

NEGÓCIOS DE LUXO COMO VITRINES NO BRASIL

15/08/2024



Como fazer com que moradores de países tão distantes experimentem o nosso país e desejem viajar para cá?

O que despertou seu interesse de conhecer o último destino que você visitou? O que te fez escolher o lugar da sua próxima viagem? Talvez tenham sido as postagens de amigos durante as férias. Quem sabe até tenha sido o lifestyle de influencers nas cidades em que moram. Em qualquer dessas opções, eu tenho certeza de que foram as experiências vividas nessas cidades que chamaram sua atenção. Imaginar o sabor da comida de um restaurante estrelado, as compras nas lojas de grifes, os passeios em locais especiais.

Talvez o maior desafio do mercado de turismo para aumentar o interesse do público internacional pelo Brasil passe exatamente por promover essas experiências. Como fazer com que moradores de países tão distantes experimentem o nosso país e desejem viajar para cá? O caminho pode passar pelas marcas de luxo nacionais. Afinal, o novo olhar do luxo passa exatamente por proporcionar experiências únicas aos clientes.

Uma prova de que essa parceria funciona foram as Galerias Visit Brasil da Embratur (Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo), em 2023. A ação de diplomacia cultural aconteceu em países como Estados Unidos, França, Itália e Inglaterra. Nela, marcas de luxo brasileiras ajudaram a divulgar o Brasil além das belas praias.

Peças de roupa da Osklen usadas pelos promotores das galerias e fachadas feitas em crochê pelo Instituto Proeza, mostraram a riqueza da nossa moda e artesanato e convidaram para o turismo de compras.

A Granado fortaleceu o brand sense e levou, com a essência de folha imperial, todo frescor da mata atlântica, reforçando que o país tem destinos de natureza exuberantes.

Como uma boa ação de branding voltada para experiências sensoriais, a gastronomia de luxo também funcionou como roteiro de viagens. Do menu inspirado no Pantanal, desenvolvido pelo chef de alta gastronomia Marcelo Cotrim, aos cafés com indicações geográficas de regiões de Minas Gerais e de São Paulo, quem passou pelas galerias descobriu uma diversidade de destinos históricos e culturais.

A ação da Embratur mostrou que gastronomia, artesanato e moda de luxo podem andar junto com a política internacional para fortalecer o reconhecimento do Brasil, impactando inclusive na economia do país. Só no mês de janeiro de 2024,

por exemplo, os turistas internacionais deixaram R\$ 3,95 bilhões no país. Esse valor pode ser ainda maior com o investimento no mercado de luxo nacional. Fica o convite.

Por Deniza Gurgel

Consultora de Branding e Imagem

@denizagurgel