

BVLGARI

BULGARI APRE IL SUO FLAGSHIP STORE A PARIGI IN AVENUE GEORGE V

Parigi, settembre 2008 – Martedì 30 settembre, Bulgari aprirà nella centralissima ed elegante Avenue George V, all'angolo con Rue François 1^{er}, il suo quarto negozio a Parigi, dopo quello di Avenue Montagne aperto nel 1979, di Place Vendome al n. 10 aperto nel 1996 e Place Vendome al n. 25 aperto nel 2005. Il negozio sarà anche il più grande d'Europa con i suoi 1.500 mq di superficie vendita sviluppati su due piani.

Francesco Trapani, amministratore delegato del Gruppo Bulgari, dichiara: “Sono molto orgoglioso di questo nuovo magnifico negozio che rafforza ulteriormente la presenza e la visibilità del marchio Bulgari a Parigi, da sempre un mercato chiave per i beni di lusso e una città dove torniamo a investire con grande determinazione dopo l'opening a Place Vendôme nel 2005. Abbiamo impiegato tre anni per individuare questa prestigiosa location e il risultato finale rappresenta perfettamente l'alta qualità e l'attenzione per il dettaglio che contraddistinguono lo stile Bulgari, offrendo contemporaneamente alle collezioni di gioielli, orologi e accessori il giusto risalto in uno spazio d'eccezione e ai nostri clienti una shopping experience di altissimo livello.”

Ispirato ai volumi e all'architettura degli antichi palazzi, il nuovo negozio è in linea con i codici stilistici di Bulgari, reinterpretati con grande finezza dal team di architetti interni all'azienda. Il suo concept architettonico è quello del “twin-store” con due entrate separate per due universi - quello dei gioielli e quello degli accessori- che si uniscono all'interno grazie ad un'abile sequenza di materiali e sfumature di colore.

La facciata esterna arrotondata si impone per il suo design sofisticato e contemporaneo e presenta ad intervalli regolari dei pilastri in marmo grigio pulvis resi ancora più particolari dalla lavorazione effetto diamante.

L'entrata che si affaccia su Rue François 1^{er} ospita l'area riservata alla gioielleria e all'orologeria; entrando invece da Avenue George V si possono ammirare le ultime collezioni di accessori Bulgari, da uomo e da donna. Una terza entrata, posizionata all'angolo tra le due strade, funge da elemento di congiunzione tra i due spazi.

Colonne a forma di petali stilizzati decorate ad encausto avorio si innalzano sino a raggiungere il piano superiore e sono illuminate dalla luce di un immenso lampadario realizzato interamente a mano da maestri vetrai italiani: una cascata di luce che scende dalla cupola di vetro posta sul tetto della rotonda.

Un'ampia scala con finiture in rame si svela attraverso i giochi di luce e trasparenza. Le sue rampe leggere ed i profili in vetro danno l'illusione che sia sospesa nell'aria. I gradini retroilluminati - una caratteristica del nuovo concetto architettonico dei negozi Bulgari - guidano il visitatore verso l'area dedicata alle creazioni di Alta Gioielleria, esposte in vetrine sospese.

La decorazione degli interni è un susseguirsi di alternanze e contrasti: pareti in pietra e superfici di quercia trattata ad encausto, teche trasparenti e grandi pannelli di seta disposti a tutt'altezza. I colori sono caldi e sfumati e si fondono in modo naturale: le diverse tonalità dei legni pregiati, da quelli più chiari a quelli più intensi; la purezza del marmo di Trani accostato alle finiture ad encausto.

Lo spazio dedicato agli accessori presenta uno spettacolare soffitto di sei metri ed è caratterizzato da un espositore a balaustra in sottile rete metallica. Una parete ad encausto con decorazione effetto diamante abbinato al marmo di Trani, unisce i due universi della gioielleria e degli accessori.

Questa minuziosa opera di restauro è stata realizzata grazie al lavoro di 250 artigiani e lavoratori provenienti da 35 aziende diverse. Per la decorazione degli interni e degli esterni sono state utilizzate circa 65 tonnellate di marmo. Il materiale di scarto delle lavorazioni è stato tutto rigorosamente riciclato rispettando le leggi a tutela dell'ambiente.

Il Gruppo Bulgari è uno dei protagonisti mondiali del mercato del lusso. Nel 2007 il fatturato del Gruppo è stato di 1.091,0 milioni di Euro. La società opera attraverso negozi situati nelle più esclusive arterie dello shopping del mondo e una qualificata rete di distributori. Al 30 giugno 2008 il numero complessivo dei negozi del Gruppo Bulgari era pari a 252 di cui 155 in proprietà. Il portafoglio-prodotti di Bulgari comprende gioielli, orologi, profumi e accessori. La società è controllata dalla famiglia Bulgari, che detiene circa il 52% del capitale, mentre il restante 48% è quotato alla Borsa di Milano.