

GRUPO S2

Cantão®

redley

XUZ®

Kenner®
ORIGINAL

A S2 É UMA HOLDING QUE CONTROLA EMPRESAS DE GESTÃO DE MARCAS BRASILEIRAS DO SEGMENTO DE VESTUÁRIO, CALÇADOS E ACESSÓRIOS. SEU PORTIFÓLIO É COMPOSTO DE MARCAS CONSOLIDADAS HÁ DÉCADAS COMO CANTÃO, REDLEY, KENNER E, MAIS RECENTEMENTE, XUZ.

MISSÃO

Ser a mais forte empresa brasileira de criação e gestão de Marcas do segmento de moda e lifestyle, baseada numa sólida competência de desenvolvimento de produtos, inovação e sensibilidade no atendimento, criando uma relação afetiva duradoura com os consumidores.

Para alcançar esta Missão, a Holding S2 fundamenta os seus alicerces no desenvolvimento de gestão estratégica de marcas, através de distribuição nacional qualificada e de processos continuamente aperfeiçoados, executados pelo mais competente time de profissionais do mercado.

VALORES

Foco em Resultados
Inovação
Conhecimento
Pessoas
Meritocracia
Transparência
Integridade



MISSÃO REDLEY

Ser a marca de moda preferida do público jovem que se identifica com um estilo de vida saudável, esportivo, descontraído e valoriza a vida ao ar livre. Comprometida com uma proposta autêntica e inovadora, a Redley oferece produtos altamente desejáveis e uma experiência de compra diferenciada, gerando vínculos fortes com seus consumidores.



Esportes ao ar livre
Natureza
Simplicidade
Sofisticação
Descontração
Único
Despojado
Qualidade de vida
Confortável

