

MODA

Pirataria abre mercado para grife francesa

A Vuarnet investe no País depois de ver o sucesso dos produtos falsificados. Agora, faz planos para o futuro

Marina Faleiros

A grife francesa Vuarnet, especializada em óculos de sol, já era popular entre os consumidores brasileiros antes mesmo de vender seus produtos no País. "Nós ficamos surpresos com a quantidade de brasileiros que compravam nossos produtos na França. Ainda não havíamos divulgado a marca no Brasil", conta Alain Vuarnet, presidente e filho do fundador da companhia.

Em visita ao Brasil, em 1985, ele logo descobriu a resposta para o fenômeno: os produtos da marca estavam sendo copiados por um fabricante brasileiro e faziam muito sucesso aqui. "Nosso sorte é que as falsificações eram de muito boa qualidade, o que não prejudicou a marca", lembra Vuarnet.

Os produtos piratas abriram

um novo mercado para a Vuarnet. A empresa decidiu se estabelecer no Brasil, desta vez com produtos verdadeiros. Mas não foi fácil. A Vuarnet levou sete anos para conquistar na Justiça o direito a usar seu nome no País. "A empresa fazia produ-

Marca cresce 20% por ano no Brasil e lançou coleção de bijuteria feita aqui

tos muito bons, mas não podíamos fazer parceria com quem nos lesion, não é?" A solução foi contratar outro fabricante, que ficou com a produção nacional de roupas, enquanto os óculos e relógios da marca seriam importados da França.

Hoje, a Vuarnet possui 4 lojas, distribui seus produtos para 100 pontos de venda multimarcas e fatura US\$ 2 milhões por ano no Brasil. A empresa tem crescido ao ritmo de 20% ao ano, mas quer se expandir ainda mais rápido. Por isso, está mudando sua estratégia: vai abrir boutiques mais luxuosas, em pontos nobres. Além disso, criou coleções chamadas Vuarnet Limited, para os jovens. "Apostamos num reposicionamento da marca, com fechamento de lojas em shoppings e criações que ajudam a rejuvenescer a marca", diz Vuarnet. Ele prevê que as vendas devem crescer 30% em 2006.

HISTÓRIA

O sucesso num país tropical como o Brasil é um avanço surpreendente para uma marca



JOSE PATRÍCIO/AG

OTIMISMO - Vuarnet em São Paulo: "Faturamos US\$ 2 milhões aqui"

que surgiu com os esportes de inverno. O pai de Alain, Jean Vuarnet, ganhou medalha de ouro no esqui nas Olimpíadas de 1960, ficou muito famoso e

emprestou seu nome a uma marca de óculos de sol para o esporte.

A partir daí, o negócio foi crescendo e a Vuarnet ganhou

vida própria, estendendo sua linha de produtos para roupas de esqui e de outros estilos. "No ano passado lançamos nossa linha de bijuteria, 100% feita no Brasil e vendida na Grécia, Suíça e França", conta Alain.

A linha vendeu € 100 mil entre julho e dezembro de 2005. O resultado já foi igualado nos três primeiros meses de 2006. "A linha deve faturar € 500 mil até o final de 2006, com produtos de design e materiais brasileiros, incluindo pedras semipreciosas e sementes." Apesar de ser produzida aqui, a coleção Vuarnet Famme só será vendida no Brasil a partir do meio do ano. Globalmente, a Vuarnet vende cerca de 1,5 milhão de óculos de sol por ano, que representam 60% do faturamento global da empresa ano passado, que foi de US\$ 50 milhões. ●