

---

**Scheda di approfondimento n. 4****Dicembre 2012**

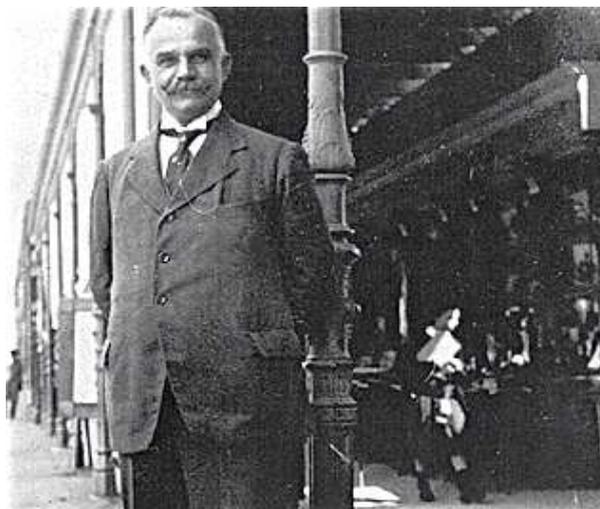
---

**La storia del marchio BVLGARI**

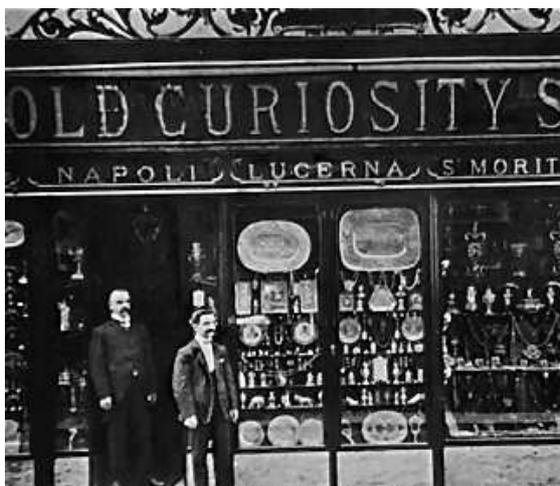
L'azienda di gioiellieri italiani BULGARI fu fondata a Roma nel 1884 da un argentiere greco, originario dai monti dell'Epiro, Sotiris Voùlgaris (Sontirio Bulgari) da cui prese nome l'azienda odierna. Essi erano famosi per i loro argenti, ma solo successivamente nei primi anni del novecento cominciarono a sviluppare disegni di gioielli.

La sua prima tappa fu Napoli nel 1881. Grazie alla magnifica fattura dei suoi oggetti il successo non tardò ad apprestarsi, ma per colpa di un furto improvviso avvenuto nottetempo, dovette trasferirsi a Roma nel 1884, anno che ad oggi è riconosciuto come l'anno di fondazione del marchio. Non ebbe nulla per poter aprire una propria bottega e, pertanto, assieme al suo socio di allora, Demetrio Kremos, poté esporre le sue creazioni all'interno di una gioielleria di via Sistina.

Il successo ed il gradimento della clientela fecero sì che Sotirio poté aprire pochi anni dopo la sua prima boutique in via Sistina, aprendo successivamente un nuovo negozio nel 1895 in via Condotti al numero civico 28. Alla fine del secolo dirigeva già più di un negozio a Roma e alcune succursali in Italia e Svizzera. Nel 1905 fece l'ingresso in quella che oggi è la sede principale dell'azienda, in via Condotti 10.



Sotirio Bulgari



Il negozio di via Condotti ai primi del '900



Giorgio e Costantino Bulgari

Sotirio capì tuttavia che il punto focale del marchio non potevano rimanere le creazioni in argento. Pertanto, nei primi anni del ventesimo secolo, si poté notare un notevole cambiamento a partire dall'impronta delle vetrine esterne, meno affollate di oggetti per dar risalto alle creazioni. Ispirandosi ai grandi gioiellieri parigini creò oggetti in platino, smeraldi, diamanti di altissima fattura. Anche i negozi vennero ridotti in modo da dare a quello di Roma maggior visibilità per renderlo il polo centrale dove venivano curati tutti gli aspetti, dalla creazione alla vendita.

