

bulthaup apre la nuova Showroom di Pechino

Aich, 9 settembre 2010 – nessun nome più di bulthaup è in grado di unire concetti come qualità tedesca, design internazionale e valori d'impresa. bulthaup presenta nuovi ambienti di vita che vanno oltre la cucina, nei quale gli occhi, la mente e il corpo si sentono a proprio agio. Con un evento organizzato per circa 250 ospiti bulthaup festeggia il Grand Opening della nuova Showroom bulthaup, al piano terra del World Financial Center (WFC), nel cuore di Pechino. Il WFC progettato da Cesar Pelli (Pelli Clarke Pelli Architects) è stato completato nel 2009 e da allora è uno degli edifici commerciali più esclusivi di Pechino.

La ben riuscita esposizione bulthaup di Pechino affascina per la sua organizzazione chiara, che conduce il visitatore in un viaggio ideale attraverso l'universo bulthaup. Nella parte anteriore della showroom l'immagine architettonica dell'ambiente è dominata da due blocchi bianchi in laminato, che costituiscono un esempio chiaro dello stile minimalista di bulthaup. Grazie alle lavorazioni di pregio e precisione, alle giunzioni perfette fra schienali, spalle e piani di lavoro e ai frontali lisci, i monoblocchi bulthaup si presentano in tutta la loro bellezza minimalista e mostrano la perfezione e la funzionalità dei bordi continui.

Il design della nuova mostra offre al consumatore finale, agli architetti, progettisti, designer e agli ospiti internazionali della metropoli cinese una piattaforma di comunicazione e al tempo stesso un luogo d'incontro. Ogni visitatore può costantemente percepire i valori che bulthaup rappresenta e comprendere cosa rende bulthaup così diversa rispetto alla concorrenza. "A Pechino abbiamo realizzato in modo tecnicamente perfetto il brand statement di bulthaup, presentando in modo efficace la filosofia degli ambienti di vita", ha spiegato Marc O. Eckert, CEO della società Bulthaup GmbH & Co KG.

E la storia dei successi internazionali continua. Dagli anni 70 l'azienda opera a livello internazionale e oggi è rappresentata in oltre 50 paesi. "Siamo molto felici di essere presenti a Pechino" aggiunge Marc O. Eckert. "Questo passo è per noi di importanza fondamentale, in quanto consideriamo l'Asia oltre agli Stati Uniti e all'Europa uno dei mercati di crescita più importanti". In Madison abbiamo trovato un partner competente per l'Asia, grazie al quale abbiamo la certezza che la commercializzazione dei nostri prodotti in quel continente è in buone mani."