

CALÇADO

Marca Swear regressa pelas mãos do estilista António Augustus

Já foi a marca portuguesa de calçado com maior projecção internacional. Cativou as Spice Girls e os REM. Faliu há dois anos. Agora está de volta

Isabel Cristina Costa
iccosta@mediafin.pt

A marca de calçado Swear desapareceu do mercado há pouco mais de dois anos. Na altura era propriedade da Calzeus, empresa de Felgueiras, que acabou por falir. Recentemente, o BCP encontrou comprador para a marca, que, de visual novo – rompendo totalmente com o passado –, foi apresentada ontem à noite em Lisboa pelo estilista António Augustus, que é o seu novo criativo. Mas Augustus não quis revelar o nome do novo dono da marca. No sector, desconhece-se o rumo que levou a Swear e quem a adquiriu.

“Fui convidado para ser o designer da Swear, que agora se chama Swear by Augustus. Tenho um contrato (firmado recentemente), que passa pelo lançamento da marca em Portugal e no estrangeiro”, confirmou António Augustus. O estilista disse ainda que a nova Swear, para homem e para senhora, é mais moda, sofisticada, direccionada para os segmentos médio e médio-alto.

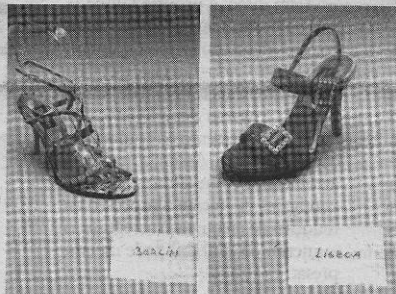
Como avançou, “para já, a marca será comercializada de Norte a Sul do País via canal multimarca. Mas quem sabe se no futuro próximo não serão abertas lojas monomarca, próprias e/ou em sistema de ‘franchising’, não só em Portugal como noutros países. Recordo-se que o nome da marca é muito conhecido em Inglaterra, na Alemanha, em Espanha, na Rússia e até no Japão”.

Sobre valores de vendas, “ainda é cedo para falar, porque ainda nem a meio estão”, explicou. Quanto à produção do calçado, o estilista frisou que “é tudo fabricado em Portugal”. A primeira colecção by Augustus é a da próxima Primavera/Verão 2008. Além do jantar de lançamento, ontem, a marca será divulgada através de publicidade em revistas de moda.

O facto de o desaparecimento da Swear não ter sido notado é porque

o mercado português pouco valia para a marca (cerca de 2%), apesar de ser tida, talvez, como o maior sucesso da indústria nacional de calçado, porque rompia com o tradicional modelo de negócio do sector. Em poucos anos, a partir da loja de Londres, em Covent Garden, e do negó-

cio via internet, chegou longe. O criador da Swear que calçou as Spice Girls e os REM, entre outros, José Neves, tinha construído uma verdadeira tribo virtual no “site” da marca. A Swear teve perto de 30 lojas, a esmagadora maioria em sistema de ‘franchising’, espalhadas pelo mundo real.



José Neves criou a Swear em 1994, de Felgueiras para o mundo. E acabou por mudar-se para Londres, o “berço” da tribo dos sapatos alternativos. É que na “web” não só fez negócio como construiu um imenso clube de fãs da marca. Facilmente chegou a destinos como Japão, Hong Kong, Islândia, Rússia, África do Sul e Egipto. Entre os famosos que calçou estão as Spice Girls, os REM, Cher e Marilyn Manson. A lista é longa e inclui até personagens de um dos episódios da Guerra das Estrelas.

€ 7,5
Milhões

Facturação da Swear. O preço médio por par de sapatos era 200 euros.

As solas altas e o “look” vanguardista já era

O calçado vanguardista, rebelde e “underground” de José Neves era fabricado não só na Calzeus, em Felgueiras, como na Coreia do Sul e no Vietname. E como era vista a Swear pelo seu jovem criador? “Mais do que um produto, é um conceito, uma filosofia de vida, uma cultura alternativa”, dizia.

José Neves, com 20 anos, abandonou uma licenciatura na Faculdade de Economia do Porto para se dedicar ao negócio do calçado, mas queria um projecto diferente.

O “bichinho” do calçado herdou da mãe, professora universitária, filha de um industrial do sector. Mãe, pai (também José Neves) e filho acabariam por constituir a Calzeus, que chegou a empregar meia centena de pessoas em Lagares (Felgueiras). Antes da Calzeus, José Neves, o pai, possuía uma “trading”, que colocava encomendas de marcas estrangeiras de calçado nas fábricas nacionais.

Além da fábrica Calzeus, a família Neves tinha mais três empresas. A Fashion Sell dedicava-se à gestão da loja de Londres, a Swear - Distribuição de Calçado era responsável pela colocação do produto nos pontos de venda e a Utilitas era uma empresa de desenvolvimento de software de gestão para a indústria de calçado, tendo como principal produto o programa ShoeGest.

O criador da Swear justificava o sucesso da marca com a gestão ponderada de dois factores-chave: um conceito inovador e uma estratégia de marketing adequada. E que a internacionalização da Swear devia assentar num conhecimento realista dos mercados.