

## **“O luxo” explica o crescimento do mercado premium e os segredos dos produtos mais desejados do mundo**

**Escrito pelo francês Jean Castarède, criador dos primeiros MBAs em gestão de empresas de luxo, livro é bibliografia obrigatória para entender este fenômeno mundial.**

**Obra abrange desde a história, a filosofia até as estratégias de marketing do segmento que mais cresce no Brasil.**

“O luxo não é o oposto da pobreza. É o contrário da vulgaridade”

**Coco Chanel (1883-1971)**



**O luxo**  
**Jean Castarède**  
**Tradução: Mário Vilela**  
**R\$ 34,00**  
**160 páginas**  
**Lançamento: maio / 2005**  
**ISBN: 85-98233-14-5**

Luxo é a palavra do momento. Está em todas as capas de revistas, em editoriais de moda e de consumo dos jornais e de programas de tevê no Brasil e no mundo. A Editora Barcarolla, seguindo sua linha editorial de explicar os temas contemporâneos, lança “O Luxo – os segredos dos produtos mais desejados do mundo”, de Jean Castarède. O autor, de 71 anos, foi um dos primeiros a analisar e a apostar neste tema como um objeto de estudo na área de business, administração, marketing, história e filosofia.

Desde o fim da década de 80, Castarède vislumbrava o luxo como o fator fundamental do comportamento do Homem do século 21. Professor de História do Luxo, o autor aborda desde a trajetória do luxo na história da Humanidade até a gestão, marketing, empreendedorismo, as características de cada mercado (jóias, relógios, vestiário, obras de arte etc) e o luxo no século 21. “O Luxo” é um guia abrangente e fundamental para quem estuda, trabalha ou simplesmente quer conhecer mais sobre os produtos que consome ou sonha em consumir um dia.

### **Apresentação/orelha**

Para alguns, o luxo está naquilo que é raro e caro, coisas ou objetos com valor definido, quase um artigo apenas para contemplação. Para outros, o luxo é o supérfluo, o elegante, o exclusivo, muitas vezes nem mesmo é um objeto, mas um signo, uma sensação, uma situação de conforto ou bem-estar. Alguns vêem o luxo somente quando está acompanhado de tradição e história. Outros o enxergam na criatividade e no artesanal valorizados pela estética contemporânea. São polêmicas

naturais quando se trata de atribuir a alguma coisa um valor extremamente subjetivo. O certo é que o homem moderno passou a consumir o luxo e o transformou em um setor da economia mundial. A França é o ícone neste segmento, seja na moda, na joalheria, na relojoaria ou nos cosméticos.

Sem falar no automobilismo e, claro, nas obras de arte. Os franceses transformaram o *savoir-vivre* em divisas. O Brasil desponta como um dos principais mercados do planeta. Entender o luxo passou a ser uma necessidade para inúmeros e variados profissionais. Este livro aborda o tema nos aspectos cultural, econômico, histórico e comercial. Além de analisar os diferentes componentes da gestão dos negócios de luxo e das novas tendências de consumo. Um guia indispensável, escrito por Jean Castarède, um grande especialista no assunto, para todos os que precisam entender este fenômeno dos nossos dias.

### **Sobre o autor**

Jean Castarède nasceu em 1934 na cidade de Bordeaux (França). Foi um dos pioneiros no estudo do mercado de luxo. Em 1990, participou da criação dos primeiros MBAs dirigidos ao setor, um na Essec, em Paris, onde foi diretor-geral, e outro no *Institut Supérieur du Marketing de Luxe*, que ajudou a fundar e onde ainda hoje leciona História do Luxo. Doutor em Ciências Econômicas, tem mais de 15 livros publicados sobre economia, história e cultura.

**Mais informações para a imprensa com**  
**Ivani Cardoso – [ivanicardoso@lufernandes.com.br](mailto:ivanicardoso@lufernandes.com.br)**  
**Marcelo de Andrade – [marcelo@lufernandes.com.br](mailto:marcelo@lufernandes.com.br)**

**Lu Fernandes Escritório de Comunicação**  
**11-3814-4600**