

Vert agora é Veja também no mercado brasileiro

A partir deste mês, marca adota sua nomenclatura global no País

MICHEL POZZEBON

michel.pozzebon@gruposinos.com.br

A empresa franco-brasileira de calçados Veja, que se notabilizou pelo slogan “design parisiense, fabricação brasileira” e que já agregou resíduos de milho à sua produção, anunciou oficialmente, nesta semana, a unificação de sua marca mundialmente. Desde 2014, dentre os cem mercados em que atua, somente no Brasil utilizava a denominação Vert (verde, em francês), por seu nome original já estar registrado no País. Agora, dez anos depois, a etiqueta, que cria tênis de uma forma diferente, mesclando projetos sociais, justiça econômica e materiais ecológicos, superou entraves legais de registro e adota em solo brasileiro sua nomenclatura global.

“Em março de 2024, uma década depois, a Veja continua a jornada iniciada pela Vert no País. A Vert agora é Veja! O nome muda, mas a qualidade se mantém e o local de fabricação permanece o mesmo, o Brasil”, diz um fundador da Veja, Sébastien Kopp, em comunicado enviado ao Jornal Exclusivo.

No comunicado oficial, a empresa franco-brasileira explica que a estreia no



Para marcar o momento, etiqueta relança seu primeiro modelo de tênis, o Volley

Brasil foi sob o nome de Vert, em 2014, como “uma resposta estratégica aos desafios legais, pois a nomenclatura original já estava registrada”.

A coleção de estreia da Veja no Brasil foi apresentada oficialmente no dia 22 de março, com o relançamento do primeiro modelo de tênis da marca, o Volley. Lançado no ano de 2005, no Palais de Tokyo, em Paris (França), vendeu aproximadamente 5 mil pares e é inspirado no

vôlei brasileiro dos anos 70. “Desde então, a marca e a coleção cresceram em todo o mundo. O retorno desse modelo marca o início de mais uma etapa em sua trajetória”, destaca a etiqueta no comunicado.

Atualmente, nos mais de cem países e três continentes em que a marca tem atuação consolidada, o Brasil se configura como o terceiro principal mercado da Veja no mundo, atrás somente de Estados Unidos e Inglaterra.

IDEALIZAÇÃO E CRIAÇÃO DA MARCA VEJA

A Veja foi criada em 2005, com design parisiense, produção brasileira e uso de matérias-primas nacionais. Antes de chegar ao Brasil, em 2014, a marca já era famosa na Europa, por estar presente naquele continente há uma década, com mais de 1 milhão de pares vendidos pelo mundo. A ideia para criar a etiqueta surgiu de seus idealizadores,

os franceses François-Ghislain Morillion e Sébastien Kopp, que deixaram seus empregos na área administrativa e partiram para uma viagem que durou um ano, buscando aprender como projetos de sustentabilidade poderiam impactar o mundo. A partir daí, combinando iniciativas sociais, justiça econômica e materiais ecológicos, nascia a Veja.

Atualmente, os calçados da marca franco-brasileira são vendidos em mais de cem países e em três continentes, e, ao longo da história da etiqueta, já foram comercializados 14 milhões de pares. A empresa emprega diretamente 500 pessoas, atua sem estoque e sem investidores, e atende Europa, Ásia, América do Norte e América do Sul.

AO INVÉS DE PROMOÇÕES, RESTAURAÇÕES

A Veja é conhecida por não fazer promoções de seus produtos e por não participar de datas comerciais. Ao invés disso, na Black Friday do ano passado, a marca ofereceu aos seus clientes na Europa, um serviço gratuito de limpeza e restauração de tênis usados, e reciclagem daqueles que não podiam ser mais utilizados.

DINARCI BORGES/DIVULGAÇÃO



Marcas e suas lojas passaram por mudança de gestão

New Balance vira Reebok no Brasil?

MICHEL POZZEBON

michel.pozzebon@gruposinos.com.br

Nos últimos meses, os consumidores vêm acompanhando uma movimentação inusitada que tem ocorrido no varejo de calçados e artigos esportivos do Brasil. É que desde o começo do segundo semestre do ano passado, as lojas da New Balance se transformaram em pontos de venda da Reebok no País. Fato é que não houve nenhuma fusão entre as duas marcas norte-americanas, ambas seguem sendo concorrentes.

Em janeiro de 2023, o Grupo Dass (Ivoti/RS) entrou na operação de gestão da New Balance no Brasil, atuando integralmente no desenvolvimento de produtos, produção, comercialização, distribuição e divulgação da marca. Em função disso, no fim de junho do ano passado, a etiqueta americana encerrou as operações com sua antiga gestora no País, o Grupo Aste (São Paulo/SP), que desde setembro 2022 licencia e distribui a Reebok no mercado brasileiro.

“Não foi uma transição de uma marca para outra, apenas um movimento natural e independente das marcas na empresa”, frisa o diretor de Negócios do Grupo Aste, Bruno Abilel, em entrevista ao Exclusivo.

Lojas no Brasil

Antes da mudança no varejo brasileiro, a New Balance tinha 300 lojas próprias em todo o mundo, sendo 15 delas no Brasil, a maior parte delas localizadas no estado de São Paulo.

Atualmente, são 22 lojas próprias da Reebok no País, em dez estados brasileiros (Amazonas, Ceará, Goiás, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo), todas abertas em 2023. Para o primeiro semestre deste ano está confirmada a inauguração de um ponto de venda no Outlet Premium Imigrantes, em São Bernardo do Campo/SP.

NB no Brasil

Segundo o que o Exclusivo apurou, a partir da gestão do Grupo Dass no Brasil, em um novo projeto para o varejo, a New Balance deve abrir, ao longo de 2024, novas lojas em solo brasileiro. Além de calçados e artigos para running, o foco da marca americana no País passa a ser também o futebol - dentro desta estratégia, em dezembro do ano passado, a New Balance assinou um acordo para ser, pelas próximas quatro temporadas (até dezembro de 2027), a fornecedora de material esportivo do São Paulo Futebol Clube.

Buscando um posicionamento da empresa, o Exclusivo contactou a New Balance no Brasil, que informou não se manifestar sobre assuntos corporativos.

Grupo Aste

Além da Reebok, o Grupo Aste atua no varejo, atacado e e-commerce realizando a operação de marcas como Allbags, JanSport e Hoka no Brasil. Está presente em 112 lojas próprias e 4,3 mil multimarcas do País.