

Luxo apresenta balanço

Cristiane Marsola

A segunda edição da Atualuxo (Conferência Internacional do Negócio do Luxo) acontece de 9 a 11 de setembro, no Hotel Grand Hyatt, em São Paulo. O tema deste ano será o que aprender com o negócio de luxo. "Nem todas as marcas podem ser de luxo, mas todas podem aprender com esse mercado a ter um diferencial", disse Carlos Ferreirinha, diretor e presidente da MCF Consultoria.

Ferreirinha, idealizador e organizador do evento, contou que ainda não definiu sua periodicidade, que acontece pelo segundo ano consecutivo. "Ainda tenho dúvidas se será um evento anual ou a cada dois anos, mas 2009 era estratégico porque é o momento de redesenho das empresas por causa da crise", explicou.

De acordo com Ferreirinha, o evento foi muito bem recebido, tanto que a maioria dos patrocinadores do ano passado repetiu o apoio à conferência. São eles: Mastercard Black, TAM, TexBrasil, Chivas, Audi, Claro, entre outros.



Carlos Ferreirinha: mercado de luxo sentiu a crise e está diversificando negócios

A conferência já tem confirmada a presença de 32 palestrantes, sendo 12 internacionais e 20 nacionais. De acordo com Ferreirinha, essa será a conferência do setor com maior número de países representados. Participam do evento França, Luxemburgo, Itália, Estados Unidos, Chile, Inglaterra e Brasil. "Também vamos homenagear o Ano da França no Brasil com a presença de palestrantes franceses, em parceria com a Lux TV e com a palestra de abertura sobre Luís XIV, o rei sol, de Yaffa Assouline (fundadora e editora chefe da Luxury Carlos Ferreirinha: mercado de luxo sentiu a crise e está diversificando negócios culture.com e Assouline Media), que será nossa embaixatriz", ressaltou.

Entre os destaques do evento está a palestra de Christine Lai, diretora geral da Unifab (União dos Fabricantes Franceses), que apresentará o tema "Falsificação e pirataria". "A França é um dos países mais engajados na luta contra a pirataria", disse Ferreirinha.

O diretor geral da BETC Luxe do grupo Euro RSCG, Claus Lindorff, também participa da conferência com a palestra "Como as marcas de luxo se comunicam". A BETC Luxe é a primeira agência criada para cuidar apenas de marcas de luxo.

Os fundadores da agência de tendências Box 1824, Rony Rodrigues e João Cavalcanti, especialistas em consumo jovem, falarão sobre as "Tendências de comportamentos de consumo no Brasil - um exercício sobre o luxo". "Nós convidamos e eles toparam fazer esse estudo especialmente para a Atualuxo", falou Ferreirinha.

Entre os brasileiros está o presidente da GFK Brasil, Paulo Carramenha, que apresentará a terceira edição da pesquisa "O mercado de luxo no Brasil". "Em breve, o estudo será feito em toda a América Latina", contou o idealizador do evento.

COMUNICAÇÃO

O luxo também está retratado na logomarca do evento. A letra "x" brilha e as cores parecem sair de um prisma. "A marca está pautada pela luz. A agência trouxe novas cores. Diversos

eixos saem do prisma, como se o luxo influenciasse todas as outras coisas", afirmou Ferreirinha.

A intenção dos organizadores é manter o conceito de luxo também na participação do evento, por isso apenas 400 pessoas poderão assistir à conferência. "Descontando os convites dos parceiros e patrocinadores, serão vendidos pouco mais de 200 ingressos", contou Ferreirinha.

O plano de mídia da conferência, da Tokka, segue o mesmo caminho. "O plano é exclusivo, igual à conferência. As peças serão veiculadas em revistas de nicho customizadas".

Como não podia deixar de acontecer neste ano, o assunto crise também será um dos abordados durante a conferência. "O mercado de luxo sentiu a crise. Nenhuma marca está criando produtos mais baratos por isso, mas está diferenciando os negócios para atender a todos. Além disso, como era de se esperar, cresceram os pequenos luxos, como o os de cosméticos, por exemplo", concluiu.

Fonte: Propmark, São Paulo, 17 ago. 2009, p. 18.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais