

CONSUMO

Daslu inaugura o espaço mais luxuoso do País

Serão 80 lojas e 120 marcas, entre elas Prada, Chanel, Louis Vuitton e Burberry

FABIANA GITSO
SÃO PAULO

O ano de 1958 é orgulho estampado na fachada, que reproduz a loja da Vila Nova Conceição. É nesta data que começou a aventura das "Lu" — as amigas Lucia Piva de Albuquerque, mãe da proprietária Eliana Tranchesi, e Lourdes Aranha, que resolveram vender algumas roupas em suas salas na ainda pacata Vila Nova Conceição. Elas nunca imaginaram que estavam inaugurando um modelo de loja que viria ser considerado sem precedentes no mundo. Mesmo com tanta memória afetiva, a nova Daslu, que abrirá suas portas no dia 21 de maio, ganha proporções de shopping center.

Prova disso é o número de vagas no estacionamento, para onde as sacolas de compras serão encaminhadas em moderna esteira — são 1500 ao todo, 300 a menos que no Iguatemi. Ou mesmo a entrada da rede **Best Mix**, de eletroeletrônicos, com presença maciça nos shoppings, que ganha versão mais luxuosa e a diferencial assinatura **Best Mix at Daslu**. A construção neoclássica toda em bege e branco, na região da Mar

ginal do Pinheiros, abrigará 120 marcas e 80 lojas espalhadas por 20 mil metros quadrados e quatro pavimentos.

Mas a atmosfera do interior do prédio, no entanto, não terá nada que lembre o burburinho dos shoppings. Para começar, não há vitrines nem corredores. Para Donata Meireles, diretora internacional da Daslu, o modelo não tem classificação. "É conceito único, cultivado ao longo de 48 anos", diz. O clima é intimista, com espaços interligados e subdivisão em cômodos, à imagem e semelhança da velha e boa Daslu. Tudo para agradar executivos e executivas dos mais exigentes.



A empresária Eliana Tranchesi

Logo na entrada, aparecem a francesa **Chanel** (a primeira estrangeira a ter loja na Daslu abre agora seu maior ponto na América Latina, com 200 metros quadrados), a global store da **Louis Vuitton** (que venderá não só as bolsas, mas também jóias, sapatos e roupas dese-

nhados por Marc Jacobs, com 400 metros quadrados) e a italiana **Prada**, aguardadíssima em sua primeira experiência sul-americana de loja.

A Prada mereceu projeto único no mundo adaptando-se à atmosfera aconchegante da Daslu. Depois, doses generosas da inglesa **Burberry**, que também traz sua face mais moderna com a etiqueta **Burberry Prorsum**, inédita no Brasil, a italiana **Tod's**, de sapatos femininos e masculinos, também com sua primeira loja no País, a **Gap** e a **Banana Republic**, entre muitas outras.

A centenária joalheria francesa **Chopard**, também estréia com boutique no País na Villa Daslu. Nielsen Cohn, que já representava a marca, havia procurado pontos nos Jardins e no Iguatemi. "A nova Daslu será um shopping de branding, que vai mirar diretamente na classe mais consumista", justifica Cohn a escolha. Ele conta que a relação com o empreendimento de Eliana Tranchesi é a mesma que teria com o shopping. "Pagamos aluguel e condomínio."

Dentro do nababesco projeto, orçado em R\$ 200 milhões e batizado de Villa Daslu, o luxo aparece de forma muito mais variada. O empreendimento foi escolhido, por exemplo, para abrigar o primeiro spa mundial do dermatologista americano Dr. Perricone, que tem três livros e assina uma linha de cosméticos. Salão de beleza? Será tocado pelo famoso cabeleirei-

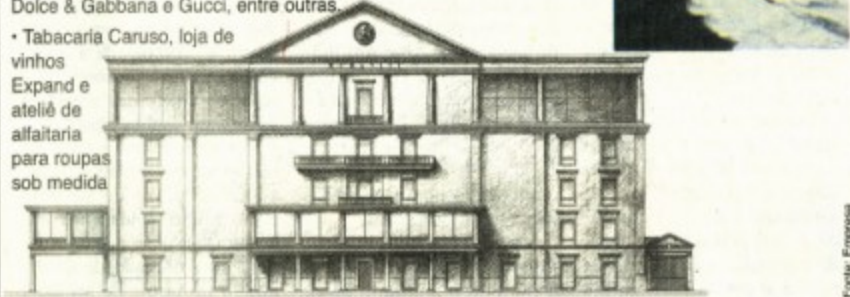
COMO VAI SER A VILLA DASLU

- 80 lojas, entre elas as de Chanel, Prada e Louis Vuitton
- 120 marcas
- Quatro pavimentos em 20 mil metros quadrados cada
- 1500 vagas na garagem, para onde as sacolinhas de compras chegam de esteira
- Restaurantes Leopoldina — do mesmo grupo do antigo O Leopoldo — e o japonês Kosushi.
- Spa do dermatologista americano Dr. Perricone
- Salão de beleza assinado por Duda Molinos

• Playground masculino, com 1200 metros quadrados com produtos de alta tecnologia como Bang & Olufsen, as lanchas Ferretti, os carros da Mitsubishi, Jaguar e Volvo e uma sala para fãs de aeromodelismo

• Moda masculina com Giorgio Armani, Zegna, Hugo Boss, Prada, Dolce & Gabbana e Gucci, entre outras.

• Tabacaria Caruso, loja de vinhos Expand e ateliê de alfaiataria para roupas sob medida



Fonte: Empresas

ro e maquiador Duda Molinos.

A Daslu também aposta na vida cultural, com um espaço reservado para eventos de onde se vê o skyline de São Paulo e a galeria que estréia com uma ex-

Sacolas de compras vão chegar ao estacionamento por uma esteira; grifes top vão se concentrar em 17 mil m²

posição contando a saga da empresa. Para facilitar a vida dos muitos clientes do interior paulista e de outros estados, um heliponto equipado com sala de espera. Existe até uma unidade da imobiliária Coelho da Fonse-

ca, voltada para imóveis de altíssimo padrão no mundo.

Restaurantes são dois, o **Leopoldina** (do mesmo grupo do antigo O Leopoldo) e o japonês **Kosushi**, este no andar masculino. Aliás, este público ganha atenção especial no novo projeto. Além de roupas, sapatos, acessórios, há o que já vem sendo chamado de "playground" masculino, uma área de 1200 metros quadrados criada por Peter Kent e Christian Papa, do escritório de arquitetura britânico HMKM. "Será um grande presente para eles", promete Donata.

A área é toda dedicada a produtos de alta tecnologia, esportivos e de velocidade. Ali estarão a marca dinamarquesa **Bang & Olufsen**, as lanchas da **Ferretti**

e os melhores modelos de carros da **Jaguar**, **Volvo** e **Mitsubishi**. O espaço contempla, ainda, uma salinha para os fãs de aeromodelismo. Os homens, no entanto, continuarão sem poder passar para a boutique feminina. "É uma das marcas registradas da Daslu", justifica Donata.

A moda masculina social será representada pelas marcas **Daslu Homem**, **Giorgio Armani**, **Ermenegildo Zegna**, **Hugo Boss**, **Prada**, **Dolce & Gabbana** e **Gucci**, entre outras. Na área dedicada ao segmento esportivo, Prada, Nike e a brasileira **Track & Field**. No quesito serviços, a **Tabacaria Caruso**, a loja de vinhos **Expand** e um ateliê de alfaiataria para encomendas de roupas sob medida completam o andar dedicado ao homem.