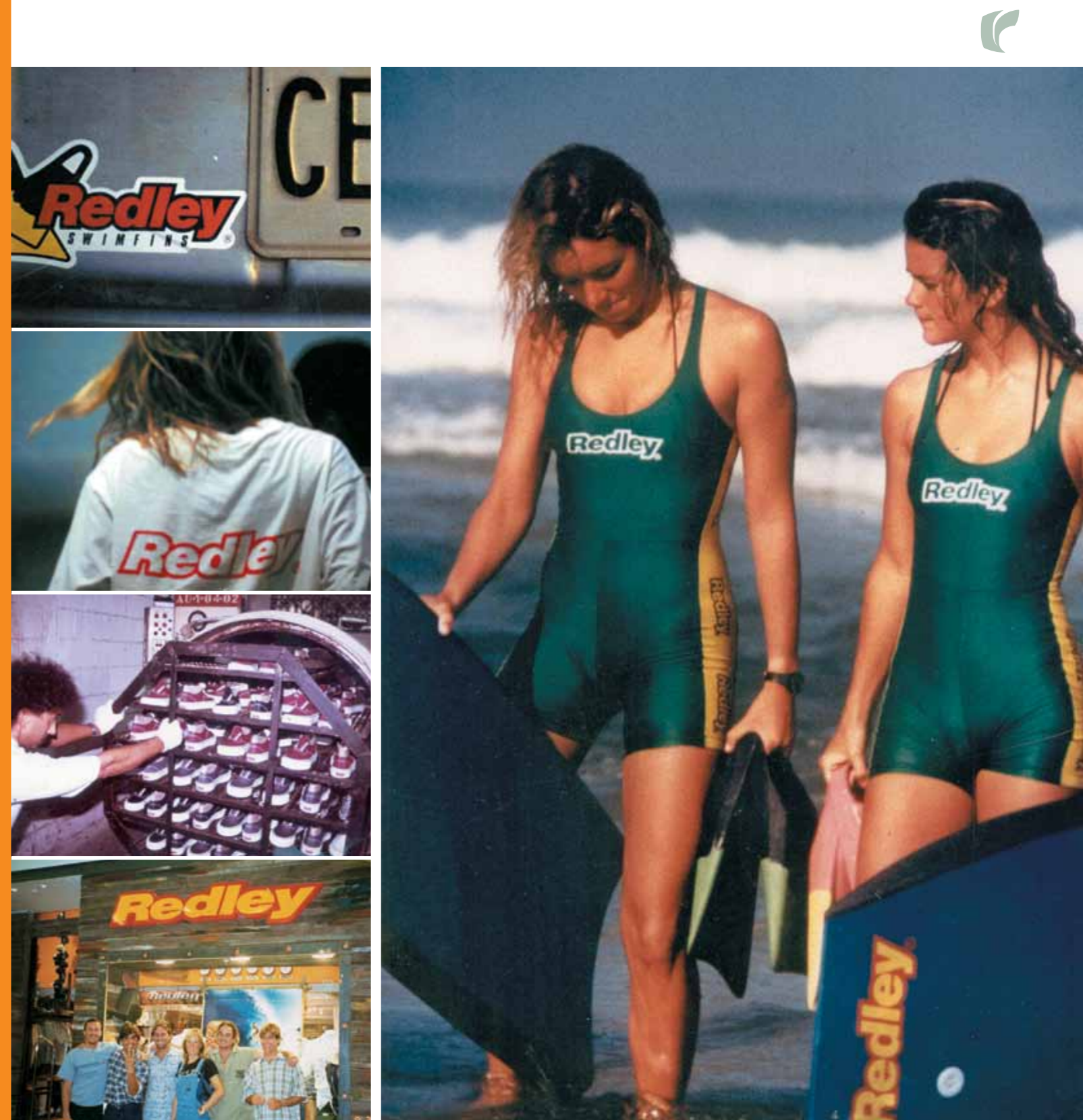


HISTÓRICO

Em 1985 nasce a Redley.
Genuinamente carioca, despojada,
com as praias e as montanhas como
jardim, fruto de sua inspiração.

Construiu neste cenário seus valores fundamentais na cultura de praia, no cross-over entre os esportes ao ar livre e a natureza, na multiplicidade de referências despojadas, divertidas e alegres que as cidades litorâneas trazem, redefinindo o estilo casual do homem e mulher cariocas, misturando muita leveza e simplicidade a toques sutis de um novo conceito de sofisticação: descontraído e único. Sua primeira vitória foi flagrada logo no início. A mensagem que a marca imprimia em suas linhas de produto, campanhas e lifestyle ganhou prestígio junto a um público formador de opinião, despojado, que prezava a qualidade de vida e descontração no dia a dia. O conforto e a estética das roupas e a atmosfera propostos pela marca ganharam prestígio junto aos jovens e novos adultos de todo Brasil. O potencial de crescimento para outros mercados foi evidenciado no início do ano 2000, quando a Redley apostou em showrooms e representações nacionais e internacionais. Hoje, a marca conta com 500 pontos de venda (multimarcas) em território nacional e em alguns países, dentre eles, França, Portugal, Itália e Alemanha.

Também no ano 2000, depois de muito esperada, a coleção feminina é lançada. A mulher Redley finalmente aporta em nossas lojas. Sempre com muito conforto e uma identidade singular, com shapes e detalhes únicos, trazendo um mix despretenso mas ao mesmo tempo clássico e livre em suas peças. A consagração da marca foi expressa com sua entrada no calendário de moda brasileiro, participando do Fashion Rio. Desde então, a marca se destaca como um dos 10 melhores desfiles – e mais disputados – do evento. Na véspera dos seus 25 anos, em 2009 a Redley aporta em São Paulo. A marca abraça a capital com lojas no Shopping Iguatemi e Shopping Market Place. Em 2010 a marca comemora 25 anos de sucesso, com abertura de novos canais de distribuição e atendimento: A loja online e o televendas.



**REDLEY
EM NÚMEROS**

Crescimento em vendas de

8,00%
ao ano em média

(nos últimos 3 anos)

Em média, compram mensalmente em cada uma de nossas lojas

1.200 clientes

Faturamento por linha:

**MASCULINO
60%**

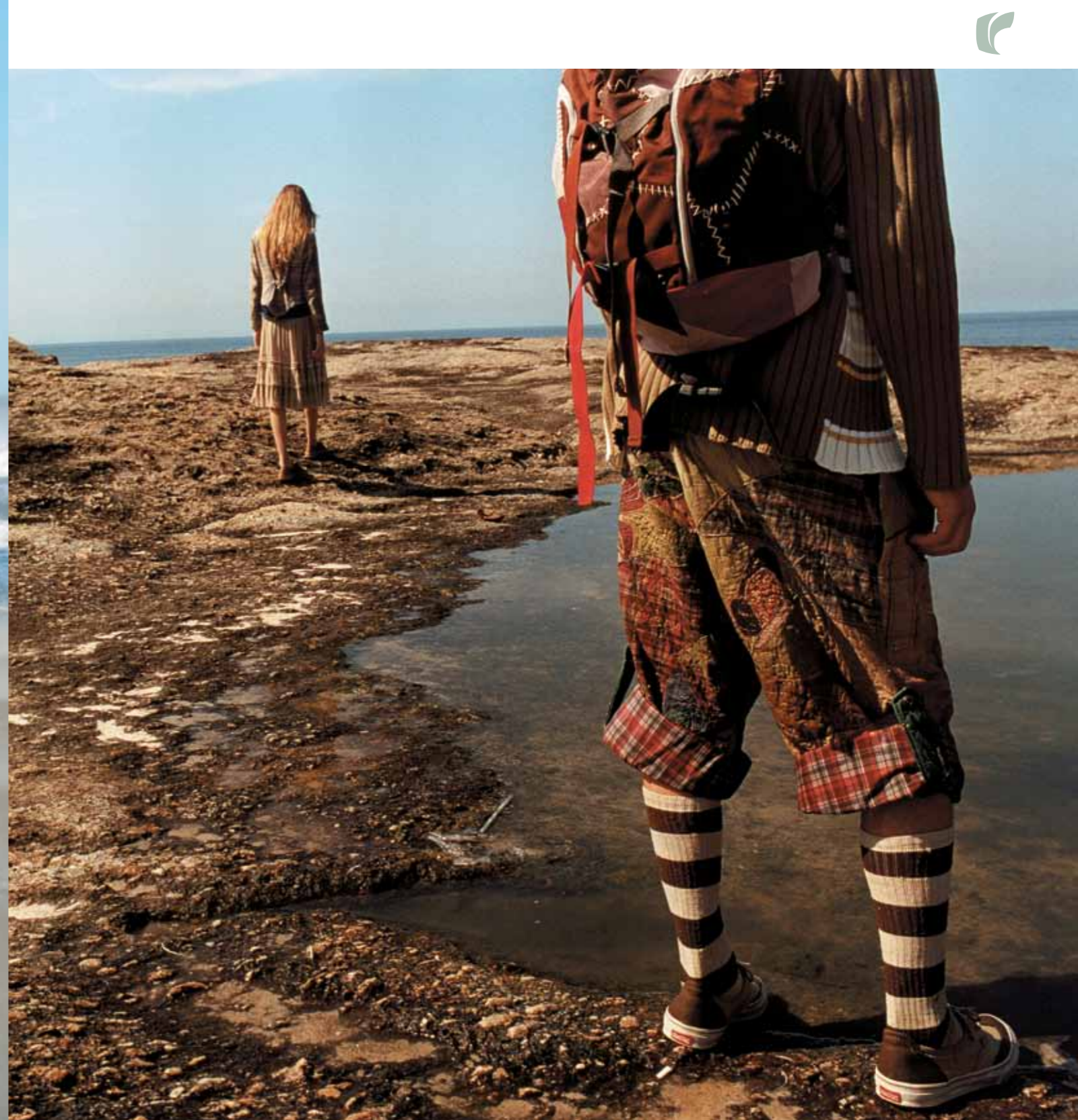
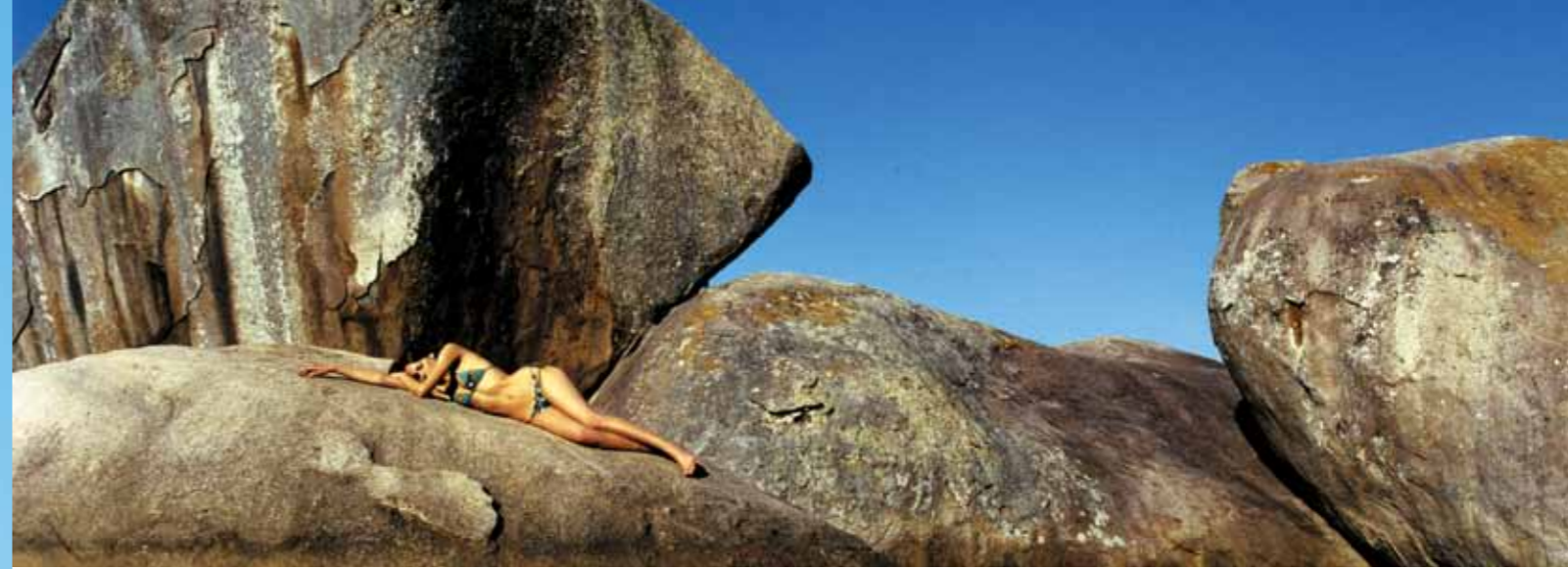
**FEMININO
40%**

