Melissa + Jean Paul Gaultier

Grendene®

Reunião APIMEC

Março 2010

Aviso

Essa apresentação contém declarações que podem representar expectativas sobre eventos ou resultados futuros. Essas declarações estão baseadas em certas suposições e análises feitas pela Companhia de acordo com sua experiência, com o ambiente econômico e nas condições de mercado e nos desenvolvimentos futuros esperados, muitos dos quais estão além do controle da Companhia. Fatores importantes que podem levar a diferenças significativas entre os resultados reais e as declarações de expectativas sobre eventos ou resultados futuros, incluindo a estratégia de negócios da Companhia, condições econômicas brasileira e internacional, tecnologia, estratégia financeira, desenvolvimento da indústria de calçados, condições do mercado financeiro, incerteza a respeito dos resultados de suas operações futuras, plano, objetivos, expectativas e intenções, e outros fatores. Como resultado desses fatores, os resultados reais da Companhia podem diferir significativamente daqueles indicados ou implícitos nas Declarações de Expectativas sobre Eventos ou Resultados Futuros.

Agenda

Histórico da Companhia
Destaques
Estrutura
Instalações
Processos de produção
Setor de calçados
Estratégia
Produtos
Resultados
Perspectivas

Histórico

Anos 70
❖ A Grendene foi fundada em Farroupilha, no Rio Grande do Sul. A primeira linha de produtos foi de embalagens plásticas para garrafões de vinho.
❖ Início da fabricação de peças para máquinas e implementos agrícolas, e, de componentes para calçados (solados e saltos).
❖ Lançou a coleção de sandálias com a Marca Melissa.
❖ Início das exportações da Grendene.

O princípio de tudo...

Histórico

Melissa Aranha

Anos 80
❖ Inauguração da matrizaria em Carlos Barbosa, no Rio Grande do Sul.
❖ Casamento de sucesso da Melissa com os grandes designers: Jean-Paul Gaultier, Thierry Mugler, Jacqueline Jacobson e Elisabeth De Seneville.
❖ Lançamento das sandálias Rider direcionadas para o público masculino.

Histórico

Anos 90
❖ Inauguração das unidades de Fortaleza, Sobral e Crato, no Ceará.
❖ Lançamento da marca Grendha, direcionada para o público feminino.
❖ É criada uma divisão para cuidar do reposicionamento da marca Melissa.

