Classe C, de casa

Lançamento de título de decoração para a nova classe média quer aproveitar onda de consumo e interesse do grupo socioeconômico por cuidados com o lar

Por BÁRBARA SACCHITIELLO bsacchitiello@grupomm.com.br

DIVULGAÇÃO

Rodrigues: dentro da realidade dos leitores; ao lado, capa da edição zero

A ascensão da classe média brasileira nos últimos anos movimentou diversos setores da indústria nacional, sobretudo o da construção civil. Passada a fase mais aquecida da corrida pelo sonho da casa própria, aqueles que adquiriram o almejado lar, agora, começam a pensar nos móveis e elementos que irão colaborar para deixar aquele espaço com cara de "casa". E é justamente nesse público que a Alto Astral aposta suas fichas para o lançamento de seu novo título.

Com o nome de Casa Linda, a revista marca a entrada da editora no segmento de decoração, área com grande potencial de exploração, segundo percepção dos executivos e dirigentes da editora. "Fizemos uma grande avaliação do mercado e notamos que há um enorme interesse das mulheres da classe média em melhorar o aspecto de seus lares, mas que faltam publicações que tragam ideias e sugestões condizentes com seu cotidiano", declara Flaviana Castro, gerente de marketing da Alto Astral.

A intuição da editora acerca do potencial do segmento foi corroborada por uma pesquisa encomendada ao Instituto Data Popular. O estudo mapeou as intenções de compras de itens e produtos para o lar das classes C e D, bem como o quão estão preocupadas com a aparência do lar.

Os dados animaram as pretensões da Alto Astral. Segundo o Data Popular, 55% das integrantes da nova classe média têm intenção de reformar a casa ou fazer modificações nos próximos meses. A pesquisa revelou ainda que 48% desse mesmo grupo compra ao menos um tipo de material de construção a cada seis meses e 64% desses entrevistados pensam em modificar a pintura de seus lares.

Ao aliar esses resultados a uma análise concorrencial do segmento de revistas populares de decoração — que conta com outros três players: Minha Casa, da Abril; Decore Sua Casa, da editora Online e a Decorar Mais por Menos, da Escala —, a Alto Astral estruturou o projeto de seu novo título, que chega às bancas no próximo dia 25 de junho.

Com tiragem de 85 mil exemplares, média de 80 páginas agrupadas em lombada quadrada e preço de capa de R$ 4,90, a revista Casa Linda quer transmitir a imagem de uma publicação sofisticada, porém, adequada aos bolsos e aos lares das leitoras da classe média. "Percebemos que muitas pessoas se interessam por publicações de decoração, mas acham que os móveis e itens ali exibidos são muito distantes de seu universo. Queremos, agora, oferecer uma revista de decoração com serviços e dicas que elas poderão aplicar na prática", explica Celso Rodrigues, gerente de publicidade da Alto Astral.

As páginas serão compostas por dicas de decoração, listas de móveis, eletrodomésticos ou aparelhos para diferentes cômodos da casa, lições de como realizar pequenos reparos ou mudanças na casa gastando pouco, etc. A revista terá periodicidade mensal e oferece, além das tradicionais opções de inserção de anúncios publicitários, um guia de compras que poderá ser patrocinado por redes de varejo, empresas ou fabricantes. No encarte, podem ser veiculadas peças e produtos, com os respectivos preços. A revista tem versão para tablets e portal, atualizado constantemente.

Fonte: Meio & Mensagem, São Paulo, ano 35, n. 1562, p. 39, 3 jun. 2013.