

Feira

BIKE EXPOBRASIL

BIKE EXPOBRASIL



A **Bike Expo**
conquistou o
mercado

BIKE EXPO BRASIL

Não houve quem não ficasse - satisfatoriamente - surpreso e feliz com a 4ª edição do evento, que neste ano aconteceu no Centro de Exposições do Shopping Frei Caneca. O espaço foi totalmente tomado, apertado até diante do número de estandes e da movimentação dos visitantes durante três dias. Expo Bike se consolida no setor, reagitando em um único espaço bikes e bicipieces nacionais e internacionais

Foto: Hélaine Guarnieri e Marcelo Vinagre / Fotos: equipe Luma

Expositores e visitantes optam sobre a feira específica para as bikes. Alguns acreditam que o setor de duas rodas que compreende moto e bike deve ter feiras diferentes em datas e espaços distintos. Outros acreditam que moto e bike devem caminhar juntos numa mesma exposição, ocupando um mesmo espaço, pois as motos atraem consumidores e profissionais que falam simultaneamente com

o segmento de bike, e aproveitam para realizar negócios e trocar conhecimentos em ambos os campos. Em três dias de exposição no Shopping Frei Caneca, a 4ª edição da Expo Bike contou com mais de cem estandes, mais de 1.200 marcas de bikes representadas, revistas e um público que ultrapassou o número de 20 mil visitantes entre leigos, distribuidores, representantes, sendo aberta ao consumidor final em seu terceiro dia em horário reduzido.



Margarida de Oliveira
(organizadora)

"O evento obteve grande número de visitação, já experimentamos por isso um aumento do número de inscrições que entramos pela Internet, inclusive pela presença de profissionais de outros Estados. Não sobrou um metro quadrado a ser vendido. Estamos com ampla lista de espera para 2010. E a intenção é que o evento seja anual. Ainda não sabemos para onde vamos, estamos em acordo final, seria precipitado afirmar qualquer coisa. Foi realizado um trabalho muito grande pela organização através de mala direta e extenso mailing entre lojas e associações. Os expositores também distribuíram convites e a organização também agiu em cima disso. O sucesso



Eduardo Ramirez
(organizador)

"A meta para o Shopping Frei Caneca aconteceu em decorrência do próprio crescimento do número de expositores da feira. O início foi no ITM Expo e a metragem já não condizia com o projeto de crescimento. A ideia é de se expandir ainda mais. Estamos pesquisando o terreno adequado de um novo espaço, talvez ocupemos mais um andar do pavilhão. Em pesquisa com os expositores percebemos que muitos têm a intenção de aumentar



Paulo de Tarso
(organizador)

"Seu arquiteto e abandonou a carreira para criar o 'Sampa Bike's' que completa três anos. Trabalhou como arquiteto montando feiras projetando estandes, mas largou aquela vida estressante para trabalhar só com bike. Todo este trabalho de montagem,

desmontagem, ir atrás de expositores, era todo final de semana. Minha praia sempre foi as bikes, e meu sonho - montar uma feira como esta, só não imaginava ser um dos organizadores. A bike tem suas qualidades, como respeitar

Muitos expositores presentes estão verificando a viabilidade para participarem da próxima edição

Paulo de Tarso

a metragem de seu estande, e os que não expuseram desta vez, já manifestaram a vontade de participar na próxima edição. Aceito que o pessoal está optando pela Expo Bike por entender que não havia outra feira específica para o setor, a referência sempre foi o Salão das Duas Rodas, que já teve tempos melhores para as bikes. Esta é uma feira específica para negócios. Futuramente abriremos um horário maior para o consumidor final que é o fomentador de negócio. Mas, o foco ainda é atender principalmente o profissional que busca fazer negócios" ■

