

Galleria Cavour, riapre la boutique Vuitton

Domani l'inaugurazione dei locali ristrutturati dalla designer Patricia Urquiola

di NICOLETTA BARBERINI MENGOLI

NEGOZIO nuovo, stessa classe. Quella classe che nobilita e distingue **Galleria Cavour** e che non mancherà, alla riapertura di domani, alle 18,30, solo su invito, dei locali rinnovati e ristrutturati della Boutique Louis Vuitton dopo un temporaneo trasferimento in altri spazi della Galleria.

Marchio storico della Galleria, il salotto per eccellenza del lusso, e unico negozio nel territorio regionale, si presenta ora alla luce della nuova ristrutturazione creata in collaborazione con la designer spagnola Patricia Urquiola da Budri, specializzata nella lavorazione del marmo, con un ampio intarsio artistico modulare e componibile, caratterizzato da un grafismo geometrico a spina di pesce in tonalità che vanno dal rosa al grigio, passando per le gradazioni del giallo e del verde. E ci sono novità per **Bologna**: uno speciale timbro che rappresenta le Due Torri o la fontana del Nettuno da apporre sulle borse e sugli accessori e la possibilità di incidere sulle cinture maschili le proprie iniziali e ancora la presentazione della Petite Boite Chapeaux, borsa di grande charme.

Maurizio De Vito Piscicelli, responsabile marketing di Galleria

Cavour per la proprietà Sassoli de Bianchi, vede anche in questa occasione un'ulteriore prova della vita pulsante della Galleria.

Quest'anno la Galleria ha compiuto 60 anni.

«Sì, e la mostra fotografica presente vuole confermare, lungo tutto il percorso, la connessione tra la città di Bologna, con i suoi avvenimenti, e **Galleria Cavour**. Quest'ultima e la proprietà Sassoli de Bianchi si sentono parte della vita bolognese e dei cittadini».

NUMERI DA RECORD

Maurizio De Vito Piscicelli: «Lo scorso anno registrati due milioni e mezzo di accessi, a gennaio siamo già a più 13%»

Ed è sempre salita come gradimento cittadino?

«Certamente. Prova ne è la partecipazione agli eventi di Centergross, Fiere e tutto ciò che accade in città. Abbiamo avuto un 2018 da record, con 2 milioni e mezzo di accessi, e ora siamo a più 13% su quelli dell'anno scorso. La Galleria ha una vitalità nuova, legata al turismo in crescita e agli importanti marchi che sono entrati».



IL SALOTTO L'ingresso della Galleria Cavour e Maurizio De Vito Piscicelli, responsabile marketing per la proprietà Sassoli de Bianchi

Bologna punto strategico per gli investitori stranieri?

«Cito, per confermare ciò, gli investimenti del gruppo di Arnault, holding del lusso con 70 marchi, di cui fanno parte Vuitton, Fendi, Moët & Chandon ed altri, o Philip Morris e anche Moncler, che vicino a Piacenza ha il polo di tutta la logistica industriale dell'azienda. Questi brand sono rappresentati in Galleria».

Si può dire che è la vetrina della Fashion Valley?

«Certamente, in Galleria sono rappresentate le eccellenze del fashion, e con le altre come la motor, la foot e la medical la nostra Regione conta i settori trainanti della produzione».

Per arrivare a questi risultati avete lavorato molto?

«Ovviamente. **Galleria Cavour** è diventata uno dei prodotti da of-

frir ai turisti. Con l'adesione a Bologna Welcome ci siamo attrezzati con determinate caratteristiche per ricevere attraverso l'Aeroporto i turisti cinesi. I dati di Global Blue affermano che Bologna, in controtendenza rispetto al saldo negativo nazionale, ha registrato un aumento del volume di affari, cosa riferibile in gran parte a **Galleria Cavour** in quanto polo del lusso».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

