

RICHARDS

O MERCADO

A Richards nasceu em Ipanema, um dos bairros mais famosos do Rio de Janeiro, em 1974. Era uma época romântica. Seus idealizadores sonhavam em construir uma atmosfera em suas lojas que afastasse as pessoas da correria do dia-a-dia e as conduzisse a um mundo de sensações, admiração e romance. Queria se diferenciar em um mercado de roupas cada vez mais saturado, oferecendo produtos e serviços ricos em emoções.

Fizeram das lojas um oásis, pequeno espaço onde se poderia fazer uma pausa, ouvir uma música e refletir sobre as questões pessoais, diante de roupas penduradas e desorganizadas como nos antigos armazéns. Pretendiam vender emoção e não qualidades objetivas focalizadas em roupas. Achavam que as pessoas fariam escolhas baseadas em produtos que combinassem com seu estilo de vida e que representassem uma experiência desejável.

CONQUISTAS

Há 30 anos a Richards lançou o conceito de roupa associada a um estilo de vida no Brasil. Um estilo original, baseado numa filosofia de vida aventureira, informal e requintada. Hoje a Richards



está presente em 31 cidades e balneários do Brasil, com 38 lojas próprias, incluindo 7 lojas com a linha feminina e 10 franquias. Além de atuar em 178 cidades com lojas multi-marcas.

Em 2003, a Richards inaugurou sua loja virtual possibilitando o atendimento em horário integral aos seus clientes em todo o Brasil. Como primeiro passo para internacionalização, em 2004 abriu sua primeira loja na Quinta do Lago – Algarve, Portugal.

A marca já conquistou os principais prêmios de moda do Brasil e, em 2005, foi considerada a melhor loja masculina pela Alshop (associação dos lojistas de Shoppings Centers).

HISTÓRIA

Rio de Janeiro, 1961. Em um paraíso adolescente onde o ócio consentido marcava toda uma geração, Ricardo Dias da Cruz Ferreira, craque nos prazeres da praia, surfe e caça

submarina, era exceção. Aos 16 anos, porque a mesada andava curta, encarou sua primeira aventura adulta: criar cintos artesanais para vender nas lojas mais exclusivas de Ipanema. Deu certo. Dois anos depois, conseguiu seu primeiro grande sucesso no mundo da moda: T-Shirts com as frases pop dos buttons tão comuns nos anos 60, estampadas em silkscreen.

No início dos anos 70, em Londres, em uma loja que vendia roupas usadas, encontrou o estilo que sempre sonhou usar. Com aquela roupa no corpo e uma idéia na cabeça, em 1974, Ricardo abriu sua primeira Richards e diversificou: além dos jeans desbotados revolucionou o mercado com o estilo desestruturado. Sem nunca ter usado terno na vida, preferindo uma roupa mais livre, casual, fácil de usar, sempre elegante, Ricardo fez do seu próprio estilo de vida sua marca.

PRODUTO

A Richards não se considera um negócio de roupas servindo gente, e sim um negócio de gente servindo roupas. Ciente que seus clientes não valorizam benefícios isolados, oferecidos por produtos, sabe que precisa oferecer muito mais do que roupas, deve oferecer sonhos e emoções em seus produtos e lojas.

Entende que a roupa nunca será mais importante que as pessoas. Por isso evita usar logos e marcas externas em seus produtos. Qualidade e conforto sempre foram compromissos, e um dos maiores inimigos destes compromissos é a produção em massa. Por isso produz 12 coleções por ano com edições limitadas de produtos.

EVOLUÇÕES RECENTES

Em 2000, a sede da empresa foi transferida para um loft de 4000 m² no Rio de Janeiro. Um ambiente inspirador, alegre, de prazer, claro e iluminado por luz natural para toda a equipe de designers, estilistas, modelistas, engenheiros e administradores, onde se cria de tudo – displays, catálogos, lojas, produtos e serviços.

Durante 29 anos serviu somente ao mercado masculino e em novembro de 2003 abriu a primeira loja Richards Feminina em Ipanema. Em dezembro do ano seguinte foi inaugurada a sétima Richards Feminina.

COMUNICAÇÃO

Na Richards acredita-se que o fator essencial da longevidade da marca é ser focada nos seus clientes, no pessoal e nos poucos parceiros comerciais. A empresa ficou conhecida no Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e outras cidades brasileiras pelo “boca a boca”. Nunca investiu muito em publicidade, preferindo investir em pessoal e nas lojas. Seu proprietário acredita que publicidade pode ajudar a construir marcas, mas



autenticidade é o que as faz durar. Se as pessoas acreditam que compartilham valores com a empresa, permanecerão leais a ela.

A marca é divulgada por meio das atitudes em suas lojas e catálogos distribuídos para os seus mais de 200 mil clientes ativos. Apóia e divulga ações associadas ao seu estilo de vida: exposições de aventura;



sugestões de roteiros de viagens

em locais exóticos, de bicicleta, trekking, rafting, todos selecionados e experimentados por sua equipe, além de apoio a eventos náuticos.

VALORES DA MARCA

Em 1982, Ricardo Ferreira, fundador e presidente da Richards, iniciou suas viagens pelo mundo em um veleiro, onde tem sempre como companheiros sua bicicleta dobrável, mochila e um par de tênis. Desta forma, velejando, conheceu o Mediterrâneo e suas ilhas, parte da costa da África, todo o Caribe, a costa leste Americana, América Central, Baja Califórnia, Nova Zelândia e o Brasil. Até hoje, com sua família e amigos, mantém esta rotina que o emociona e o enche de prazer.

Ao ancorar, procura conhecer o lugar sempre de bicicleta ou a pé.

Acredita que a vida pode ser uma aventura original, emocionante, cheia de mistérios e prazeres. Seu gosto por descobertas e mudanças, desvios e aventuras o faz definir seu negócio, como um jeito de se levar a vida. Uma forma de viver guiada por valores e não regras.

Ricardo quer trabalhar com pessoas que não conseguem distinguir o prazer do trabalho, que amam o que fazem e por este motivo é tão importante que se identifiquem com a sua essência, seus princípios. Busca pessoas excelentes, dando-lhes liberdade para comemorar suas paixões e habilidades para cumprir seu trabalho direito, dividindo responsabilidade e lucro.

Para ele a missão de sua equipe é oferecer prazer, e só obterão sucesso, só criarão este valor, se vivenciarem e sentirem de fato o que é isso.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE RICHARDS

- Ricardo Ferreira foi um dos primeiros surfistas do Brasil na década de 60, no Arpoador, e também campeão Mundial de Caça Submarina, em 1975. Com seu veleiro cruza ainda hoje os oceanos.
- Entre os colaboradores da equipe, há praticantes de surfe, vôo livre, vela e campeões de jiu jitsu.
- A marca Khaki, sinônimo de aventura, é registrada no Brasil pela Richards desde 1980.
- A Richards apóia e torce pelo veleiro Brasil 1 (primeiro barco brasileiro a disputar a principal regata Volta ao Mundo) e fornece os uniformes da equipe.