dele o evento não é apenas a simples venda de estandes - estamos gerando negócios. Nosso planejamento é realizar um evento fechado no que eles - expositores - precisam. Nosso foco é trabalhar ainda o Brasil inteiro de empresas onde há muito a crescer, são muitos prospects. Já estamos buscando muitas internacionais representadas no País. Estamos trabalhando com outros países e convidando a montar parceria com a organização da Feira de Taiwan. A feira foi visitada por países como Índia, Chile, Estados Unidos e outras partes do mundo" ■

o trânsito e não poluir. É uma academia a céu aberto, porém ainda é um veículo marginalizado, e que ainda paga IPTU, o que não acontece com o carro, moto, eletrodistribuição quando se fala em crise - o que deriva a discriminação como veículo. Temos cerca de 100 estandes e 1.200 marcas expondo. Nosso objetivo é ser uma loja para os lojistas, que vêm em busca de contato direto com as novidades do próximo ano, tendências, protótipos, ou seja, uma grande vitrine como a Inter Bike realizada há fora", concluiu ■



francês”, ressaltou Sorri e concluiu: “Estamos entrando com a linha prime no Brasil. Antes só havia o produto chinês”, concluiu.

MI. TUFF

Marcos Pessione

A Mister Tuff apresentou uma linha especial de metas, marca FIL, consideradas as melhores metas do mundo, feitas a partir de garrafas pet recicladas, que originou um tecido especial que absorve o suor, e dá o comprimento correto para melhorar a circulação sanguínea. “Importantes ferramentas de última geração, como o trenaquímetro, funcional nos quadros de carbono, que exigem muitas cuidados. Produtos como gel energético, à base de ácido salicílico, carboidrato e mineral. Canetas/bolhas, cujo o plástico não permite a contaminação e tem uma película interna térmica que conserva o líquido gelado por 12 horas, totalmente flexível e inquebrável. Bombas de escher pressas com calorizador, a mochila reforçada com porta ferramentas para guardar o kit”, explicou Pessione.

INEX

Edson de Castro

“O evento surpreendeu, acima de nossas expectativas. Trata-se de uma feira produtiva, lucrativa, com posto prático mesmo por comerciantes, lojas e mecânicos, além de novidades e tecnologia mais avançada para o desenvolvimento de uma bike mais durável, com preço mais acessível. É importante ressaltar que aqui se encontram bikes para todos os gostos e preços”, afirmou Eli. Lançamentos: Conjunto selado regular de 34.7mm, ponta quadrada com rolamento, pedaleira grossa de alumínio, pedais de alumínio com rolamento - Delta, e um kit para rolamento 6.200 e também o pedal e cubos novos. “Direto que este foi um ano muito bom. Lançamos cinco produtos diferentes, normalmente lançamos um produto por ano”, afirmou Eli.

IB-BLUE

Spe-Kalder

“Estamos com grande variedade de acessórios, como mini bombas, suportes de garrafas, novos modelos de placas, capilares, suporte de garrafas, etc. Somos importadores da marca Race-X, uma marca americana, da qual somos distribuidores exclusivos, e distribuidores para lojas de bicicleta e artigos esportivos”, explicou Igor.

“A Race-X trabalha com todos os tipos de clientes: do econômico, aos que querem produtos com mais recursos e tecnologia, peso e durabilidade”, afirmou Igor.

OX BIKE

João Cardoso dos Santos

O lançamento foi a nova linha de bikes com acessórios-quadros Red Nose. Apresentaram quadros, guidões, engrenagens selino e sapateiras. “Fizemos diversos lançamentos da marca Red Nose por termos adquirido recentemente a licença de uso da marca”, comentou Cardoso. “Aqui, atendemos empresas holandesas, chinesas e americanas, que vieram fortalecer ainda mais o evento. Criei que, para quem trabalha apenas com bikes, esta é a feira ideal”, afirmou Cardoso.

PREMIUM

Antonio Silva

As Câmaras Premium lançaram a Câmara Premium Top, com tampa especial. “Para o início de 2010 iremos disponibilizar o pneu Premium Street, produzido para o uso diário”, afirma Antonio Silva.

