

ACESSÓRIOS DE LUXO SEM LIMITE DE PREÇO

A CENTENÁRIA LOUIS VUITTON OFERECE OPÇÕES EXCLUSIVAS
DE MALAS E ITENS SOB MEDIDA. E O VALOR...





Fachada comemorativa da loja Louis Vuitton, na avenida Champs-Élysées, em Paris, e (acima) a concepção artística do novo ponto-de-venda da grife em São Paulo



Encontro das avenidas Champs-Élysées e George V, no coração de Paris – uma das esquinas mais famosas do mundo.

Em um elegante edifício art nouveau, lê-se o aviso que confirma a história de 150 anos: *Louis Vuitton, malletier à Paris – maison fondée en 1854* (Louis Vuitton, fabricante de malas em Paris – casa fundada em 1854).

A marca que hoje é sinônimo de tradição com bom gosto, luxo e inovação, nasceu – poucos sabem – da perseverança de um garoto que saiu de casa aos 14 anos, sem dinheiro, e que começou a trabalhar em troca de comida para um dos maiores artesãos da capital francesa. A antiga loja que ele montou mais tarde no subúrbio parisiense de Asnières, também faz parte do passado.

O presente pertence à quinta geração dos descendentes de Louis. E o que eles administram hoje é um legado fabuloso: 392 lojas em 50 países – um número que aumentará neste mês de maio, com a inauguração da quinta unidade da grife em território brasileiro.



Grife francesa tornou-se um negócio rentável ainda no século 19

O novo endereço da Louis Vuitton será no shopping paulista Cidade Jardim. Com isso, a marca francesa vai se tornar a única grife de luxo com cinco lojas no Brasil.

O projeto nasceu de uma parceria do departamento de Arquitetura da Louis Vuitton/Paris, com a equipe de arquitetos que cuida das instalações da grife na América Latina: 210 m² de espaço, dotados de vitrines vazadas e ampla visão do interior do imóvel. Tintas, madeiras, texturas, metais - todos os elementos construtivos desse ponto-de-venda vieram do exterior.

Tanto esmero tem a ver com a capacidade da Louis Vuitton de acompanhar a evolução dos tempos, sem perder a



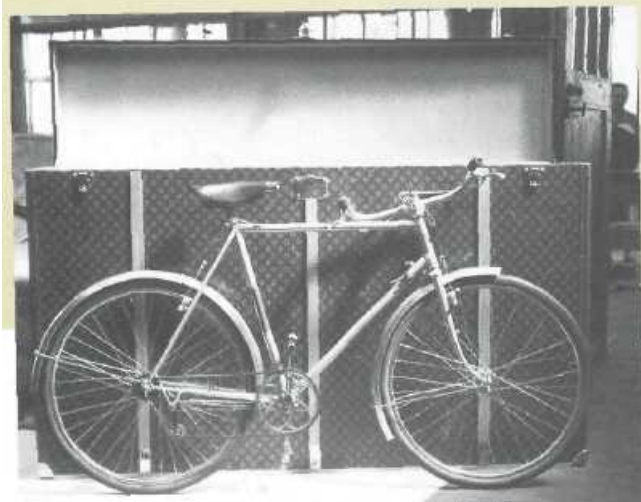
MALA-CAMA CRIADA
ESPECIALMENTE PARA UM
NOBRE. A VUITTON ALIAVA O
BOM GOSTO À PRATICIDADE
DE SUAS PEÇAS



FUNCIÓNARIOS DA VUITTON EM FRENTE AO ENDEREÇO - RUE SCRIBE - QUE FICOU FAMOSO NO BAIRRO ASNIÈRES



elegância e o estilo - suas características de sempre. Eugénie de Montijo incumbiu Vuitton de, no auge da realeza, embaixar a bagagem selecionada para seu casamento com Napoleão III. Isso foi em 1858. Meio século mais tarde, uma dama que viajava para o Irã pensou em concretizar o que era visto como simples idéia extravagante: empacotar todas as partes de sua carruagem. Era 1910, e isso nunca havia sido tentado antes. Para cada peça foi desenhado um baú de medidas cuidadosas; as rodas do veículo mereceram capas de couro. Mas o rol de pedidos especiais que permeia a história da Louis Vuitton não pára por aí. Oito anos atrás a atriz americana Sharon Stone rascunhou o desenho de uma mala com compartimentos para abrigar seus objetos pessoais.



A carruagem desmontada (*no alto*), cujas peças viajavam dentro de malas, foi enviada para o Irã, em obediência ao capricho de uma dama francesa. Ao Lado, a caixa fabricada pela Vuitton para conter uma bicicleta

ACESSÓRIOS
DE LUXO SEM
LIMITE DE PREÇO



Os designers da Vuitton construíram uma rígida porém glamorosa nécessaire, feita em tecido Monogram e forrada de couro marroquim vermelho. Ficou perfeito para Stone. Hoje, a grife atende encomendas personalizadas até mesmo pela internet (www.louisvuitton.com).

Georges Vuitton criou o Monogram, em fins do século 19. A estampa - símbolo inconfundível da grife - traz um círculo ao redor de uma flor de quatro pétalas - um losango com os lados convexos e uma estrela de quatro pontas, nas cores ocre e café.

A grife recriou, e vem reinventando sempre, a forma elegante de se viajar. Malas feitas em lona impermeável, com esquinas metálicas laqueadas, suportes triangulares, alças, travessões e cadeado à prova de roubo influenciaram o mundo.

Em 1997, a Maison se abriu para a moda no lançamento de artigos variados, como calçados e jóias. Campanhas publicitárias estreladas por top models, personalidades do cinema, da música e até da política vêm garantindo para a Vuitton - parceira da Moët & Hennessy na aliança LVMH - o foco dos holofotes. Keith Richards, guitarrista dos Rolling Stones, é a estrela da marca este ano.



A top model Gisele Bündchen (*Ino alto*), a atriz Scarlet Johansson (*facima*) e o guitarrista Keith Richards promoveram os modelos da Louis Vuitton pelo mundo. Richards é a estrela contratada para as campanhas de 2008. Sua guitarra viaja em mala especial criada pela grife