LOJAS

19

MULTIMARCAS

550



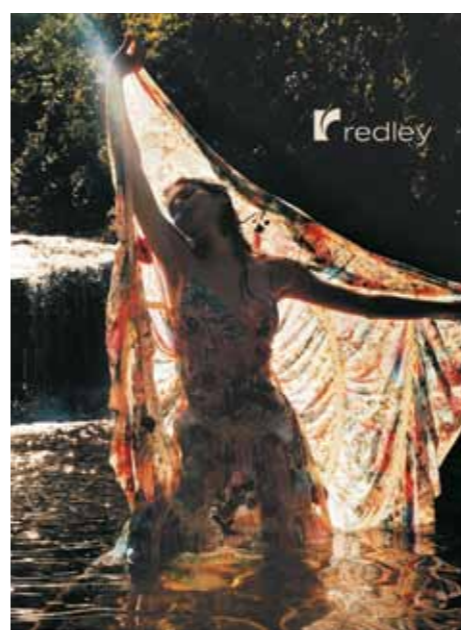
ALGUNS MOTIVOS PARA VOCÊ FAZER PARTE DESTA HISTÓRIA


- Know-how de mais de 25 anos de experiência em varejo de moda;
 - Marca bem posicionada e em plena ascensão;
 - Marca consolidada e pertencente a um dos principais Grupos de Varejo de Moda do Brasil que, também, detem as marcas Cantão, Xuz e Sandálias Kenner
 - Produtos de extrema qualidade, formulados com as melhores matérias-primas existentes no mercado;
 - Constantes inovações e lançamentos de produtos;
 - 3 coleções anuais: verão, alto-verão e inverno
- Portifólio com mais de 600 produtos por coleção
- Disponibilização de ferramentas e matrizes para gerenciamento da operação.





