

Comunicado ao Mercado

Grendene na COUROMODA 2007

São Paulo, 12 de janeiro de 2007.

COUROMODA - Maior evento de moda e negócios do setor de calçados em toda América Latina

15 a 18 de janeiro de 2007 - Parque Anhembi - São Paulo : Maior feira especializada na América Latina, a Couromoda - Feira Internacional de Calçados, Artigos Esportivos e Artefatos de Couro é o mais importante evento para negócios e lançamento de moda no mercado de calçados e artigos de couro, especialmente para o lançamento das Coleções de Outono - Inverno. Serão cerca de 1.200 expositores, que respondem por 90% da produção brasileira, oferecendo aos lojistas e importadores a mais completa amostragem da moda, da tecnologia e do marketing do setor de calçados e artefatos de couro, com a presença de mais de 64 mil visitantes, dentre lojistas de todo o Brasil, compradores nacionais e internacionais, além de empresários da cadeia de produção do setor de calçados.

LANÇAMENTOS da GRENDENE NA COUROMODA

A Grendene continua inovando e renovando sua linha de produtos sempre em busca do aprimoramento do design e da tecnologia voltada tanto para a estética quanto para o conforto, preocupada com as novas tendências de consumo e da moda, visando atender o nível de exigência de todos os seus consumidores. A nova Coleção Outono – Inverno, não poderia ser diferente, muito mais enxuta, com produtos de maior valor agregado, com um marketing mais focado e concentrado em mídias alternativas e em campanhas-projeto, utilizando um modo diferente de comunicar-se com os diferentes públicos para os quais produzimos calçados – o feminino, o masculino, o infantil e o de consumo de massa.

Para atendermos os mercados nacional e internacional, diversos lançamentos estão previstos para o 1º semestre de 2007, além da manutenção das linhas atuais com comerciais na televisão, *reality shows*, revistas infantis, para adolescentes e especializadas em moda, *hot sites*, Radio Mac Donald, e outras mídias que vimos utilizando para atingir nosso público alvo. Destacamos os principais lançamentos da COUROMODA 2007:

Segmento Infantil

Dentre os lançamentos programados para o segmento infantil no 1º e 2º trimestres de 2007, destacamos os que terão campanhas publicitárias específicas com mídia em televisão:

Homem Aranha Laser (Spiderman), tênis com *leds*
Hello kitty School, tênis
Hot Wheels Thunder, tênis com pulseira imitando pneu
Sandy Urban, tênis



Foram lançados em novembro de 2006 os tênis **Barbie e Hot Wheels Rollers**, que vem sendo uma febre entre o público infantil com campanhas de marketing diferenciadas, como o comercial do tênis da **Barbie** denominado "*Hits da Barbie*" e do tênis **Hot Wheels**, com o *reality show* em 18 capítulos chamado, "*Desafio sobre Rodas*". Outros importantes destaques no segmento infantil, mas sem mídia em televisão serão:



Barbie, Polly e Xuxa, coleção de sapatilhas
Piratas do caribe, papeete com kit de pirata (tapa olho, mão de gancho e espada)

Rebelde Biss, sapatilha
Rebelde College, tênis com estojo
Rebelde Show, papeete emborrachada com *bottom*
Sininho, tamanco com adesivo que brilha no escuro
Velozes e Furiosos, tênis com estojo no formato de carro

Destacamos as novas licenças negociadas pela Grendene para 2007: Crazy Frog, Spiderman 3, Shrek - The Third, Polly Pocket, Pucca Funny Love, Power-Rangers, High School Musical e My Little Pony.



Segmento Feminino

Na linha **Grendha**, de sandálias femininas, os principais lançamentos com comerciais na televisão serão:

Grendha Ibiza: trás como garota propaganda a atriz Cléo Pires. Sempre bonita, simpática e radiante, ela tem o perfil das mulheres charmosas que a marca quer atingir. A sandália foi desenvolvida em modelo rasteira, com uma corrente sob o peito do pé, desenvolvido nas cores, branca e prata, transparente, vermelha, azul, marinho e dourado.



Grendha Ivete Sangalo Ritmo: tem como tema a ÁFRICA, para retratar nossas verdadeiras raízes, nossa música percursiva, nossas danças ntensas e o colorido das roupas que também teve grande influência na cultura baiana, onde a cantora cresceu e se criou. Esta fusão de Brasil com África resultou em um produto que mistura o design das sandálias africanas com a cultura pop brasileira. Foi desenvolvida em dois modelos: Ritmo I, uma sandália de tiras no peito do pé, presa ao tornozelo e Ritmo II, no modelo rasteiro nas cores: bronze, cobre, prata, ouro, branca e preta.

Grendha Coleção: depois de Reynaldo Gianechinni, Henri Castelli, Cauã Raymond e Ricardo Pereira, é a vez do ator global **Thiago Lacerda** apresentar a nova coleção Grendha, com uma campanha que inclui comercial de TV e material de PDV. O conceito casual chic tem se confirmado pelo sucesso de vários produtos na linha Grendha. A tendência de "rasteiros" é muito forte e continuará para as próximas estações com variações de sandálias, mules e de cabedais valorizando os dedos, tornozelo e peito do pé. Os tamancos de madeira também estão neste contexto clássico e casual com maior legitimidade social.

