

Anderson Birman, presidente da Arezzo: Melhoria no layout das lojas no ano que vem



Arezzo planeja calçar mais pés em 2012

Meta será alcançada com abertura de 58 lojas próprias e franquias, além da ampliação do mix de produtos nos próximos dois anos

Thais Moreira

tmoreira@brasileconomico.com.br

A fabricante de calçados e acessórios Arezzo&Co, detentora das marcas Arezzo, Schutz, Alexandre Birman e Anacapri, vai abrir 58 lojas em 2012, entre próprias e franquias, afirmou o empresário e diretor de operações Alexandre Birman ontem, durante a primeira reunião com investidores realizada pela companhia. O executivo não informou onde as lojas serão abertas nem quais as marcas contempladas. “Nosso foco será o mercado interno no ano que vem”, limitou-se Birman.

A empresa, que estreou na BM&FBovespa em fevereiro deste ano, também planeja a ampliação do espaço físico e a melhoria do layout da loja. “Os pontos de venda ainda estão aquém do que esperamos”, disse Anderson Birman, presidente da empresa.

Imagem

O objetivo de Alexandre Birman é fazer com que as suas marcas se “descolem” da concorrência, não que para isso seja necessário aumentar o preço de seus produtos. Ao fazer o re-

Produtos da marca podem sofrer reajustes de preço para assegurar imagem de alto valor agregado

juste, acredita o executivo, seus produtos reforçarão a imagem de alto valor agregado. “Estamos fazendo uma análise profunda para conquistar mais participação de mercado”, disse.

Questionado sobre a desaceleração da economia nacional, Anderson Birman não acredita que o problema possa

afetar a empresa. “Nosso produto não tem a necessidade de crédito ou financiamento por parte do consumidor”, afirmou. O foco da empresa continua sendo as classes A e B.

Schutz em destaque

Outra aposta da Arezzo será a marca Schutz, cujo crescimento no terceiro trimestre foi de 34% em comparação com o mesmo período do ano anterior. A receita bruta da Schutz no período foi de R\$ 59,3 milhões, representando 26,1% das vendas da Arezzo&Co no Brasil.

No trimestre, a marca lançou um novo projeto de loja cujo objetivo é dar maior destaque aos produtos e à comunicação da marca, proporcionando uma “experiência de compra superior”, disse a empresa em seu relatório trimestral. Neste formato, foi inaugurada inicialmente uma loja própria na cidade de São Paulo e a primeira franquia piloto da Schutz em Salvador.

Já a Arezzo, principal marca em vendas do grupo, alcançou R\$ 159,2 milhões em receita bruta no trimestre, um crescimento de 17,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, representando 70,2% das vendas. ■