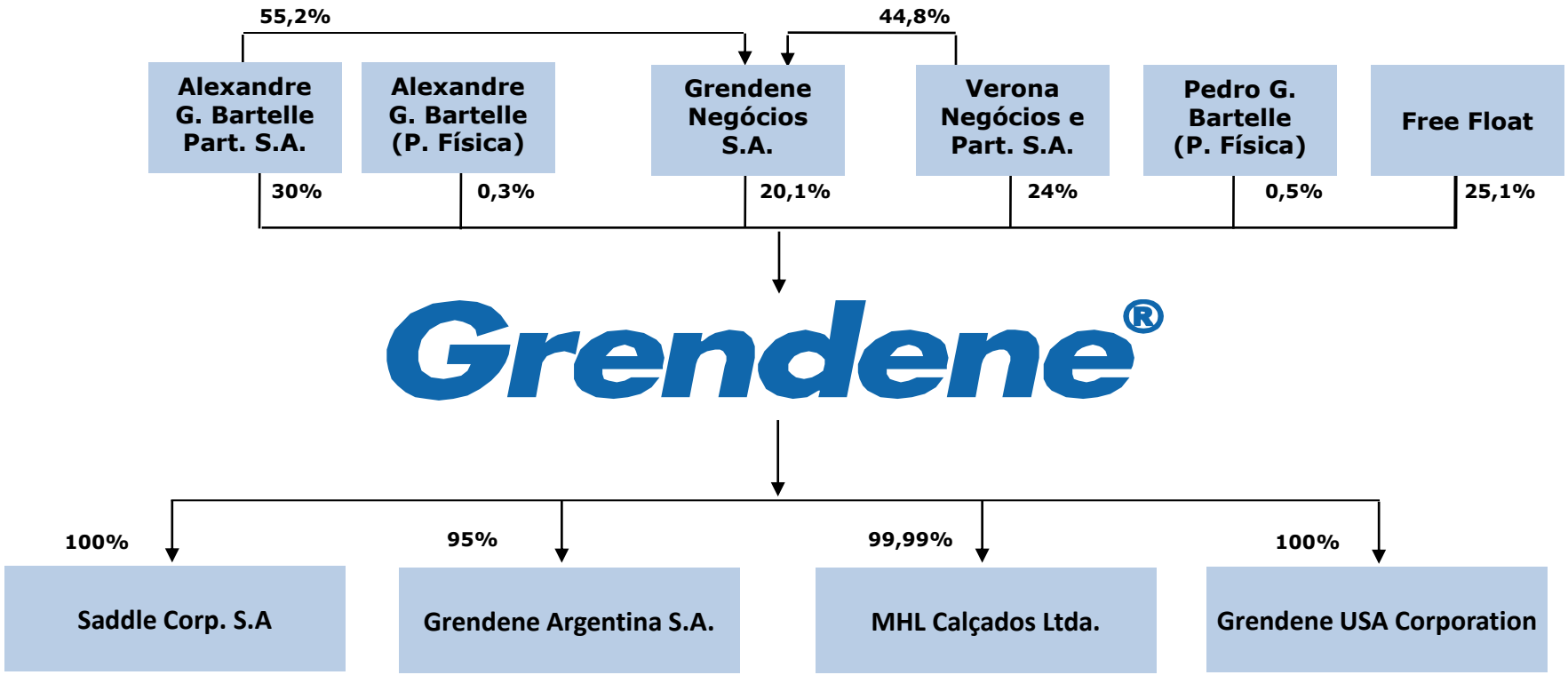
Histórico

Anos 2000	
❖ Lançamento da marca Ipanema e firmada parceira com a top model Gisele Bündchen.	❖ Abertura do capital Grendene, que passou a ter ações ordinárias negociadas (“GRND3”) no Novo Mercado da Bovespa.
❖ Inauguração da Galeria Melissa em São Paulo.	❖ Inauguração da unidade de Teixeira de Freitas, na Bahia.
❖ Política de dividendos – pagamentos com base nos resultados trimestrais a partir de 2009.	❖ Depois de trinta anos fazendo história como acessório de moda, a Melissa surpreende e lança o perfume da marca para celebrar a data.
❖ Lançamento das marcas Ilhabela, Zaxy, Ipanema RJ e Cartago.	❖ Reposicionamento da marca Rider.

