



Leia mais sobre:

GESTÃO de NEGÓCIOS

MERCADO

COMPORTEAMENTO

NOTÍCIAS

ou sobre um segmento específico:

SEGMENTOS do LUXO

Alimentos e bebidas

Cosméticos e perfumaria

Estilo de vida

Imóveis

Jóias

Mobilidade

Moda e acessórios

Objetos e arte decorativa

Serviços



Receba matérias e notícias do Mercado de Luxo no seu email. Cadastre-se aqui.

GESTÃO de NEGÓCIOS

Nesta seção são publicadas matérias sobre os segmentos do Luxo com enfoque em Gestão. Informações recentes sobre a compra e venda de marcas pelos conglomerados do luxo, marcas que estão sendo reposicionadas ou entrando em novas categorias de produtos, e análises das estratégias adotadas pelas empresas do setor do luxo, podem ser encontradas aqui.

[Clique aqui para ler todas as matérias anteriores de Gestão de Negócios.](#)

A guinada da Intermarine

GESTÃO DE NEGÓCIOS | Mobilidade
Por Estela Craveiro - 20/01/2011

A brasileira Intermarine, maior estaleiro do mercado náutico de lazer nacional, inicia, em 2011, uma nova era em sua trajetória de 37 anos de atividade e milhares de embarcações fabricadas.

No primeiro semestre, deve lançar três dos quatro primeiros barcos de sua nova linha de produtos, já apresentados em pré-lançamento no São Paulo Boat Show: a Intermarine 55, de 57 pés, a Intermarine 60, de 60 pés, e a Intermarine 75, de 77 pés. No segundo semestre, deve lançar a Intermarine 85, de 88 pés, e mais outros três barcos.

Reprodução



Intermarine 55

Reprodução

*Intermarine 55*

A Intermarine encerrará a produção dos barcos construídos sob licença da Azimut Yachts em julho de 2011. E já partiu para uma guinada radical, mudando completamente sua linha de embarcações. Não é uma operação exatamente simples em se tratando de barcos de luxo e de grande porte, que levam de três a seis meses para ficarem prontos. Ainda mais em um mercado em disputa com estaleiros estrangeiros em fuga da crise financeira que se alonga na Europa e nos Estados Unidos.

A Intermarine começou sua nova rota contratando estúdios internacionais para projetos exclusivos, e, com base em especificações absolutamente detalhadas, deu a eles a missão de desenhar barcos totalmente inovadores, com uma nova identidade visual da marca que os diferencie de todos os outros.

A Intermarine 55 tem projeto do BMW Group DesignworksUSA, da Califórnia. A Intermarine 60 tem exterior da equipe do próprio estaleiro e interior do estúdio Fernando de Almeida Yacht Design, de São Paulo. A Intermarine 75 e a Intermarine 85 são projetos do estúdio Luiz de Basto Designs, de Miami.

Reprodução*Intermarine 60**Reprodução*

*Intermarine 60*

Em todos os barcos predominam linhas retas, janelas, gaiutas e vigias de formas trapezoidais, e é impressionante a aplicação do vidro, em longas janelas no deck principal, no para-brisa avançando pelo teto do deck principal dos modelos 75 e 85, e em uma longuíssima faixa no costado na Intermarine 85. Elementos inovadores, em contraposição às linhas curvas que têm se sobressaído em barcos de luxo.

“Nos quatro novos modelos, tudo o que existe em tendência de design de barcos no mundo foi elevado ao próximo nível. Não nos inspiramos em nada do que já existe. Não estamos vendo design atual. Estamos vendo o futuro”, afirma Allysson Yamamoto, gerente de marketing da Intermarine. E complementa: “Fomos além.”

Mas não é só. Os novos barcos da Intermarine também trazem novas concepções de uso do espaço. Todos têm cozinha no deck principal, boxes de banho fechados, e plataformas de popa submergíveis, enormes nos modelos 75 e 85, equipadas com churrasqueira, pia e bancada na 55, na 60 e na 75.

Reprodução*Intermarine 75**Reprodução*



Intermarine 75

Todos os *flybridges* são amplos, completos, e a disposição dos móveis pode ser personalizada, antes da construção, nos modelos 75 e 85 - este com uma banheira de hidromassagem. A 85 tem lavabo entre suas quatro suítes e há dois banheiros em sua suíte master.

A 55 possui solário à frente do posto de comando do *flybridge*, incomum. A 60 tem três suítes, raro na categoria. A 75 e a 85 têm sala de jantar com mesa de oito lugares, raro também. E todos os modelos têm áreas de tripulantes muito confortáveis, um diferencial.

Ou seja, a Intermarine, que sempre fez adaptações nos projetos da Azimut (ampliando a plataforma e a praça de popa, entre outras mudanças para adequá-los ao clima tropical), está tirando partido de tudo o que sabe das necessidades dos clientes brasileiros para começar a construir sua nova família de barcos.

Reprodução



Intermarine 85

A estratégia é simples: oferecer ainda mais excelência, produtos ainda mais avançados, de acordo com a vontade do seu consumidor.

“A ideia foi fazer um barco para o cliente brasileiro, que tem necessidades diferentes do cliente de fora do Brasil”, explica Klaus Tritschler, diretor criativo de design de meios de transporte do BMW Group DesignworksUSA e responsável pelo projeto da Intermarine 55.

““Não criamos esse projeto isoladamente. Estivemos no Brasil, vimos como é o uso dos barcos nesse mercado, conhecemos os clientes da Intermarine em profundidade e o que eles desejam”, completa Tritschler.

Reprodução

*Intermarine 85**Reprodução**Intermarine 85**Reprodução**Intermarine 85*

Para quem atua no mercado náutico internacional, como Luiz de Basto, que assina o projeto da Intermarine 75 e da Intermarine 85, mantém estúdio nos Estados Unidos e na Itália há 15 anos, e criou barcos para estaleiros da Alemanha, Itália, Espanha, China e Estados Unidos, o que chama a atenção é a envergadura da atitude da

Intermarine.

“Não sei de nenhum estaleiro no mundo que esteja mudando sua linha de produtos assim. Na China há alguns desenvolvendo um ou dois barcos, mas não quatro em um curtíssimo espaço de tempo, com outros sendo projetados para breve”, ele compara.

A partir de 1º de agosto de 2011, apenas os modelos *offsore* da linha atual - Excalibur 39, Scarab 41, Intermarine 46 Offshore e Intermarine 55 Offshore, os dois últimos criações de Luiz de Basto - permanecerão no catálogo do estaleiro ao lado das novas embarcações. Assim começa mais um capítulo da história da Intermarine. ✿

[clique aqui para ler mais matérias sobre Gestão](#)

MATÉRIAS RECENTES SOBRE GESTÃO DE NEGÓCIOS

GESTÃO DE NEGÓCIOS | Moda e Acessórios

Perspectivas do Marketing do Luxo 2011

Por Mailza Marinho

O futuro do luxo é digital, de acordo com o guia Luxury Marketing Outlook 2011 da publicação Luxury Daily.

GESTÃO DE NEGÓCIOS | Moda e Acessórios

As estratégias vanguardistas da Pucci

Por Estela Marchesini

Emilio, o visionário criador da marca conhecida por suas incríveis estampas, sempre teve uma visão à frente do seu tempo.

site design: mindness.net
programação: [inspirit](http://inspirit.com.br)

Copyright 2007/2011 FAAP - Todos os direitos reservados - Créditos - Última atualização 21/12/2011