PROVATIVA

José Carlos Torres

Apresentaram as mochilas Treator, as pastilhas Suam energéticas, que restaura as forças ciclista quando em atividade ou mesmo atletas em academias. A recomendação, a pedalar, é ingerir a pastilha dissolvida em água ou simplesmente deixar derreter dentro da boca. Também se marcam Primitivo Top e a linha Dry Sac fizeram parte do estande.

PROJEMA

Roberto Marreiros

Trazeram cubos exagonais, com montagem especial. “Um cubo que embora seja novidade não mercedis, já tem um boa aceitação. As engrenagens com dentes, adaptadas, nas versões 40 e 48 dentes, exclusividade da Projema. E, resto, nossos produtos de linha como cubos de alumínio, que demora uma estilizada. Eixos, cubos de aço, coronas, movimento, centrals de direção, direção com trava, e produto exclusivo da Projema”, creditou.

PROSTOCK

Caio Tassin



é preciso tornar esta feira mais popular, juntar quem fabrica e quem monta. Ou seja, juntar todos os segmentos", analisou Marcos.

GTSMI

Juliana Almeida

"O consumidor final já conhece e pode determinar o produto pela marca. Procuram as mais conhecidas, de melhor qualidade. Claro que muitos ainda objetivam preço, ou seja, custo e benefício. Sabe que foram feitas muitas negociações, levando esta como uma feira de negócios", comentou Juliana.

MCARRARO

Ricardo Carraro

"É o primeiro Bike Expo que visita. Em comparação com o Salão da Duas Rodas, é mais interessante para o setor de bikes por ser bem focado no setor, com o objetivo de negócios. O público se dirige para aqui a exposição por pura curiosidade. Não estou expando porque queria conhecer, ver como esta feira se comporta", comentou Ricardo.

BRAYVOS

Marcos Roberto de Aguiar

De acordo com Marcos Aguiar, diversos produtos foram desmontados ao longo do ano. "Em 2010 entramos com produtos únicos no mercado brasileiro, com design especial, tecnologia e componentes novos. Credo que esta feira deveria ser no final do primeiro ou no começo do segundo semestre, quando dá para se fazer os lançamentos e as entregas em tempo hábil. Nesta data, dificulta as entregas as lojas que querem abastecer suas lojas de lançamentos", comentou Marcos Aguiar.

MEGACICLO

Isabelle Vitorino

"Somos de Fortaleza, não tivemos a oportunidade de participar do Salão das Duas

Rodas devido o 'Dia das Crianças', então viemos prestigiar o Expo. Acho que esta é o formato ideal de feira. Fortaleza é um lugar excelente para a comercialização de bikes devido o número de usuários, tanto para lazer como meio de transporte", disse Jocivandro.

LM BIKE

Henrique Ribeiro

"Esse ano reduzimos custos, revimos detalhes no plano de investimento, e nem dívida, nem com saldo positivo. Apesar de segurar-se as duas rodas, acho importante este evento manter o foco somente nas bikes. Se não tivermos para fazer uma feira única para este setor, afirmou Henrique.

ISAPA

Daniel Dantas

"Foi um evento importante e bem movimentado, mostrando a força do movimento. Por onde passou foi bastante questionado - porque a Isapa não está presente -, respondi a todos que até então estiveram no Salão Duas Rodas, mas que, se há uma tendência de separação entre moto e bike, e se esta feira trouxe o setor de bike, logicamente a tendência é de estarmos presentes neste Salão", ressaltou Daniel.

EXXIS

Marcos Ferreira Filho

"Cada setor deve ter seu evento. Temos que mostrar o que a bicicleta tem de bom, e que o setor ainda tem muito a crescer e se expandir, sem ficar atrás de nenhum outro tipo de veículo", afirmou Marcos Ferreira.

