

Moda ganha um novo desenho com os fundos

Beth Koike

04/01/2008

[Indique](#) [Imprimir](#) [Dig del.icio.us](#)

Tamanho da Fonte: **a-** **A+**

Marisa Cauduro/Valor



Glauco Abdala, da Galeazzi, quer montar um grupo de três ou quatro grifes e centralizar a produção para apresentar o pacote já pronto a investidores

O mercado de moda no Brasil, caracterizado pela forte presença de grifes administradas pelos próprios estilistas, está ganhando um novo desenho com a recente chegada de fundos de investimentos e grandes grupos promovendo aquisições e fusões de grifes, num processo semelhante ao ocorrido na Europa onde há corporações como LVMH e PPR. O comando pessoal dá lugar a gestão profissional, custos reduzidos e a busca por margens de lucro ainda maiores.

A margem de ganho de uma grife pode chegar a cinco vezes o custo de produção, segundo especialistas. Os novos investidores chegam com a promessa de alavancar recursos para acompanhar a avalanche de shopping centers que estão sendo construídos pelo país. A presença nesses centros comerciais é considerada essencial para a expansão de uma marca de moda.

Esse novo cenário abre espaço para consultorias, especializadas em reestruturar empresas, moldarem novos negócios. É o caso da Galeazzi. "Estamos procurando de duas a três marcas, voltadas para as classes A até D, para montar um grupo. A idéia é que cada uma delas atenda um determinado público", disse Glauco Abdala, sócio da Galeazzi, que já trabalhou para a Vila Romana, de moda masculina, e a Daslu. A idéia da Galeazzi é apresentar um pacote pronto, com uma fábrica e financeira próprias, a investidores que estão pesquisando o mercado de moda.

Ter uma única fábrica produzindo para diversas marcas ou, ainda, transferir a produção nacional para terras mais baratas, como a China, é uma parte importante desse novo tipo de empresa que começa a crescer nesse mercado.

A mais recente operação envolvendo aquisição de grifes foi fechada pelo grupo HLDC Investimentos, dos empresários brasileiros Conrado Will e Enzo Monzani. Eles compraram as duas marcas do estilista Alexandre Herchcovitch, a Fause Hatén, a Clube Chocolate e a Cúmplice. E a idéia é, justamente, levar toda a produção para fora do Brasil, para reduzir custos. Com esta operação, o HLCD que em 2006 já havia adquirido a Zoomp e a Zapping, do estilista Renato Kherlakian, criou um grupo de gestão de marcas batizado de Identidade de Moda (I'M).

Mercado agitado em 2007

As aquisições e aberturas de capital

- O grupo HLDC, que comprou a Zoomp em 2006, adquiriu as grifes **Clube Chocolate, Fause Hatén, Cúmplice, Herchcovitch, Alexandre e Herchcovitch, Jeans**
- O fundo Artesia Gestão de Recursos comprou 85% da **Le Lis Blanc**
- O IIP PCP (Fundo de Investimentos em Participação PCP) adquiriu o controle da **Ellus**
- A Tarpun Investment Group comprou 25% do capital total e variante da **Arezzo**
- A **Richard's** adquiriu 50% do capital da **Salinas**, de moda praia
- A **Hering** foi para o Novo Mercado e captou R\$ 311 milhões
- A **Lojas Marisa** entrou na bolsa e captou R\$ 506 milhões

"Nossa idéia é criar um grupo com 10 a 12 marcas que atendem as classes A e B. Queremos ter daqui cerca de três anos um grupo que fature entre R\$ 600 milhões e R\$ 700 milhões para fazer um IPO", disse Vicente Mello, presidente do grupo I'M. Ele informou que investirá neste ano R\$ 12 milhões para abertura de novas lojas das grifes.

A Fause Hatén, que hoje tem uma unidade, deverá ganhar duas novas lojas. O estilista Alexandre Herchcovitch, que já responde pela criação da Zoomp, terá outras quatro. Os licenciamentos de Herchcovitch com a Tok Stock (varejista de decoração) e a Zélo (rede de cama, mesa e banho) não entraram no negócio.

Para a Cúmplice, que conta com lojas nos shoppings Iguatemi e Morumbi, em São Paulo, o projeto é criar uma rede de lojas com moda "fast-fashion". Na Clube Chocolate, boutique de alto padrão, Mello pretende abrir duas lojas, uma em São Paulo e outra no Rio. Esta grife, que pertencia ao grupo português Riopele, vem enfrentando problemas financeiros há algum tempo e em 2007 foi flagrada vendendo camisetas falsificadas da americana Abercrombie & Fitch.

Nos últimos 12 meses, a Clube Chocolate foi gerenciada pela consultoria Íntegra, contratada para sanear as finanças da grife. No início de 2007, o sócio da Íntegra Nelson de Sampaio Bastos explicou ao Valor que a Clube Chocolate vinha operando no vermelho e que a situação havia piorado.

A Zoomp também foi adquirida quando seu criador, o estilista Renato Kherlakian, enfrentava sérias dificuldades financeiras, com dívidas de cerca de R\$ 30 milhões. O valor e o formato do negócio tanto da Zoomp quanto das outras grifes recém-adquiridas não foram revelados.

O grupo HLCD também tem em seu portfólio a BenQ Mobile, fabricante de telefones celulares, adquirida em 2005 quando também enfrentava uma crise financeira. Para completar a carteira, Mello diz que o grupo I'M está analisando marcas de acessórios e de moda casual.

No ano passado, várias grifes foram sondadas por fundos de investimentos ou grupos empresariais. Entre elas estão Osklen, Richard's, Farm, o grupo Valdac (que possui as marcas Siberian e Crawford) e a Brookfield. Outras marcas também são estudadas como a Espaço Fashion, Fórum e até o Grupo Menegotti, dono da Colcci, da Sommer e da Carmelitas.