

## **Artigos de luxo seduzem clientes às listas de espera**

*Muriel Valencia*

Muitas expectativas são formadas às vésperas de um grande lançamento. E muito mais, se a novidade estiver correlacionada a um objeto de desejo. Para estes casos, surgem as famosas listas de espera, em que os clientes se inscrevem para disputar a tão almejada peça. Acreditem... por vezes, essa espera pode durar meses, e até anos, para chegar à aquisição de um produto —em casos extremos, é preciso pagar antes mesmo de receber ou de consumir a mercadoria.

De um tênis ou bolsa—que deixam de ser meros acessórios— a um super carro, ou o conforto de um jato particular. Estes são alguns dos itens cuja aquisição pode obrigar a enfrentar listas de espera. Para Mário René Schweriner, coordenador do curso de pós-graduação do Núcleo de Estudos em Ciências do Consumo, da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), esse tipo de compras revela duas conotações.

A primeira, a necessidade profissional, é relacionada ao tipo de pessoas que usufruem do produto. "O consumidor de vinho espera por um rótulo e o consome com muito prazer. Ele entra na fila de espera porque, na maioria das vezes, é um enólogo. Portanto, é uma compra justa, pois, além de ser especialista, ele pode pagar pelo valor do produto."

Na maioria dos casos, porém, os consumidores se encaixam na segunda conotação, ou seja, a ostentação. "Esse indivíduo quer ser notado; quer ser o primeiro a ter o produto, que para ele é um troféu", diz Schweriner, que completa: "O consumo de produtos supérfluos dá prazer a quem os adquire."

### **Escrita chique**

A Montblanc é um referencial quando o assunto é caneta de luxo. Para o segundo semestre deste ano, a marca fará o lançamento mundial da edição limitada da coleção que homenageia personagens da história universal desde 1992. A François I faz parte da coleção Patrono das Artes 2008, edição limitada a 4.810 peças —número que representa a altura do pico Mont Blanc. A caneta-tinteiro é aguardada por colecionadores e admiradores de instrumentos de escritanobre.

A edição deste ano traz à luz o nome do grande pioneiro do Renascimento francês: François I. Uma verdadeira 'jóia' para escrever, produzida de resplandecente olho-de-tigre, com resina laqueada preta, decorada com rica ornamentação folheada a ouro. Segundo a assessoria da Montblanc, já constam, no Brasil, na lista de espera, dez pessoas, que desembolsarão R\$11.771.

### **Uvas selecionadas**

Se, na mitologia romana, Baco é o deus do vinho, para os enólogos e apreciadores da bebida ele tem outro nome: Romanée Conti. Rótulo francês da região da Borgonha, o Romanée Conti safra 2005 tem previsão de chegar ao território brasileiro em agosto ou setembro deste ano e será comercializado pela Expand, pela bagatela de R\$ 14.300 cada garrafa.

O valor o torna exclusivo, pois serão produzidas apenas cinco mil garrafas para o mundo. "Ele é uma raridade pelo número de fabricação; além disso, essa safra foi muito bem pontuada pela crítica", afirma Marlene Kratz, gerente comercial e de relacionamento da distribuidora. A procura é tamanha que, das 26 garrafas que serão comercializadas pela importadora, 17 já possuem nomes de compradores. Marlene conta que esse tipo de venda acontece, mais ou menos, dez vezes por ano com outros rótulos de similar valor.

### **O tempo é ouro**

A joalheria H.Stem representa com exclusividades no Brasil várias marcas de relógios de renome internacional. "O processo de fabricação de peças como essas, que são acabadas manualmente, faz com que esses artigos sejam produzidos em uma escala bastante reduzida. No momento, há quase 200 nomes de consumidores no aguardo da chegada dos relógios", esclarece Christian Hallot, embaixador da FLStern.

Entre os exemplos, toda vez em que a TAG Heuer lança uma edição limitada assinada por um de seus embaixadores, cria-se uma lista de espera. Isso ocorreu, por exemplo, com as edições limitadas do modelo da jóia Ayrton Senna. Até hoje tais peças já se encontram esgotadas, por algum tempo.

Os modelos da linha Nautilus da manufatura Patek Phillippe estão entre os mais procurados. Hoje, há 40 clientes no aguardo de quatro modelos diferentes desta coleção, que inclui relógios automáticos de aço ou ouro, com preços que oscilam entre R\$ 65 mil e R\$125 mil.

Da grife Zenith, no momento, seis clientes esperam pelo modelo Defy Extreme Chronograph, de ouro e titânio, uma peça avaliada em R\$70 mil. "Os clientes têm as mesmas características: são bem informados, seja através de viagens ao exterior, seja por meio de revistas especializadas ou pelos sites

das marcas, que antecipam os lançamentos e aguçam o desejo de seus clientes", avalia Hallot.

### **Bagagem**

A Rimowa trouxe em abril, para o Brasil, a mala da coleção Salsa Deluxe Chocolate, um sucesso: 18 malas já estão reservadas, e deverão ser entregues a seus compradores no início de julho. Feita de policarbonato, a mala Salsa Cabin Trolley IATA DeLuxe tem as dimensões autorizadas pela Inter-national Air Transport Association (IATA).

O sistema interno de arrumação das peças do vestuário, com alças elásticas de duplo fecho, possibilita o seu transporte com organização e segurança. A mala pode ser comprada, ou melhor, reservada, pelo preço de R\$ 1.870.

### **Luxo nas alturas**

Para driblar o caótico trânsito da cidade, muitos empresários optam pela compra dos seus próprios jatos. Para atender a essa crescente demanda, a Empresa Brasileira de Aeronáutica (Embraer) despontou na categoria dos denominados jatos executivos de pequeno porte, com os modelos Phenom 100 e Phenom 300, aeronaves que transportam entre seis e nove passageiros.

Segundo dados da assessoria da empresa atualmente constam um total de 750 vendas firmes de ambos os modelos e, àqueles que quiserem fazer parte da lista de espera, a entrega está prevista somente para 2012. Com interior projetado pela BMW DesignworksUSA, ambas as aeronaves oferecerão, aos pilotos e aos passageiros, conforto e estilo. O Phenom 300 e o Phenom 100 oferecem sensações agradáveis, com amplas janelas e uma grande cabine. Entre os itens a bordo, espaço para um armário ou copa, um lavabo privativo traseiro e comunicação via satélite. Os jatos são comercializados pelo preço de US\$ 6,65 milhões e US\$ 2,98 milhões, respectivamente.

### **Sobre quatro rodas**

O Salão Internacional de Genebra de 2006 foi o palco escolhido pela Ferrari para revelar o seu modelo topo de linha, a Ferrari F599 GTB Fiorano, um cupê com o motor V-12 mais potente já desenvolvido pela casa de Maranello, tendo 6.0 litros; produz 620 cavalos a 7.600 rotações por minuto e está combinado a chassi e carroçaria construídos em alumínio.

No segundo semestre do mesmo ano, o modelo foi apresentado aos brasileiros no Salão do Automóvel pela Via Italia, empresa que comercializa a marca. Até maio deste ano, foram vendidos nove exemplares pelo valor R\$ 2,1 milhões cada, no Brasil.







Fonte: DCI, São Paulo, 13 jun. 2008. Caderno Especial shopping News, Consumo, p. 6 e 7.