



Imóveis Alto padrão

'Casa de marca' é tendência no mercado imobiliário de luxo

Estúdio de design da marca Ferrari, Pininfarina assina mais de 30 empreendimentos no Brasil e fomenta conceito de 'branded residences'

BRENO DAMASCENA

De modelos icônicos da Ferrari à fachada de prédios suntuosos, a italiana Pininfarina desembarcou no Brasil há mais de 10 anos e se consolidou no mercado imobiliário de luxo. Incorporadoras de alto padrão ostentam o nome da marca em projetos milionários que estão transformando a silhueta de áreas nobres e fomentando o movimento de branded residences, algo como "casa de marca", no País.

O Yachthouse by Pininfarina, prédio mais alto do Brasil, é um símbolo da grife. Entregue em 2023, o empreendimento da Pasqualotto & GT se tornou um marco da opulência de Balneário Camboriú (SC). Com 294 metros de altura, o projeto engloba 264 apartamentos que podem custar de R\$ 9 milhões a R\$ 70 milhões. "Em 2012, adquirimos este terreno, a menos de cem metros do mar. Decidimos construir um produto com acabamento premium e uma estética atemporal. Para isso, precisávamos de uma assinatura marcante. Assim, chegamos à Pininfarina", diz o presidente da companhia, Alcino Pasqualotto Neto.

O executivo afirma que a parceria foi determinante para o sucesso comercial da empreitada. "A localização atrai o comprador, enquanto o conceito do edifício transmite o seu valor", diz. "Como o brasileiro ama o setor automotivo, sabíamos que essa conexão transmitia a percepção de qualidade aos nossos compradores".

A Pasqualotto & GT possui três empreendimentos, todos assinados pela Pininfarina, que tem o Brasil como maior mercado do setor imobiliário. Entre edifícios já entregues ou em desenvolvimento, com mais de 30 projetos arquitetônicos. "O Brasil tem materiais excepcionais para a construção e o design de interiores", argumenta o vice-presidente e diretor-geral da Pininfarina no continente americano, Claudio Da Soller. "A afinidade cultural, os materiais disponíveis e a forma como os brasileiros entendem o design são a chave do sucesso no País", completa o executivo.

PRIMEIROS PASSOS. Fundada em 1930 e conhecida globalmente por desenhar modelos de Fer-

rari, Maserati, Alfa Romeo e Peugeot, a Pininfarina chegou ao mercado brasileiro por meio de uma parceria com a Cyrela em 2014, no edifício Cyrela by Pininfarina, nas redondezas da Faria Lima, em São Paulo.

Primeiro projeto da empresa na América Latina, o prédio foi entregue em 2018, e suas linhas curvas e design simétrico ajudam a ilustrar o conceito dos projetos da marca. "Quando os desenvolvedores viram que também éramos capazes de desenhar prédios bonitos, e que eles vendiam rápido, outras empresas começaram a nos procurar", conta Soller.

Hoje, Pininfarina e Cyrela têm oito projetos em conjunto, incluindo o luxuoso Heritage Cyrela by Pininfarina, com vidros curvos apenas um apartamento por andar, no Itaim Bibi; e o Reserva Golf, com unidades de até 1,308 m² e um campo de golfe, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Mas o mais grandioso será o Epic Cyrela by Pininfarina. Com 210 metros de altura e vista para o Jardim Europa,

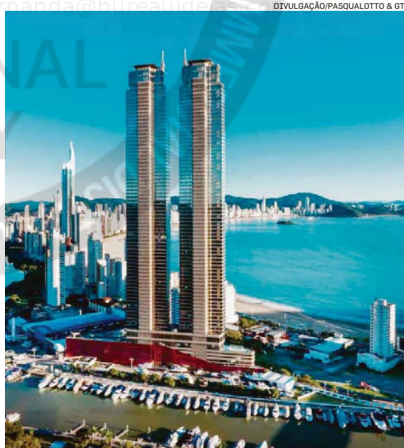
"A afinidade cultural, os materiais disponíveis (para construção) e a forma como os brasileiros entendem o design são a chave do sucesso no País"

Claudio Da Soller
Vice-presidente da Pininfarina

será o maior prédio residencial de São Paulo, com um Valor Geral de Vendas (VGV) de R\$ 2 bilhões, justificado pelo preço médio do metro quadrado negociado a mais de R\$ 34 mil.

