

GRENDENE NA COUROMODA 2005

Perfil da GRENDENE – É uma das maiores produtoras de calçados do mundo, operando nos segmentos masculino, feminino, infantil e de consumo de massa, com forte liderança nos setores onde atua, respondendo por cerca de 21% de market share no Brasil e por 15% do volume das exportações Brasileiras. Opera com capacidade instalada de produção de 160 milhões de pares / ano e mais de 23 mil funcionários no final de dezembro de 2004, com fábricas nos municípios de Sobral, Crato e Fortaleza, no Estado do Ceará, e Farroupilha e Carlos Barbosa no Estado do Rio Grande do Sul. Exporta cerca de 20% da produção, atuando em mais de 57 países, com uma base de 17.300 pontos de venda no Brasil e 19.500 no exterior. 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.

CONJUNTURA

Mesmo com alguns indicadores macroeconômicos desfavoráveis como a desvalorização do dólar no período, a maior pressão de custos pelo aumento no preço de insumos como o PVC, além dos aspectos ligados ao desemprego e menor renda disponível, a GRENDENE cresceu 23,5% no mercado interno, bastante superior a média do setor. Verificou-se que os setores do comércio varejista atrelados a financiamento ao consumo, obtiveram crescimentos mais significativos no período, como o de bens de consumo duráveis, como linha branca e eletro - eletrônicos, em detrimento dos bens de consumo não - duráveis e semi - duráveis, onde o setor de calçados é incluído.

A GRENDENE vendeu 145,2 milhões de pares de calçados em 2004, representando um crescimento de quase 20% em relação aos 121,3 milhões de pares de 2003, acima do crescimento do setor em 2004, que foi de 5,3% segundo a ABICALÇADOS. O mercado doméstico foi responsável por aproximadamente 80% do volume de vendas, passando de 94,4 milhões de pares de calçados em 2003, para 116,6 milhões de pares em 2004, com crescimento de 23,5%. O faturamento bruto em 2004 foi de cerca de 20% superior aos R\$1.276,4 milhões verificados em 2003, com uma taxa média de crescimento de 28% ao ano nos últimos 4 anos. Para 2005, acreditamos que a manutenção do crescimento positivo da economia Brasileira, com inflação estável e aumento no emprego e na renda, poderá provocar um redirecionamento do consumo de bens duráveis, para o de bens de consumo não - duráveis e semi - duráveis, favorecendo o setor de calçados.

EXPORTAÇÕES

As exportações da GRENDENE atingiram 28,7 milhões de pares em 2004, com aumento de aproximadamente 7% sobre os 26,9 milhões de pares verificados em 2003, representando cerca de 20% do volume total de vendas. Além da manutenção da estratégia normal de exportação para os mais de 57 países onde atua, novas frentes comerciais vem sendo desenvolvidas, em especial com os países do Pacto Andino, composto pela Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Peru e Venezuela, com o credenciamento de novos representantes e distribuidores para a Região.

LANÇAMENTOS

Serão vistos na COUROMODA - maior e mais importante feira internacional do setor no Brasil, que se realizará em São Paulo de 11 a 14 de janeiro de 2005, os novos lançamentos de produtos da GRENDENE. A GRENDENE se caracteriza por uma renovação constante de seu *portfolio* de produtos, elevada capacidade de inovação e produção, pelo diferencial de sua área de Pesquisa e Desenvolvimento, buscando não só o que há de mais moderno no mundo, criando tendências, lançando conceitos a partir de ícones da moda, mas principalmente, traduzindo e transformando estas informações em *design* de negócio (*design* como catalizador das necessidades do mercado mais o DNA Tecnológico da Grendene).

Diversos lançamentos estão previstos para o 1º e 2º trimestres de 2005, dos quais destacamos os principais por segmentos / linha de produtos, e que serão mostrados na COUROMODA 2005.