Dei numerosi figli di Sotirio ed Elena due seguirono le orme del padre: Giorgio e Costantino. Il primo aveva senza dubbio un'impronta imprenditoriale di alto livello, mentre Costantino era un profondo conoscitore di oggetti antichi, gioielli ed argenti, conoscenza che gli

permise di addentrarsi nel campo della gioielleria. Dopo la scomparsa di Sotirio nel 1932 i figli decisero di espandere il negozio di Roma inaugurandolo nuovamente nel 1934.

A dispetto della crisi economica degli anni trenta e della Seconda Guerra Mondiale, l'azienda continuò la sua produzione, anche se molto limitata nell'approvvigionamento di materie preziose.

Nel secondo dopoguerra Bulgari iniziò nuovamente una produzione di alto livello ispirandosi a temi greci e romani e Giorgio assunse pienamente il controllo della gioielleria per permettere a Costantino ricerche storiche sugli orafi italiani, studi che culminarono nella pubblicazione della monumentale opera in cinque volumi "Argentieri e orafi d'Italia", ancora oggi l'unico repertorio esistente sulla materia.

La morte di Giorgio nel 1966 fu una grande perdita per la famiglia, tuttavia alla sua scomparsa la terza generazione era già pienamente addentrata nel business di famiglia. Gianni, Paolo e Nicola, infatti, avevano già dato la loro impostazione che tuttora caratterizza il marchio. Il cosiddetto 'stile Bulgari' si delineava in modo più evidente proprio in quel periodo assumendo dei connotati tipici: stupende pietre cabochon di colore e oro giallo, impiego di monete antiche, largo uso del 'tubogas'. L'espansione commerciale maggiore avvenne invece negli anni settanta, quando furono aperti i negozi di New York, Parigi, Monte Carlo e Ginevra. Infine, nel 1993, Bulgari, seguendo l'esempio di altre grandi marche di gioielleria, entrava nel mondo del profumo; nel 1998 era la volta degli accessori in cuoio e degli occhiali, mentre nel



Paolo Bulgari, Francesco Trapani e Nicola Bulgari

2001 creava una catena di alberghi e resorts: *Bulgari Hotels & Resorts*. Nel 2007 entrava anche nel settore della cosmesi.

Nel 1987 Gianni, il maggiore dei tre Bulgari, per dei dissensi con gli altri fratelli lasciò l'azienda e costituì un proprio marchio: **Enigma**. Al suo posto venne nominato amministratore delegato Francesco Trapani, comunque imparentato con la famiglia, che diede un'impronta all'azienda più aggressiva e internazionale.

In occasione del 125esimo anniversario della sua creazione, l'azienda espose il suo splendore, la sua creatività e il suo prestigio. Nel 2009 c'è stata la memorabile mostra retrospettiva al Palazzo delle Esposizioni di Roma con più di 500 oggetti preziosi illustranti il percorso che l'azienda ha compiuto nel suo arco lavorativo. L'evento si è poi ripetuto al Grand Palais di Parigi, dal dicembre 2010 al gennaio 2011.



Nel 2011 si realizza la partnership con il colosso francese del lusso Louis Vuitton Mœt Hennesy (abbreviato in LVMH) o, per meglio dire, l'acquisizione di quest'ultima della maggioranza delle quote azionarie della Bulgari. Quale impatto porterà questo cambiamento all'azienda in futuro non è facile dirlo, certo è che un altro pezzo importante del nostro tanto decantato 'made in Italy' è passato sotto il controllo dei nostri potenti cugini francesi rivelando una certa nostra debolezza strutturale. In ogni caso, per diversi anni ancora la famiglia Bulgari manterrà il controllo dell'azienda continuando ad assicurare il grande livello di qualità nel design e nella produzione che da sempre caratterizza questo glorioso marchio.



Gianni Bulgari

## Bibliografia

D. Mascetti, A. Triossi, *Bulgari*, Roma, 1996

A. Triossi, *Bulgari*, in M. Mosco (a cura di), *L'arte del gioiello e il gioiello d'artista dal '900 ad oggi*, Firenze, Giunti, 2001.

A. Triossi, *Bulgari, tra eternità e storia, dal 1884 al 2009, 125 anni di gioielli italiani*, Milano, Skira, 2009.

Giovanni Rigracciolo