A grife italiana também é responsável pelo Cyrela Corporate, primeiro edifício corporativo da incorporadora e que vai abrigar a sede da empresa no terceiro trimestre de 2026. Outros dois projetos ainda estão sob sigilo. "Cada novo capítulo dessa colaboração (com a Pininfarina) aprofunda o compromisso com o design, exclusividade e legado", diz Efraim Horn, copresidente da Cyrela.

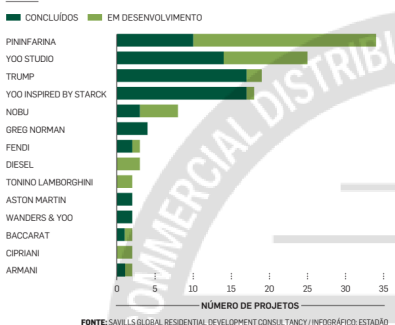
O conceito de desenvolver empreendimentos imobiliários com a assinatura de marcas globais é batizado de *branded residences*. No Brasil, a tendência ganhou fôlego nos últi-



Projeto Yachthouse by Pininfarina, em Balneário Camboriú; altura recorde

MARCAS

Principais marcas não hoteleiras em branded residences das Américas



mos anos, mas o movimento já se consolidou mundo afora.

Dados da consultoria Savills indicam que existem 740 empreendimentos do tipo já concluídos no mundo, enquanto outros 790 têm previsão de entrega até 2031.

As companhias Yoo, Pininfarina e Trump se destacam como líderes procedentes de outros segmentos, todas com mais de 40 projetos já entre-

gues ou em desenvolvimento.

Mas nas Américas nenhuma marca é tão significativa como a Pininfarina. Um estudo da Savills mostra que ela é a marca com mais projetos de *branded residences* no continente.

A tendência começou principalmente em cidades como Dubai, Miami e Nova York, mas agora municípios brasileiros como São Paulo e Balneário Camboriú seguem esta tendência,

analisas Lucas Reis, sócio de real estate da consultoria Portofino Multi Family Office. "Em São Paulo, vemos a REM Construtora com o Artefacto, a Mitre Realty com a Daslu e a Gafisa com a Allard, por exemplo, como empresas trazendo glamour para a incorporação", diz o executivo, que estima que *branded residences* cheguem a custar de 20% a 30% a mais do que imóveis tradicionais.

CONEXÃO. Além dos atributos práticos e calculáveis, existem justificativas imateriais por trás do encontro entre a Pininfarina e incorporadoras brasileiras. A conexão do empresário André Penazzi com a empresa, por exemplo, começou bem antes dele anunciar o lançamento de um empreendimento de luxo assinado pela marca em João Pessoa, na Paraíba.

A frente da incorporadora Setai Grupo GP, Penazzi é colecionador de carros e proprietário de sete modelos diferentes de Ferraris, agora estacionados no showroom do Setai Residences desenvolvido by Pininfarina. Com VGV de R\$ 500 milhões, o edifício será um complexo residencial com três torres, unidades de até 300 m² e as linhas curvas típicas da marca de design. "Existe um universo muito exclusivo, de altíssimo padrão, onde uma marca deste tamanho naturalmente envolve os clientes e atrai compradores. Conseguimos atribuir um valor acima do mercado, apoiado na arquitetura diferente", explica Penazzi.

Localizado no Atiplano, bairro nobre da capital paraibana, o Setai Residences tem o metro quadrado negociado a R\$ 20 mil. Em comparação, o preço médio do m² na região, segundo o ÍndicePIPEZAP, está avaliado em R\$ 8,9 mil.

A perspectiva de morar em um Pininfarina também foi o que motivou Henrique Blecher, CEO da incorporadora Origem, a procurar a marca. "Sempre fui apaixonado por carros e, como toda criança, sonhava em ter uma Ferrari. Quando tive a oportunidade, não hesitei em chamá-los para desenvolver o primeiro projeto no Rio de Janeiro", relata.

O residencial Atto Design by Pininfarina reúne 20 unidades com metragens entre 452 m² e 1.189 m² e uma cobertura triplex com valor aproximado de R\$ 80 milhões. Localizado à beira-mar na Barra da Tijuca, o Atto é o primeiro empreendimento assinado pela Pininfarina no Rio de Janeiro. "Não tem nada ali que seja pensado apenas pelo lado estético. Tudo é pensado a partir da funcionalidade e pela experiência que o cliente terá com a arquitetura", alega Blecher. "Com a Pininfarina, trouxemos uma estética com personalidade, curvas e retas para a cidade. Provocamos o mercado a sair da caixa, buscar novas alternativas", afirma. ●