

Cadernos

- :: 1º Caderno
- :: Empresas & Tecnologia
- :: Finanças
- :: Eu&
- :: Legislação & Tributos
- :: Agronegócios

Suplementos

- :: Guia Valor Veículos
- :: Empresa & Comunidade
- :: Tecnologia & Telecomunicações
- :: Executivos de Valor

Índice

- :: Geral
- :: Empresas Citadas

Colunistas

- :: Celso Pinto
- :: Cristiane Perini Lucchesi
- :: Wanderley Guilherme dos Santos
- :: Yoshiaki Nakano

Canais

- :: Valor + News
- :: Valor 1000
- :: Valor Econômico
- :: Valor Financeiro
- :: Valor Gdes Grupos
- :: Valor Indicadores
- :: Valor Investe
- :: Valor Notícias
- :: Valor Setorial

Revista

- :: Estampa

Seminários

- :: Combate à fome
- :: Concessões de Rodovias
- :: Outros temas

Prêmios

- :: Valor Social
- :: Ethos Valor

Serviços

- :: Assine o jornal
- :: Edições anteriores
- :: Expediente

Na moda, conceito de hospedar roupa, arte e gastronomia

Juliana Mariz, De São Paulo

Foto: Cacalos Garrastazu/Valor



Paula Limena, gerente de lycra DuPont: orgulho do projeto que ganhará o mundo

O grande outdoor com a inscrição "Curioso?" bem em frente ao número 1055 da rua Oscar Freire, no bairro dos Jardins, em São Paulo, intriga há algumas semanas quem por ali passa. O mistério será desfeito na próxima quarta-feira, dia 16. Os frequentadores da nobre área comercial paulistana irão conhecer o Hotel Lycra, cuja obra foi iniciada em dezembro. Mas mesmo depois que os tapumes forem retirados, alguma curiosidade ainda irá persistir. É que o "hotel" em questão não é um exatamente um hotel, mas sim, um espaço que vai reunir moda, arte e gastronomia. O conceito inovador do local traduz uma experiência inédita realizada por uma empresa no Brasil.

Para dirimir qualquer dúvida, é importante esclarecer que ninguém se hospedará no ambiente. O nome foi escolhido pela equipe da DuPont que concebeu o projeto e pela agência de comunicação 0800. "Buscávamos um nome internacional, mas que não fosse

estrangeiro. Hotel nos remete ao fato de estarmos hospedando estilos e comportamentos. Simboliza também o entra e sai de pessoas", justifica Paula Limena, gerente de marketing de lycra, da DuPont Têxtil e Interiores. Ela é a responsável pelo novo espaço, que consumiu R\$ 2 milhões em investimentos.

Projetado pela Anastassiadis Arquitetos, o Hotel Lycra não tem ângulos retos. A sinuosidade remete à flexibilidade do corpo humano e à maleabilidade da lycra. Entre as curvas arquitetônicas, haverá a Loja Hotel Lycra, com roupas exclusivas feitas com o produto da DuPont. Com curadoria do estilista Jum Nakao, a loja venderá, além de peças de Nakao, modelos feitos por Carlos Miele, da M.Officer, Ricardo Almeida e da grife Les Lis Blanc. Haverá também peças criadas pela designer Mônica Schoenaker. Além das roupas, a lycra pode ser vista (ou sentida) no couro do mobiliário usado na decoração. Os produtos e a ambientação serão temáticos, mudando todos os meses. Na inauguração, a inspiração virá do Oriente.

:: Fale Conosco
:: Publicidade
:: Programa de estágio

Para compor a atmosfera, investiu-se muito na infra-estrutura de iluminação e na tecnologia. O light-designer Beto Kaiser criou um sistema inteligente que gera diversos efeitos ao mudar a intensidade e a cor das luzes. As inovações de vídeo ficaram a cargo do mídia-designer Marcelo Dantas. A vitrine vai exibir imagens de uma película holográfica de plasma. Os provadores da loja são redondos e terão, no piso, vidro que vai projetar uma imagem no corpo do cliente.

O restaurante do Hotel carrega a assinatura dos experts Sérgio Kalil, Maria Helena Guimarães, Lygia Lopes e José Meirelles, sócios dos tradicionais Ritz e Spot. A galeria, no andar de cima, será reservada para workshops, eventos e exposições. Na abertura ao público haverá uma exibição sobre a trajetória da moda, desde a década de 1970, por meio dos anúncios publicitários da lycra.

A criação do projeto que culminou com o Hotel começou em fevereiro de 2002. O intuito era criar uma experiência de marca para aproximar o consumidor final do produto. "O objetivo é estabelecer um vínculo emocional com o consumidor, mostrar onde a lycra pode estar. Além disso, queremos que o Hotel Lycra entre para o circuito cultural da cidade", diz Paula. Segundo ela, porém, não haverá um merchandising ostensivo. "Ninguém verá logotipos espalhados por todos os lados", completa.

O Hotel Lycra, concebido no Brasil, é atualmente "a menina dos olhos" da matriz americana e será, em breve, exportado para outras capitais do mundo. A empresa ainda avalia qual a próxima cidade que abrigará um Hotel Lycra. "Pode ser Nova York, Tóquio, Amsterdã. E, provavelmente, uma equipe daqui deve coordenar sua implementação. Estamos muito orgulhosos de levar um conceito desenvolvido nacional para o mundo", entusiasma-se a gerente.

Hotel Lycra - Rua Oscar Freire, 1055 (11) 3897-4400
www.hotelycra.com.br