

FRAN GALVÃO


ESTILIZE-SE

Fran Galvão é consultora de Imagem e Estilo, especialista em coloração pessoal e multiplicação do guarda-roupa. Fran atua há 6 anos no mercado de moda. Siga @fran.galvao

MODA SÃO NO TOTAL DEZ ANDARES DE MUITA EXPERIÊNCIA AO CLIENTE, UMA ATMOSFERA DE ENCANTAMENTO E UMA HOSPITALIDADE SUPERIOR

UNIVERSO DA TIFFANY & CO ALÉM DA JOALHERIA

A FACHADA SEGUE COM A ESTÁTUA/RELÓGIO ATLAS ACIMA DAS PORTAS GIRATÓRIAS, MAS O INTERIOR FOI COMPLETAMENTE REFORMADO



Em abril deste ano a joalheria Tiffany reabriu as portas depois de quatro anos fechada da icônica loja da Quinta Avenida em Nova York, imortalizada por Audrey Hepburn no filme Bonequinha de Luxo.

Segundo o vice-presidente de produtos e comunicação Alexandre Arnault: "O endereço costumava estar entre as cinco principais atrações de Nova York, como a Estátua da Liberdade e o Empire State Building. Gostaríamos de voltar a esse ranking em breve".

Bem, já que estou por aqui não poderia deixar de aproveitar a oportunidade de visitá-la, ajudá-los neste ranking e me encantar a cada andar.

São dez andares de muita experiência ao cliente, uma atmosfera de encantamento e uma hospitalidade superior,

onde nota-se a busca por reforçar a identidade da marca, expressar sofisticação e ao mesmo tempo dialogar com as novas gerações.

A fachada segue com a estátua/ relógio Atlas acima das portas giratórias, mas o interior foi completamente reformado - aliás a primeira grande reforma desde a abertura da loja em 1940. O Relógio Atlas, uma estátua em bronze de uma figura mitológica segurando um relógio de aproximadamente um metro de diâmetro, é datada de 1853, quando Charles Lewis Tiffany, um joalheiro e comerciante de relógios, instalou o relógio acima da entrada de sua loja na Broadway, em Manhattan. Essa estátua/relógio era conhecida por ser um dos mais precisos da cidade e os nova-iorquinos rapidamente começaram a sincronizar seus

próprios relógios a ele. Em 1902 a obra mudou de endereço e passou a receber os clientes que visitam a loja da quinta avenida.

Por esses e outros legados a loja vem sendo chamada de "Landmark", um marco em tradução simples, e que diz muito sobre o conceito da Tiffany como luxo contemporâneo - um universo único não só na joalheria (apesar de abrigar a maior coleção de alta joalheria da marca no mundo), mas na perfumaria, linha de óculos, bolsas e artigos para casa.

Além de cerca de 40 obras de arte por todo o prédio, a loja também conta com um café, o Blue Box Café assinado por Daniel Boulud, um dos chefs franceses mais famosos na América e com estrela Michelin no currículum. O teto cravejado de caixas azuis Tiffany

disputa nossa atenção ao menu "Breakfast at Tiffany" - nome original do filme Bonequinha de Luxo.

Aliás, aos apaixonados por histórias de cinema, vale investir algum tempo no espaço dedicado ao próprio filme Bonequinha de Luxo, localizado no quinto andar, onde é possível admirar uma réplica do vestido preto Givenchy e o famoso colar usado por Audrey Hepburn em um ambiente altamente Instagramável.

Sem dúvida um marco na cidade de Nova York, assim como para mim ao experimentar um anel de noivado avaliado em muitos mil dólares.

(A loja é aberta ao público, e sem nenhum custo para entrar e conhecer cada andar. E pelo meu Instagram você pode conhecer um pouquinho mais através do reels). ■