



## **Em lançamento da coleção 'Morada Brasileira: Cotidiano', Pointer mostra a força do mercado de revestimentos**



*Lançamento da indústria nordestina dá início a novas estratégias no mercado para praças em grande potencial*

Design, qualidade, preço justo e sustentabilidade estão entre os valores e posicionamento estratégico da Pointer – indústria alagoana pertencente ao Portobello Grupo –, que apresentou na manhã desta quinta-feira (23), a coleção 'Morada Brasileira: Cotidiano', no Hotel Transamérica Prestige Beach Class, em Boa Viagem, em Recife. Com uma produção aproximada de 1.600 metros ao mês, a empresa, que já lançou no mercado 45 produtos em 2017, mostrou seus pontos fortes, diferenciais e estratégias para crescer em um cenário competitivo com o pensamento na necessidade de investimento estratégico, aposta em inovação e preocupação em conexão digital.

"Para termos capilaridade, investimos o que for necessário e um exemplo disso é um estudo que estamos fazendo agora para a criação de dois centros logísticos na região. Este estudo inicialmente envolve os estados da Bahia e no Ceará, que são dois grandes mercados e que representam respectiva 30% do Nordeste, pois precisamos estar nesses mercados e precisamos estar locados nessas praças", revela o superintendente Comercial da Pointer, Ernani Albuquerque.

Com essa nova investida, será possível ampliar as ações com menor gasto, acessibilidade para o público-alvo, o consumidor nordestino, e com valor em conta para popularizar uma das suas principais metas: democratização do design para o consumidor padrão. Assim, a produção que alcança 18 milhões terá maior capacidade de vazão no mercado do Nordeste, cobrindo de uma ponta a outra da região e reforçando as vantagens de investimentos realizados na indústria sediada no interior de Alagoas.

"Hoje, sem dúvida, o parque fabril em Marechal Deodoro é o mais moderno na América Latina e não tem nada com este apelo em tecnologia, por exemplo, no mercado", enfatiza Albuquerque. Tudo isso tem sido desenvolvido com a crença de que o trabalho é a força motriz para contribuir para um mercado forte, estimulando assim possibilidades e oportunidades para o segmento.

"Estamos investindo onde precisa-se investir mais, fazendo consultoria, exportando mais e investindo mais em design com o pensamento de que sejam alternativas viáveis atrelados aos valores que defendemos", completa Ernani.

Para tanto, a empresa não dorme no ponto e investe próximo de R\$ 5 milhões em marketing, contudo, não há como mensurar os investimentos com o lançamento de produtos, por exemplo. Estes são muito complexos dentro da estratégia de ação da Pointer que trabalha com a perspectiva de ampliação de suas linhas que estão consolidadas no mercado, de acordo com a necessidade, num processo cíclico e que varia de acordo com a demanda e a percepção de absorção de novidades em produtos do próprio mercado.

E é com esta visão que a Pointer mostrou a nova coleção para arquitetos e formadores de opinião, com destaque para um showroom com as novidades que já estão nos principais pontos de venda de atacado da construção com a expectativa de atingir uma parcela significativa do mercado pernambucano, ampliando de forma estratégica sua presença entre os consumidores nordestinos.

"Essa é a nossa terceira coleção e é a melhor até o momento, pois ela está mais de acordo com o nosso mercado de consumo e se adequa mais ao produto com o DNA Portobello. Fazemos toda uma pesquisa de tendência a partir de um comitê de pesquisa que envolve vários profissionais,

entre eles arquitetos. Este ano nós percebemos a questão do minimalismo, do modernismo, dos elementos da natureza e branco texturizado. Então, unimos essas tendências de texturas e formas com as tendências de cores que foram observadas nessa pesquisa, como o branco, o preto, as nuances de cinza que usamos bastante e alguma informação do bege”, destaca o designer da Pointer, Gladimir Flores.

**SOBRE A NOVA COLEÇÃO** – Inspirada nas origens das casas brasileiras, a ‘Morada Brasileira: Cotidiano’ traz novamente a dobradinha Marcelo Rosenbaum e Paulo Biacchi, de O Fetiche, que incrementam a linha Raízes. Ao todo são quatro novas opções de ladrilhos. A linha foi lançada em 2016 e teve os produtos Azul Céu, Mar e Terra como vencedores na categoria Construção na 30ª edição do prêmio Design do Museu da Casa Brasileira. Mas a coleção ‘Morada Brasileira: Cotidiano’ apresenta muitas outras novidades. Destaque para as novas linhas Piasentina, inspirada na tradicional pedra das calçadas de Roma, e Concreta, que traz a grande tendência da arquitetura contemporânea, o cimento brilhante dos produtos Urbana, que aparecem em três diferentes tonalidades.

A linha Decora, que faz os detalhes serem capazes de transformar e dar vida aos ambientes, ganha novidades: os modelos Diamante Puro e Diamante Multicolor com relevos que trazem a modernidade dos efeitos 3D para dentro de casa. As madeiras não poderiam ficar de fora. Por isso a linha Lenho ganha novos produtos, como Nativa Pátina e Nativa Aroeira.

Assim, a arquitetura moderna brasileira com sua azulejaria e linhas geométricas é destacada pela Pointer em sua coleção Morada Brasileira: Cotidiano, com pinceladas do design nórdico com suas linhas retas, além da filosofia e minimalismo japoneses, resultando em simplicidade, beleza, agilidade, personalidade e identidade.

Mais informações sobre a coleção ‘Morada Brasileira: Cotidiano – com um olhar contemporâneo’, reescrevemos nossa história, no site [www.pointer.com.br](http://www.pointer.com.br).