di fatturato consolidato nel 2013, di cui 13,6 di Vogue) è infatti da sempre specializzato in grandi forniture nel medio-alto di gamma in tutto il mondo. «Ma il teatro di Soweto è stato un lavoro speciale, non usuale – ammette Sabrina Giacchetti, responsabile comunicazione dell'azienda – per la sua complessità architettonica, la sua bellezza e soprattutto per il suo valore sociale». Inaugurato due anni fa in una delle zone più povere di Johannesburg, in Sud Africa, il teatro fa parte di un più ampio piano urbanistico locale di riqualificazione e rilancio dell'area.

L'obiettivo era creare una struttura gioiosa, che invitasse la popolazione ad andare a teatro e comunicasse allegria e fiducia. Di qui la scelta di coinvolgere per il rivestimento in ceramica l'azienda biellese, specializzata proprio nell'uso dei colori, di cui il teatro di Soweto è esempio perfetto. Un progetto ambizioso e complesso, soprattutto per le linee curvilinee della strut-

tura e la forma parabolica dei volumi da rivestire. Ma per l'azienda quest'opera, per tre quarti rivestita (all'interno e all'esterno) di ceramiche made in Italy, ha anche un importante valore commerciale. «È il risultato di una strategia di contatti sul territorio con i progettisti, portata avanti dal nostro rivenditore in Sud Africa, così come avviene negli altri mercati su cui siamo presenti», dice Giacchetti.

L'azienda realizza all'estero il 43% del proprio fatturato e punta molto sul canale del contract (visto anche il prodotto tecnico che propone), sviluppato tramite la rete di rivenditori locali, ma anche attraverso un uso sapiente e assiduo della rete internet. Un canale su cui scommettere a maggior ragione sui mercati più lontani, come appunto il Sud Africa: «Siamo presenti qui da dieci anni – conclude Giacchetti – ma il peso di questo Paese è ancora limitato rispetto ad altri e alle sue potenzialità, che sono molto ampie. È un mercato promettente, come il nord Africa e i Paesi arabi, dove l'uso della ceramica è molto apprezzato e radicato anche nella tradizione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA