

## **Brasil terá nove lojas da Coca-Cola**

*Adriana Mattos*

*Plano é abrir unidades em SP, RJ, Nordeste e Porto Alegre*

Os planos para a abertura das primeiras lojas da Coca-Cola Clothing no Brasil avançaram e a matriz da multinacional, em Atlanta, nos Estados Unidos, já deu sinal verde para as inaugurações no país. As unidades devem ser abertas entre o fim do mês de agosto e primeira quinzena de setembro. O projeto inicial é inaugurar, num primeiro momento, três lojas na cidade de São Paulo e duas no Rio de Janeiro. A região Nordeste e o Sul do país também fazem parte desse projeto preliminar de expansão, que acontecerá por meio do modelo de lojas franqueadas.

Os espaços para a abertura também já estão praticamente definidos. Há negociações na capital paulista com os shoppings Villa Lobos, Anália Franco, Ibirapuera e Eldorado. A expectativa é que até o final do segundo semestre, além das unidades em São Paulo e no Rio, sejam abertos três pontos no Nordeste, provavelmente nas cidades de Recife e Salvador, e uma unidade em Porto Alegre, totalizando nove pontos. Foram mais de dois anos de negociações, entre conversas com a matriz, nos EUA e o grupo AMC Têxtil, que licencia a marca Coca-Cola Clothing no país.

"Logo de cara, já será possível abrir três lojas de uma vez em São Paulo entre final de agosto e setembro e com um único investidor para os três pontos", conta Andre Jório, gerente de marca da Coca-Cola Clothing. A linha está sendo produzida no Brasil pelo grupo AMC, um dos maiores conglomerados da área de moda no Brasil, donos de marcas como Forum, Triton e Forum Tufi Duek. No Brasil, a Coca-Cola Clothing existe desde 2005 e surgiu a partir de uma linha da AMC intitulada Coca-Cola by Colcci. O modelo ligado à Colcci funcionou, o projeto ganhou corpo e a Coca-Cola Clothing passou a ser uma marca licenciada pela AMC no Brasil. Alguns produtos são vendidos em lojas multimarcas no Brasil hoje.

Nas primeiras lojas no país, devem ser comercializados até mil itens, sendo que a grande parte, cerca de 700, serão produtos ligados à confecção e produzidos na unidade da AMC em Itajaí (SC). Funcionários para as lojas já estão sendo treinados pela fabricante de roupas e a consultoria Consultive está assessorando o grupo AMC. Os produtos a serem vendidos no Brasil devem ter um posicionamento mais premium do que aquele existente nos EUA, avaliam especialistas da área. "Eles já estiveram nos últimos eventos de moda, como o São Paulo Fashion Week, e tem adotado uma postura de marca de maior valor agregado", diz Marcos Henrique Bedendo, professor da ESPM. "A expectativa é que num segundo passo, eles comecem a vender para grandes redes varejistas de moda", diz ele.

No Brasil, a agência de propaganda da Coca-Cola Clothing é a E21 e a empresa 24\7id é responsável pela produção executiva das campanhas no país.

O modelo de lojas da Coca-Cola no exterior, criado em 1999, difere daquele desenhado para o Brasil. O que acontece é que no mundo, a marca Coca tem licenciamentos em diversos segmentos, em mais de 50 países, mas o foco não é a área têxtil, como ocorrerá por aqui. Além disso, a Coca nos EUA foca a operação de varejo em seu site na internet e alguns pontos localizados em capitais pelo país. Um dos principais é a loja em Las Vegas, com camisetas vendidas a US\$ 13 e bonés por US\$ 18.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 23 mar. 2011, Empresas, p. B4.**