MARKETING DIFERENCIADO





Desenvolvimento de diversas parcerias que aumentam a visibilidade da marca e reforçam seu posicionamento.

MITSUBISHI

Carlos Burle idealizou, e com a parceria da Redley e da Mitsubishi Motors pode realizar um antigo sonho: juntar companheiros para uma grande reunião na praia. Foi realizado um campeonato onde mais importante que a performance era é a diversão. Um resgate do surf romântico e despretenso.

HOTEL PESTANA

A Redley foi convidada pelo Hotel Pestana a desenvolver peças exclusivas Pestana by Redley para serem comercializadas nos hotéis.

BRASTEMP

A Brastemp convidou a Redley a desenvolver uma estampa exclusiva para o frigobar Brastemp.

COCA ZERO

A Redley em parceria com a Coca – Cola lançou o produto Coca - Cola Zero. Foram distribuídos sampling nas lojas e no desfile, além de exposição nas vitrines.

SURFRIDER FOUNDATION

A Redley em parceria com a Surfrider, realizou um divertido processo de criatividade: dar forma ao lixo recolhido da areia , criando estampas para algumas das nossas t-shirts. Licenciadas pela surfrider, parte da venda das camisas foi revertida diretamente para a ONG da instituição. Outro projeto foi o evento Valeu Praia que teve como objetivo principal, sensibilizar a população para os problemas causados pelo lixo deixado nas areias das praias de todo o país. Cerca de mil pessoas participaram do evento em 11 pontos da orla carioca. Redley e Surfrider Foundation de mãos dadas em torno de uma causa: Proteção de praias, ondas e oceanos.



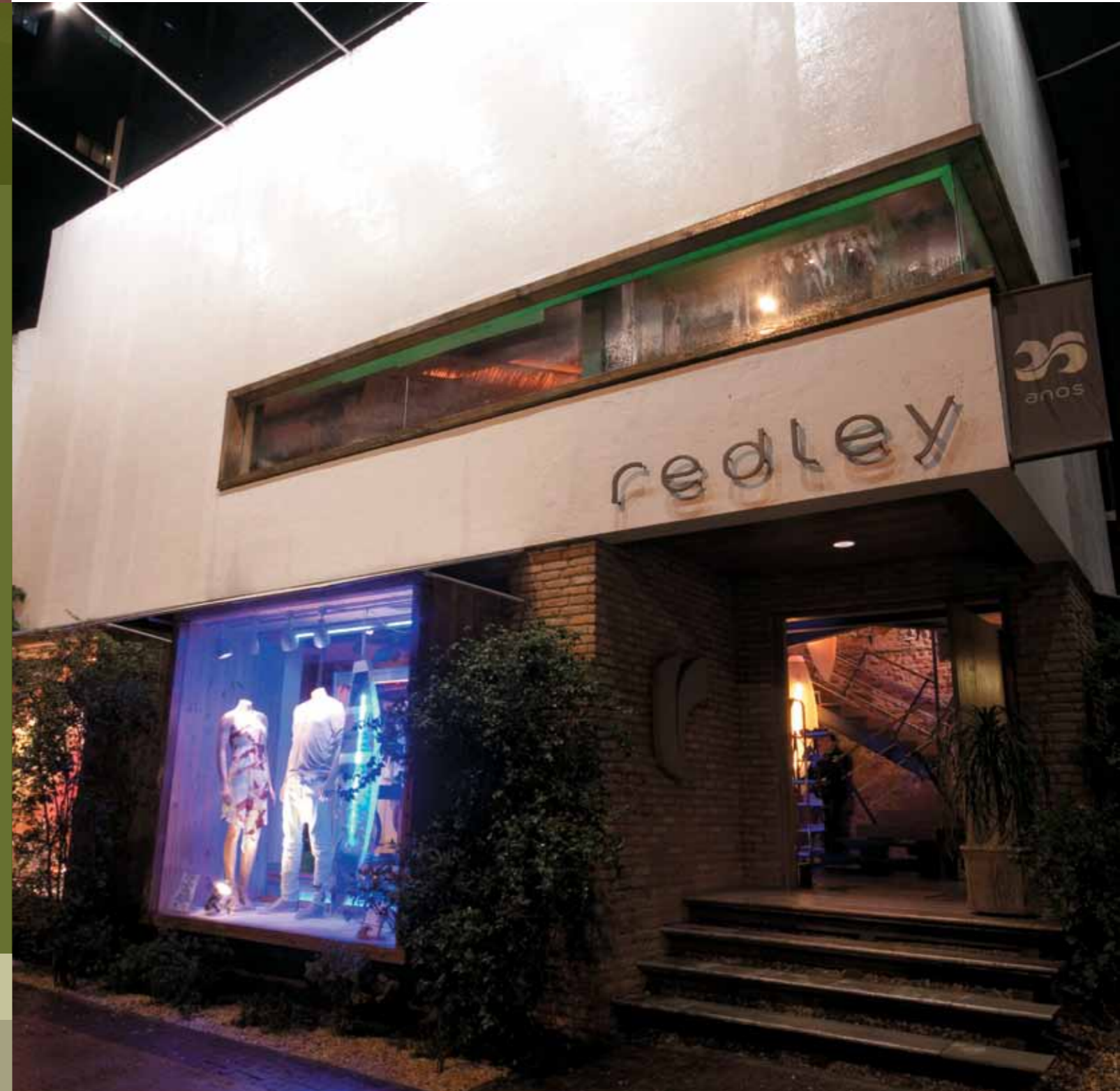
PRESENÇA NAS SEMANAS DE MODA DO RIO DE JANEIRO, FASHION RIO, NO VERÃO E INVERNO; CAMPANHA DE MÍDIA E DIVULGAÇÃO NACIONAL; ACESSORIA DE IMPRENSA NACIONAL; SHOWROOMS E CONVENÇÕES SEMESTRAIS; VITRINES MENSAS E PLANO PROMOCIONAL PREVENDO DATAS COMEMORATIVAS; SUPORTE PARA AÇÕES LOCAIS.