MASTER BIKE

Reginaldo Oliveira (Bordado)

"A feira apresentou uma grande diversificação em seus estandes e trouxe novidades que nos surpreenderam bastante.

Há quem goste tanto de bike quanto de moto, porém a porcentagem é pequena. O consumidor brasileiro está mais em seu conceito. Hoje está procurando qualidade. Ainda se preocupa com preço, porém quer mais qualidade quando se apresenta qualidade, o melhor não discute preço", opinou Henrique.

NACICLE

Fabiano Bioncato

"O evento foi bem movimentado, atendeu um público mais seletivo do setor, fugiu um pouco do distribuidor e abrangeu mais as lojas. Não acredito em parâmetro de feira de bike com o de moto. Aqui, a feira é mais voltada para o consumidor final. O Salão é mais para o distribuidor. As repêlicas de novidades, bem atendidas, lançamentos de produtos e atendimento ao cliente. Se todos vão ao Salão de motos, acabam se embaralhando com bikes, voltando às origens", explicou Bioncato.

ALIMON AZEVEDO

Representante

"Sem dúvida, esta foi uma feira de sucesso. Acho que deveria ser aberta ao consumidor final, que é um elemento importante. Acho que não deve haver separação de moto e bike, porque, juntos, os dois se atingem todo o público. Aqui, o visitado foi mais voltado para a linha top. Com que as duas rodas, tanto de uma como outra, foram muito mal elaboradas, no próximo do final do ano", afirmou Alim.

EX ALEX DAMI WANG

"Vim de Nímbá, perto de Yangai, no Chão. Estava presente em todas as feiras desde as duas rodas. Estive no Salão, na China e participei desta feira, que a mim, foi excelente. O mercado brasileiro se expandindo, fazendo com que a Ch



busque vendas parcerias com a América do Sul. Nosso interesse é entrar no mercado brasileiro. Já exportamos para países da Europa, África, Ásia, Chile, Colômbia, Argentina. A dificuldade que ainda encontramos é a falta de conhecimento do nosso povo em relação ao mercado brasileiro. Exportamos bicicletas completas e uma gama de bicicletas. Personalizamos de acordo com a marca das empresas. Presenciei que 70% das peças expostas aqui não feitas na China com marcas brasileiras", afirmou Alex Ianni.

47 DDL

Flávio Pinheiro

"Comparada com a feira do Anhembi, essa feira foi mais voltada para negócios. São quatro anos que essa feira ocorre de forma separada do produto moto, e os organizadores têm obtido sucesso. É um evento que deverá crescer no número de expositores. Eu já me candidatei para participar no próximo ano", argumentou Flávio.

48 RUBENS DONIZETI

Atleta

"Todo um compareço à Expo Bike. Acho um evento importante para conhecermos bem o mercado, o mundo das bikes, as bikes tops, equipamentos e acessórios, tanto profissionais quanto populares. Aqui encontramos variedade de atrações, modelos para atletas e ciclistas comuns", especificou Donizeti.

49 DANIEL CARNEIRO

Atleta

"De alguns anos para cá, as empresas estão apostando mais atletas e isso tem contribuído muito com o esporte. Outro benefício é o incentivo para que pessoas, iniciantes e atletas, pedalem mais. Estou ocorrendo no

círculo nacional e também fora do Brasil. As Olimpíadas de 2016 no Brasil tem para incentivar ainda mais o esporte de bike. Esta feira é a consolidação de marcas e esforços do segmento", disse Carneiro.

MARCOS AGUIAR - (COOTE)

Atleta

"Pode ver muitos produtos de fibra de carbono, alumínio e raio que impressionaram. A bike não tem muito a ver com a moto, apesar de algumas empresas lançarem produtos para os dois segmentos, como pneus, por exemplo. O público é diferente, a linguagem é outra. Aqui há um foco direcionado para o ciclista", afirmou Coloto.

