Vai começar...

A maior feira do setor de bicicletas, Bike Expo Brasil 2011, receberá em São Paulo, no pavilhão amarelo da Expo Center Norte, cerca de 120 expositores. Serão mais de 400 marcas representadas, trazendo todas as novidades em bicicletas, equipamentos, vestuários, peças, acessórios, nutrição e mídia especializada.

Milhares de visitantes prestigiarão o evento, nos dias 16 a 18 de outubro. A loja dos lojistas, como são chamadas as feiras, reúne principalmente empresários e administradores das bicicletarias, e atraem atletas, demais profissionais do setor e entusiastas que defendem a causa da bike. É o lugar ideal para quem busca conhecer as novidades e lançamentos das empresas do setor.

Outros atrativos, como o Demo Day, realizado dia 15 de outubro na Fazenda SerrAzul, em Itupeva, São Paulo e as palestras que acontecerão durante a feira, são motivos a mais para apreciar este importante evento em prol da bicicleta.

Uma feira brasileira
exclusiva ao setor de bicicletas

Álvaro Perazzoli

A importância da feira para o mercado e o porquê ela deve ser aberta também ao consumidor final

A Bike Expo Brasil tornou-se o maior evento da América Latina totalmente voltado ao segmento de bicicletas. A feira especializada ocorrerá em São Paulo entre os dias 16 a 18 de outubro e está no sexto ano com mais de 100 expositores.

É um evento esperado por importadores, distribuidores, jornalistas e lojistas do segmento, pelas oportunidades de negócios, novidades e a possibilidade do encontro com clientes pessoalmente.

Mas nem sempre foi assim. Anteriormente as *bikes* eram expostas em feiras não especializadas, quando não em pequenos espaços de eventos mais abrangentes, como por exemplo a feira Internacional dos Esportes, popularmente conhecida como "Feira do Pelé", que ocorreu em 1996. A Adventure Sports Fair veio em seguida e foi outro local onde alguns distribuidores e importadores expuseram pela primeira vez seus produtos e posteriormente o Salão das 2 Rodas.

Luís Carlos Arsilo, gerente da importadora e distribuidora Calypso, conta que sua empresa está no mercado há quase 17 anos e acompanhou todas as transformações desta época. "Uma feira exclusiva de bicicletas é de total importância. Hoje temos várias marcas e os lançamentos estão sendo bem globalizados. O que é lançado lá fora chega rapidamente aqui".

"O Salão das 2 Rodas não tinha foco para bicicleta e ela ficava meio de lado, pois o mercado de motocicletas é muito maior do que o nosso. A Bike Expo Brasil veio para melhorar muito o nosso setor e colocar em evidência as nossas marcas", declara Luís.

Arnaldo Farias, o "Professor Arnaldo", fala que este é um local onde todos sabem que poderão encontrar as novidades e lançamentos em um único espaço, além de poder fazer negócios e encontrar boas oportunidades. "Ela dá o devido valor deste segmento para todas as áreas envolvidas. Apresenta o que há de melhor e acessível ao brasileiro e o público da América Latina", fala o professor.

Luís Carlos Arsilo conta que a feira está caminhando para uma profissionalização cada vez maior. "Ela é um exemplo, pois é bem interessante e bem montada. A montagem é padronizada para não haver *stands* arquitetônicos, isso deixa todo mundo igual".

Feira exclusiva aos negócios

Nesse aspecto as opiniões se dividem, pois não é uma feira aberta diretamente ao público como o Salão do Automóvel, Salão das 2 Rodas e demais eventos grandes destinados a cada setor.

João Paulo Labeda é *biker* entusiasta e visitou a feira pela primeira vez no ano passado. "Gostei de visitar por ter várias marcas e modelos em um mesmo local. Achei interessante devido ao fato de poder comparar determinados produtos pessoalmente, mas achei que faltou maior interação com o consumidor final".

Durantes os três dias de exposição, dois são totalmente destinados a profissionais do mercado e o último dia aberto ao público mediante a apresentação de um convite emitido por alguma empresa ligada a área de bicicletas com o número do CNPJ e Razão Social devidamente carimbados.

A grande maioria dos expositores concorda com o fato da feira ser fechada, pois como a feira é voltada para os negócios, o filtro de visitantes possibilita uma maior tranquilidade no atendimento de lojistas e clientes. "É uma feira de negócios e feira de negócios tem que ter um público restrito, mas um dos dias deve ser dedicado ao público geral, pois isto também ajuda na divulgação", diz Professor Arnaldo.

Odir Züge Junior, ciclista e professor de direito empresarial, fala que a abertura ao público permite que novos produtos sejam vistos e procurados no mercado. "Sendo apenas uma feira de negócios, a publicidade fica restrita aos comerciantes. O consumidor iniciante não tem ideia do que o mercado pode lhe oferecer. A Bike Expo Brasil pode ser uma grande vitrine, como é, por exemplo, o Salão do Automóvel. Isso não impede que os expositores fechem negócios com os lojistas, mas aproveita-se o evento para expor ao público o que o mercado pode oferecer e prepara-o para a compra", explana Odir.

Abram as portas por favor

A necessidade de um convite com CNPJ torna a visita do público final burocrática e acaba tendo apenas a presença de quem está ligado ao setor. Uma grande parcela dos consumidores finais de bicicletas conhece

apenas os produtos populares das lojas de departamento e de bairro.

"O consumidor final hoje em dia está muito antenado devido a *internet* e revistas, então é necessário um evento desses para eles verem que o Brasil não está para trás em relação aos demais países", explica Luís Carlos Arsilo.

É mais do que necessário que esse público tenha acesso a um espaço como esse para perceber que bicicleta é muito mais do que um produto pesado com cores berrantes, adesivos mal colados, freios de plásticos e design de quase três décadas: realidade esta da maioria dos modelos populares presentes nas lojas de departamento e de maior conhecimento do consumidor não especializado.

A bicicleta está com uma tecnologia que na maioria dos casos supera o automóvel. O consumidor em potencial que não tem uma ligação com o setor ou que não acompanha mídias especializadas não tem conhecimento disso. Por este motivo a presença desse público é vital e tão importante quanto o lojista e o cliente, pois é ele que consome, movimenta o setor e é capaz de expandir as vendas.

A ideia de uma feira fechada é um pensamento minimalista e retrógrado. O mercado especializado representa apenas míseros 1% do consumo total de bicicletas no Brasil e continuará nessa estatística se essa visão não for mudada pelos organizadores.

"Como é uma feira voltada aos negócios, nada mais justo que os lojistas terem a preferência. Mas o público também é importante, pois no final é ele que fará a escolha do que adquirir", finaliza o ciclista João Paulo Labeda.

É necessário demanda e consumo das pessoas que atualmente não têm ligação nenhuma com o setor. Para isso as portas precisam ser abertas para que o conhecimento crie desejo e o desejo crie consumo que se reverta em vendas e maior demanda de produtos.

"A abertura ao público permite ver novos produtos e procurá-los no mercado. Sendo uma feira somente de negócios, a publicidade fica restrita aos comerciantes. Havendo a publicidade comum, os consumidores finais tomam conhecimento da existência dos produtos e os procuram nas lojas", analisa Odir.

Um expositor tem um alto investimento anual na contratação de *stands*, logística, mão-de-obra, decoração e planejamento do seu espaço. Ter um ou dois dias de feira aberta para quem pagar um ingresso, como as demais feiras, dá espaço ao entretenimento e a uma circulação maior de pessoas. Isso consequentemente é o que atrai a mídia aberta, que é a maior responsável pela expansão das informações do setor.