Segmento Kids

Dentre os 15 lançamentos programados para o segmento infantil no 1º e 2º trimestres de 2005, destacamos aqueles que terão campanhas publicitárias específicas, com mídia em televisão e comerciais no ar a partir de março de 2005:

- Tênis da *Sandy*
- Tênis do *Senninha* com luzinha
- Sapatilha da *Vanessa Camargo*
- Bota de *Xuxa*
- Tênis do *Batman* com acessório (lanterna)
- Tênis da *Hello Kitty* com luzinha

Em 2005, também farão parte ainda do portfólio da GRENDENE, novos licenciamentos, tais como *Batman*, *Hot Wheels*; *Barney*; *Coleção Moranguinho*; e novidades na licença com a *Walt Disney*, com a inclusão do *Nemo*, *Ursinho Pooh* e *Princesas*.

Segmento Feminino

Na linha **Grendha**, foram lançados três novos modelos da *Coleção Gianecchini*, com campanhas publicitárias na televisão em janeiro de 2005 e um modelo estilo boneca com publicidade da *Daniela Cicarelli* e veiculação a contar de março de 2005.

Segmento Masculino

Serão lançadas novas papeetes adulto e infantil da linha **Rider** e renovados os modelos da linha praia (*Beach*) e esporte (*Sport*).

Segmento de Distribuição de Massa

Na linha **Ipanema**, serão lançadas novas palmilhas com temas florais variados e na linha para crianças da **Ipanema**, palmilhas com temas lúdicos, tais como desenhos, bichinhos e outros ícones do universo infantil.

Segmento de Vendas Especiais - MELISSA

A linha especial de calçados **Melissa** vem desenvolvendo novas frentes, em especial no mercado internacional, focada na Europa e no Japão, com uma estratégia de distribuição seletiva, tais como *boutiques*, lojas de moda feminina e até mesmo de *design*, com o objetivo de um trabalho mais conceitual. Exemplos de lojas especializadas e diferenciadas de moda, onde seus produtos estão sendo vendidos são a *Selfridges* e *Harpers* em Londres; *Le Bon Marché* em Paris; *Azzurd* em Amsterdam; *Love Therapy* em Florença (Itália); e *United Arrows* em Tóquio (Japão).

Faz parte da estratégia, atuar com grifes importantes e conhecidas e através de inovações, como ter designers de outras áreas que não só a de moda, como criadores de modelos, como é o caso dos *Irmãos Campana*, que são designers de móveis. A GRENDENE está lançando no 1º e 2º trimestres de 2005, na Europa e Japão a **Coleção Melissa Celebration**, que inclui os modelos que comemoram os 25 anos de lançamento da **Melissa** no mercado, além dos modelos de calçado, sandálias e bolsas **Melissa** criados pelos *Irmãos Campana*, por *Alexandre Herchcovitch* e por *Marcelo Sommer*.

O grande destaque, no entanto, será o lançamento da coleção **Outono – Inverno 2005**, com a nova campanha **Melissa Love Robots**, no *São Paulo Fashion Week*, a se realizar de 19 a 25 de janeiro de 2005 na Bienal de São Paulo, associando o uso da tecnologia, como elemento agregador da integração humana, ou seja, uma tecnologia humanizada, transformando a tecnologia em elemento lúdico. Tecnologia é fofo e doce como a **Melissa = MELISSA + TECNOLOGIA + PAIXÃO**.

INVESTIMENTOS EM EXPANSÃO DE CAPACIDADE

Para fazer frente às necessidades de manutenção de seu crescimento, visando atender o mercado doméstico, bem como a manutenção e busca de novos mercados no exterior, a GRENDENE, está investindo na ampliação de sua capacidade instalada de produção em duas frentes. Uma, em sua maior planta, localizada em Sobral (CE), e responsável por 85% da produção total, com capacidade adicional de 16 milhões de pares / ano, no montante de R\$25 milhões, com entrada em operação em maio de 2005. Outra, será em uma nova fábrica em Teixeira de Freitas (BA), com capacidade de produção de 18 milhões de pares / ano, investimentos de R\$35 milhões, para início de operação no final de 2005.

Contatos

Gelson Luis Rostirolla - Diretor

dri@grendene.com.br

Tel: 5554 261 9000 / Fax: 5554 261 9691 / www.grendene.com.br/www/ri

Dóris Wilhelm – Gerente

doris@grendene.com.br