

## Lacoste planeja dobrar suas operações no Brasil até 2012

Daniela Fernandes

*Com coleção feminina maior e acessórios, grife quer ir além da polo*

A grife francesa Lacoste não está poupando meios para dobrar suas atividades no Brasil até 2012. É com um desfile amanhã à noite no Hotel Copacabana Palace, no Rio, para cerca de 300 convidados, seguido de uma festa, que a marca do jacarezinho dá mais um passo estratégico no país, onde prevê crescer entre 30% e 35% este ano - uma das mais altas perspectivas de expansão da grife no mundo.

"O Brasil é uma prioridade para nós", disse ao Valor, em bom português, Michel Lacoste, presidente da companhia e filho do premiado tenista René Lacoste, que criou, no fim dos anos 20, a famosa polo para seu uso pessoal nas quadras. "O país está crescendo de maneira importante e conduzindo bem seu desenvolvimento. Por isso temos tantos consumidores no Brasil", diz ele, que chega ao Rio hoje. Lacoste conhece o Brasil "desde o fim dos anos 60, na época em que São Paulo só tinha o aeroporto de Viracopos e a estrada para chegar ali era de terra".

Em 2009, a receita da marca no Brasil atingiu R\$ 100 milhões, com aumento de 60%. A performance invejável, deve ser, no entanto, relativizada, já que as vendas da Lacoste no país estavam um pouco "paradas" antes de 2008, data em que a Devanlay Ventures do Brasil passou a administrar a marca, após os 25 anos de gestão da antiga licenciada Paramount.

Mesmo assim, são poucos os mercados no mundo que vêm registrando crescimento na casa dos dois dígitos, façanha que o Brasil vem repetindo neste ano, com alta nas vendas da ordem de 30% a 35% até o momento. Em 2009, a Lacoste faturou € 1,4 bilhão, uma queda de 6,6% em relação ao ano anterior. A China é outro país que, ao lado do Brasil, se tornou a grande prioridade para a marca. Este ano, a Lacoste deve abrir 80 lojas no país asiático.

Os projetos para o Brasil também são ambiciosos. A marca prevê dobrar o número de pontos de-venda, atualmente de 416 (a maioria é de lojas multimarcas) para 800 a mil até 2012, disse José Luis Duran, presidente da Devanlay, licenciada mundial da Lacoste para produção e distribuição de roupas. O número de peças de roupas vendidas hoje no Brasil, 1 milhão, também deve dobrar em três anos, afirma Duran, ex-presidente mundial do Carrefour e que assumiu o comando da Devanlay há pouco menos de um ano.

A expansão no Brasil vai ocorrer sobretudo por meio de lojas multimarcas que vendem artigos premium, diz Duran. A Lacoste possui hoje 63 lojas no país, sendo 2 próprias. A previsão é chegar a 120 boutiques, quase todas franquias, até 2012. Por esse motivo, os investimentos em ativos não são muito significativos, da ordem de R\$ 10 milhões por ano, diz Duran.

A terceira loja própria deve ser aberta no Rio também até 2012. "Mantemos uma proporção de 12% a 15% de lojas em relação ao total de pontos de venda. Ter um percentual significativo de boutiques é um elemento chave para construir a imagem da marca no País", afirma Duran.

O executivo espanhol está realizando uma série de iniciativas, em nível internacional, para rejuvenescer a marca, melhorar sua imagem e ampliar a clientela. O ex-presidente mundial do Carrefour sabe o quanto a variedade da oferta é importante e, sem deixar de lado as famosas polo, que são "a herança, a história da Lacoste", diz ele, a ideia é "mostrar que vendemos polos e outras coisas".

Coleções de vestidos, camisas com colarinho em tecido (sociais) e jeans, por exemplo, passarão a ter mais destaque nas coleções. O Brasil até poderá, no futuro, fabricar os jeans Lacoste, diz Duran. A Devanlay quer aumentar a coleção de roupas femininas, que hoje representam 20% de suas vendas. O objetivo é chegar a 25%.

A renovação da imagem da Lacoste também passa pela modernização da decoração das lojas, evidenciando mais outros modelos de roupas. A Lacoste também continua ampliando sua

oferta de produtos, que inclui bolsas, perfumes, relógios, roupas de cama e banho, produzidos por outras licenciadas. Em 2011, lançará uma linha de bijuterias, diz Michel Lacoste. Até lá, ele espera comemorar, mais uma vez, os resultados no novo mercado prioritário, o Brasil.

## Marca do jacarezinho

Dados da Lacoste e de sua licenciada Devanlay

### Fundação

Em 1933, em Paris, pelo tenista René Lacoste

### Donos

A família Lacoste detém 65% da Lacoste S/A e a licenciada mundial Devanlay detém 35% (a Lacoste tem 10% da Devanlay)

### Lojas

1,1 mil em 114 países

### Principais mercados

Estados Unidos, França, Itália, Grã-Bretanha, Espanha

### Posição do Brasil

13º mercado da marca

**12,3 milhões**

de camisas polo da marca foram vendidas no mundo em 2009

**60%**

é quanto representa o vestuário nas vendas da Lacoste. Em 1998, representava 60%

### Devanlay

Licenciada mundial para a produção e distribuição de roupas Lacoste

### Faturamento em 2009

€ 1 bilhão

### Fábricas

Seis próprias, na França, Tunísia, Peru, Romênia, Marrocos e China

### Vendas em volume

29 milhões de peças de roupas por ano

### Vendas das polos Lacoste

Representam 40% do faturamento

Fonte: Empresas

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 11 maio 2010, Empresas, p. B4.