Outro destaque importante foram os dois lançamentos no mercado da marca **Ilhabela**, nos modelos **Jelly** (plataformado) e **Tutty** (sapatilha). A **Ilhabela** chega ao mercado trazendo inovação e proporciona oportunidades para garotas de "Atitudes". É uma marca relativamente nova da Grendene, voltada para segmento da moda jovem com o modelo que irá despertar a atenção das adolescentes que tem atitude e adoram novidades, com uma cartela de cores variadas, bem como com estampas camufladas. Foi estrelada pela jovem cantora e atriz Marjorie Estiano, considerada por muitos uma revelação como cantora e atriz e admirada pelo público adolescente. A Ilhabela inovou a sua comunicação, realizando uma ação de guerrilha que surpreendeu o seu público alvo. Novas ações de marketing para divulgar o concurso Foto-Atitude, com fotos de uma modelo em poses de atitude foram coladas em locais inesperados, como provadores de loja, banheiros de shopping e paradas de ônibus. As fotos vinham acompanhadas da frase "Mostre sua atitude onde todo mundo pode ver" junto com o endereço. A ação





remete a um concurso, em que a marca está desafiando garotas de todo o Brasil a tirar fotos que traduzam o conceito "atitude". As imagens ficam disponíveis para votação no site (www.vaiprocurarsuaturma.com.br). A cada semana, a garota com a foto mais votada pelo público ganhará um par de calçados da Ilhabela, durante o período que vai de dezembro de 2006 a abril de 2007. Até o momento, mais de 300 garotas já se inscreveram para o Ilhabela Foto-Atitude.

A Grendene apresenta também no segmento feminino, as novas cores da **Coleção Ipanema Gisele Bündchen 2006 /2007**, agora também voltada para o mercado internacional, que terá lançamento em março de 2007 em Madrid, em um evento especial, com a presença da *top model* **Gisele Bündchen**, que fará uma coletiva à imprensa europeia, para explicar o Projeto – **Y Ikatu Xingu** – "Água boa no Xingu"- que defende a preservação das nascentes dos Rios do Xingu e das matas que protegem o curso de suas águas – engajamento sócio-ambiental da Grendene em parceria com a *top model*. É a magia das lendas e dos costumes *Kisêdjê*, que continuam presentes nas novas cores para o alto verão da coleção 2006/2007. Veja mais em www.socioambiental.org/kisedje e em www.yikatuxingu.org.br.

Segmento Masculino

O grande destaque na feira no segmento masculino será o lançamento de uma nova marca licenciada pela Grendene, a **Speedo**, que entra com um produto diferenciado, com design arrojado e tecnologia inovadora – o solado com sistema Hidrofast - o chinelo de dedo **Speedo Dry** - que entrará no mercado em fevereiro/07. A **Speedo** é líder mundial em equipamentos e produtos para esportes aquáticos e de *fitness*, sendo a marca mais admirada no Brasil. Atualmente possui ampla visibilidade e reconhecida preferência entre jovens e adultos que se inspiram neste estilo de vida. A **Speedo**, consagrada na natação mundial com mais de 80% de conquistas em competições globais, estará presente no PAN 2007 com os melhores atletas da natação Brasileira – SPEEDO ELITE TEAM. Os produtos **Speedo** estão expostos em mais de 12 mil pontos de venda e presentes em 90% das academias e escolas de natação.



Será lançada também, uma nova cartela de cores para os produtos da marca **Mormaii Gamboa**, papeete e chinelo de dedo, que permanecem no mercado, pois vem sendo um sucesso de vendas desde a última Franca. A ação promocional com lojistas denominada "Na Onda com Mormaii", iniciada em 2006, permanece até fevereiro de 2007, com a distribuição de mais de 1.500 prêmios, como 50 motos, óculos, relógios, tênis e mochilas, como incentivo junto aos vendedores dos varejistas, que são avaliados pela performance de vendas.

Na marca **Rider**, os destaques serão: (i) a família de papeetes casuais denominadas **Rider Roots, Terra e Dunas**, confortáveis, com massageador na sola, com apelo de moda para o segmento masculino; e (ii) a linha de sandatênis, de produtos fechados, com alta tecnologia empregada, sendo um casual e outro esportivo - coleção **Rider Movie Casual** e **Rider Movie Sports**, para o 2º trimestre de 2007.

Segmento de Distribuição de Massa

Na linha **Ipanema**, de sandálias e chinelos, as novidades serão os lançamentos na linha feminina **Ipanema Bliss**, com apliques nas tiras; a linha masculina **Ipanema Brasil Surf**, com grafia lateral, mais uma inovação da Grendene; e a expansão da Ipanema com palmilha anatômica, para outros segmentos que não só o feminino, pelo sucesso junto ao consumidor, pelas formas e curvas que se moldam ao pé, proporcionando maior conforto e proteção ao caminhar.

Desempenho da Grendene em 2006: é com satisfação que divulgamos que as perspectivas para o ano, informadas ao mercado em 09/Nov/06 (por ocasião da divulgação do resultado dos primeiros nove meses de 2006), sobre os indicadores de performance da Companhia, foram plenamente atingidas.

Perfil da GRENDENE – É uma das maiores produtoras de calçados sintéticos do mundo, com um faturamento bruto de R\$1,3 bilhão, com forte liderança nos setores onde atua, respondendo por aproximadamente 19% do mercado doméstico e por 15% do volume das exportações Brasileiras em 2005. Opera com capacidade instalada de produção de 176 milhões de pares / ano e cerca de 20 mil funcionários no final de 2005, com fábricas nos municípios de Sobral, Crato e Fortaleza, no Ceará, e Farroupilha e Carlos Barbosa no Rio Grande do Sul. Exporta cerca de 20% do volume vendido, atuando em mais de 57 países. Vantagens competitivas fundamentadas em larga escala de produção, tecnologia própria e de última geração, preços competitivos, marcas e design próprios, pesquisa e desenvolvimento, inovação constante, marketing agressivo, propaganda e publicidade com apelo emocional, utilizando celebridades.