BENEFÍCIOS E SUPORTE

- Apoio na escolha e negociação do ponto comercial;
- Indicação de escritório de arquitetura homologado para a elaboração de projeto arquitetônico diferenciado;
- Treinamento inicial para a equipe de loja com capacitação em vendas, produtos e VM;
- Manuais do franqueado;
- Consultoria de Campo especializada
- Orientação, ferramentas e suporte na gestão do negócio;
- Atendimento exclusivo a serviço do franqueado;
- Sistema de Automação Comercial
- Calendário de ações de PDV;
- Suporte no Planejamento de Compras e adequação do portfólio de produtos para cada mercado-alvo



ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO

Tamanho Ideal
de Loja

100m² a 120m²

Projeto
Arquitetônico
Loja 100m²

R\$ 16 MIL*

Custo de Obra Civil

4.200,00/m²

Estoque Mínimo Inicial, a partir de: **R\$ 120 mil**

**MOBILIÁRIO
A PARTIR DE
R\$ 60 MIL**

**SISTEMA
R\$ 8 MIL**

TAXA DE ROYALTIES

3,5%

Calculada
sobre a Compra

TAXA DE FUNDO DE PROPAGANDA

2,0%

Calculada
sobre a Compra

Investimento Total aproximado
para uma loja de 100m² **R\$ 600 mil****

*os valores alteram de acordo com a metragem da loja.

** no valor discriminado não está incluso o custo do ponto comercial



FLUXO PRÉ-CONTRATAÇÃO FRANQUIAS

PREENCHER CADASTRO INICIAL

ANÁLISE DOS DADOS DO CANDIDATO

1ª ENTREVISTA DO CANDIDATO - APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO (DISTÂNCIA/EVENTO)

PREENCHER AVALIAÇÃO (TESTE) DE PERFIL

PREENCHER E ENVIAR QUESTIONÁRIOS E DOCUMENTOS

ANÁLISE DE TODAS AS INFORMAÇÕES E DOCUMENTOS COLETADOS

2ª ENTREVISTA DO CANDIDATO

ENTREGAR COF E FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO DE PONTO

ASSINAR PRÉ-CONTRATO DE FRANQUIA

PAGAR TAXA DE FRANQUIA

PLANEJAMENTO DA IMPLANTAÇÃO