50 LEONARDO TOSHIO E LEONARDO SILVESTRE

Atleta

Leonardo Toshio afirmou que sempre pedala na média de 15 quilômetros. Este é seu hobby e também meio de transporte. "A bike é a grande saída para o trânsito. O grande problema ainda é a falta de educação da grande maioria dos motoristas", ressaltou. Leonardo Silvestre disse que procura equipamentos de qualidade e também o melhor preço da marca que sabe ser boa, como a peça da Perleba. "Uma loja, em minha opinião, tem que ter boa atendimento, bom serviço de manutenção, como qualquer estabelecimento que presta serviços", ressaltou Silvestre.

LOJISTAS OPINAM

WG BIKE

Wilson Jr

"Sou de Leme, interior de São Paulo e fizemos boas negócios. Conhecemos gente nova e fizemos muitos lançamentos. A

organização foi perfeita, age nas sentidas a falta de grandes marcas. Novas lojas compram mais pelo modelo do que o preço, embora estejam atrás de custo benefício. Marcas nem tanto. Compram por indicação, e buscam produtos que adequados ao nicho", argumentou Wilson.

51 JG BIKE

Lula Henrique e Jairo

A JG Bike está há um ano e meio no mercado, no bairro de São Mateus, zona leste de São Paulo. "Estamos atrás de valores mais baixos, porém com qualidade para conseguirmos vender melhor. Acreditamos muitos produtos bons, como verificamos em lojas grandes e pequenas, no seja, a ocupação com a qualidade é uma técnica que vem crescendo", afirmou Lula Henrique. "Antes de abrir a loja, eu não conhecia a bike. Sou farmacêutico e o Lula técnico-ajudança do trabalho. Porém, quem cuida da bicicletaria é meu pai, que está no dia todo o suporte técnico", completou Jairo.

GILBERTO BIKE

Gilberto Costa

"Acredito que o mercado de São Paulo precisa de um filho exclusivo. É um segmento muito forte com tendência a se expandir. Gostamos muito com essa feira. O setor de bike, que também possui novidades ano a ano, no mundo inteiro, também de mostrar estes lançamentos e tendências em um salão exclusivo", disse.

TOP BIKE

Carlos Igório, Luciano Martins e Felipe Sérgio

"Vimos para conhecer as novidades dessa feira e nos deparamos com muitas marcas diferentes. Foi um crescimento rápido entre uma edição e outra. Somos da Top Bike, Sorocaba, bairro da zona norte de São Paulo, e mantemos uma equipe de atletas carentes, membros de elite. Um garanhão com muita força de vontade. Estamos em busca de apoio para manter equipe e divulgar esses atletas", disse Carlos.

52 BIKE CENTER

Arthur Mendes

"Estamos localizados em Carpinópolis próximo a Recife. A feira está excelente



conseguimos fazer muitos contatos, o que nos surpreendeu bastante. O cliente, no mercado nordestino, está interessado em custo-benefício. Busca produto barato, com durabilidade, além de marcas de confiança. Queremos que o cliente não revolta no preço e volte constantemente - fidelização. A China ainda atrai o mercado nacional por ingenuidade das empresas brasileiras. Elas têm que investir mais em marketing e no visual da marca. Os produtos chineses vêm com preço baixo e um visual melhor, porém de qualidade duvidosa", afirmou Arthur.

22 CICLO MOBILIS

Alexandre Longhini

"Estamos localizados na zona leste de São Paulo, no Haim Paulista, e viemos para nos integrar com os representantes e fabricantes de setor, e nos fortalecer no mercado. É um evento que fortalece também a relação entre lojas e fabricantes e deveria ser mais aberto ao público, atraindo assim mais pessoas para a prática do ciclismo. O consumidor procura custo x benefício. Busca peças de boa qualidade, e preço, é lógico", disse Alexandre.

23 CHRIS CYCLE

Arthur Maciel

"Descobrimos através de um evento como este que todo-tipo de mercadoria, seja varejo ou no atacado, encontra público. Trabalha

com clientes mais populares, que objetivam mais preço à qualidade", exemplificou e completou, "a feira está uma maravilha, e isso só mostra que tem que separar a moto da bike, pois o Salão das duas Rodas era 90% moto, bike quase ninguém viu".

24 ARCO E FLECHA

Augusto Camarões e Alexandre Palmieri

"Nossa loja é no bairro da Lapa, São Paulo. Independentemente se o mercado chinês avança ou não o mercado brasileiro, 95% do que vendemos são produtos chineses. Então, não tem como o lojista ficar com medo. Pode ser que o cliente às vezes saiba que o produto é fabricado na China e pode ficar com 'pi atrás' por falta de conhecimento. São poucos os consumidores que ficam procurando saber onde o produto é fabricado. Se conhece a marca, o consumidor não se preocupa", informou Camarões. "Clientes que procuram apenas preço são a maioria. Produtos de baixo custo geralmente são importados, ainda mais em um mercado onde o produto nacional tem poucas opções. Uma loja tem que ter tudo que o cliente quer comprar. Desde os produtos top até os mais baratos. O grande marketing de uma loja é o padrão de atendimento e o serviço prestado", explicou Palmieri.

25 VÉLU PLÁST-CAR SERVICE

Ricardo Rodrigues e Luciano Ribeiro

"Em virtude de trabalharmos em um ramo especializado em off road, temos um público que gosta de aventura. Apesar de criarmos um departamento para essa linha, com bikes específicas. Nossa loja não no Rio de Janeiro e queremos atingir um público específico, que busca algo diferente", disse Ricardo. Segundo Luciano, agora que o Rio receberá as Olimpíadas, o mercado de bikes, principalmente de bikes elétricas, deverá crescer muito. "Acho importante incentivar, explorar mais o setor de bikes para transporte, embora o clima no Brasil, da região Sudeste para cima, não facilite por ser seco e quente. É preciso investir mais em ciclovias. Esta é uma saída para qualquer região do País", afirmou.

26 BJJ DE AZEVEDO

Ricardo Azevedo

"Estamos localizados em Manaus e temos mais de 30 anos com quatro lojas, de moto e varejo. Possuímos clientes que buscam preço e os que buscam qualidade. Faz importações procurando conhecer o hábito de melhor. O que há de lançamento brasileiro temos. Para ter um bom tempo no Amazonas é preciso ter visão, paciência e capital de giro", descreveu Azevedo. "O que nos diferencia foi a subida do dólar. Quem tinha condições para pagarmos altas de preço, pagou. Quem não tem condições, e muito, hoje temos produtos que não conseguimos ter preço, mesmo as pedivelas. Então sem preço. Com a alta do dólar não dá para pagar", explicou.

27 A CICLISTA

Clayton Mendes

"Somos de Manaus. No momento que fechamos a importação o preço caiu, porém o dólar estava mais baixo. Veio a crise mundial e ficamos sem pr. Acabamos ficando com muita mercadoria parada e sem giro de mercado. No mercado a régua não é tão grande como em outros lugares. Lá o custo de bicicleta é bem menor do que aqui que dificulta a venda das bikes montadas de muitas bicicletas", afirmou Clayton.

28 SPRINT BIKE

Thiago Thomas e Jurandir Bastiani

"Temos loja em Indaiatuba, São Paulo. Trabalhamos com produtos nacionais e importa sempre ligados à qualidade e não ao preço. Procuramos diferenciar na qualidade, no atendimento e no pós-venda", disse Thiago. "Nossos clientes não buscam sempre preço. Querem bom atendimento, qualidade e também o visual do produto, a de uma boa vitrine. Tudo somado é muito. Se o produto chamar atenção, também terá boa venda. É importante um olho no atendimento, na qualidade, fidelização", complementou Jurandir. www.bikeclubpbrazil.com.br

Flash



Flash