Destaques

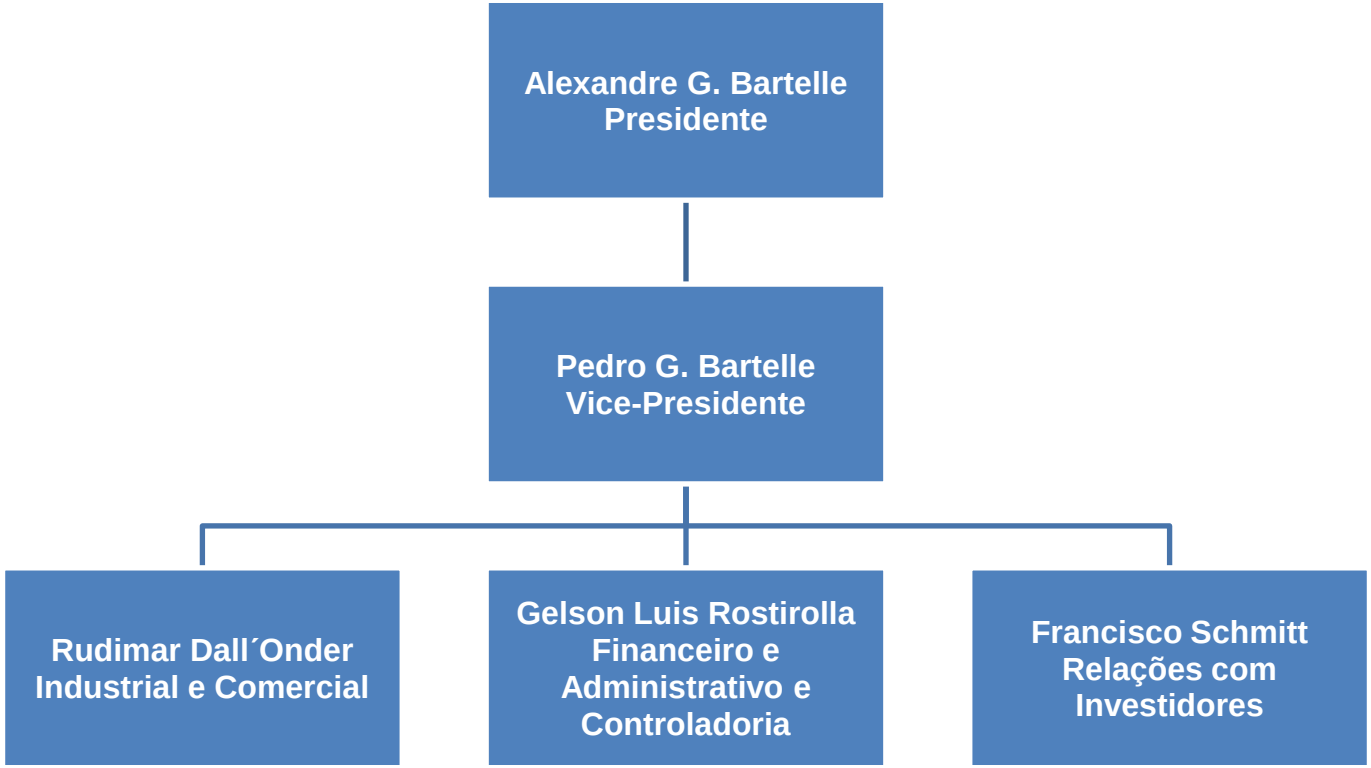
Grendene é uma das maiores empresas produtoras de calçados no mundo
200 mm de pares/ano de capacidade instalada
Produção média: mais de 500.000 pares por dia
30 mil funcionários
632 novos produtos/ano (2009)
Presente em mais de 90 países
Marcas com Forte Personalidade
Inovação em Produto, Distribuição e Mídia
Listada no Novo Mercado: Free Float 25,1%
Sólida Estrutura de Capital e Forte Geração de Caixa

Estrutura Societária



Conselho de Administração

Diretoria


Alexandre G. Bartelle
Presidente
Pedro G. Bartelle
Vice-Presidente
Rudimar Dall´Onder
Industrial e Comercial
Gelson Luis Rostirolla
Financeiro e
Administrativo e
Controladoria
Francisco Schmitt
Relações com
Investidores

Instalações

Localização das plantas industriais

Brasil

Fábricas
Farroupilha / RS – 2 unidades
Fortaleza / CE – 2 Unidades
Sobral / CE – 7 Unidades
Crato / CE – 1 Unidade
Teixeira de Freitas / BA – 1 Unidade

Farroupilha
Diretoria / DPD / MKT / VDS / EXP / Financeiro / Suprimentos / Fábricas

Carlos Barbosa
Matrizes

Plantas Industriais

Farroupilha / RS

Carlos Barbosa / RS

Fortaleza / CE

Sobral / CE

Crato / CE

Teixeira de Freitas/BA

Capacidade instalada: 200.000.000 de pares / ano

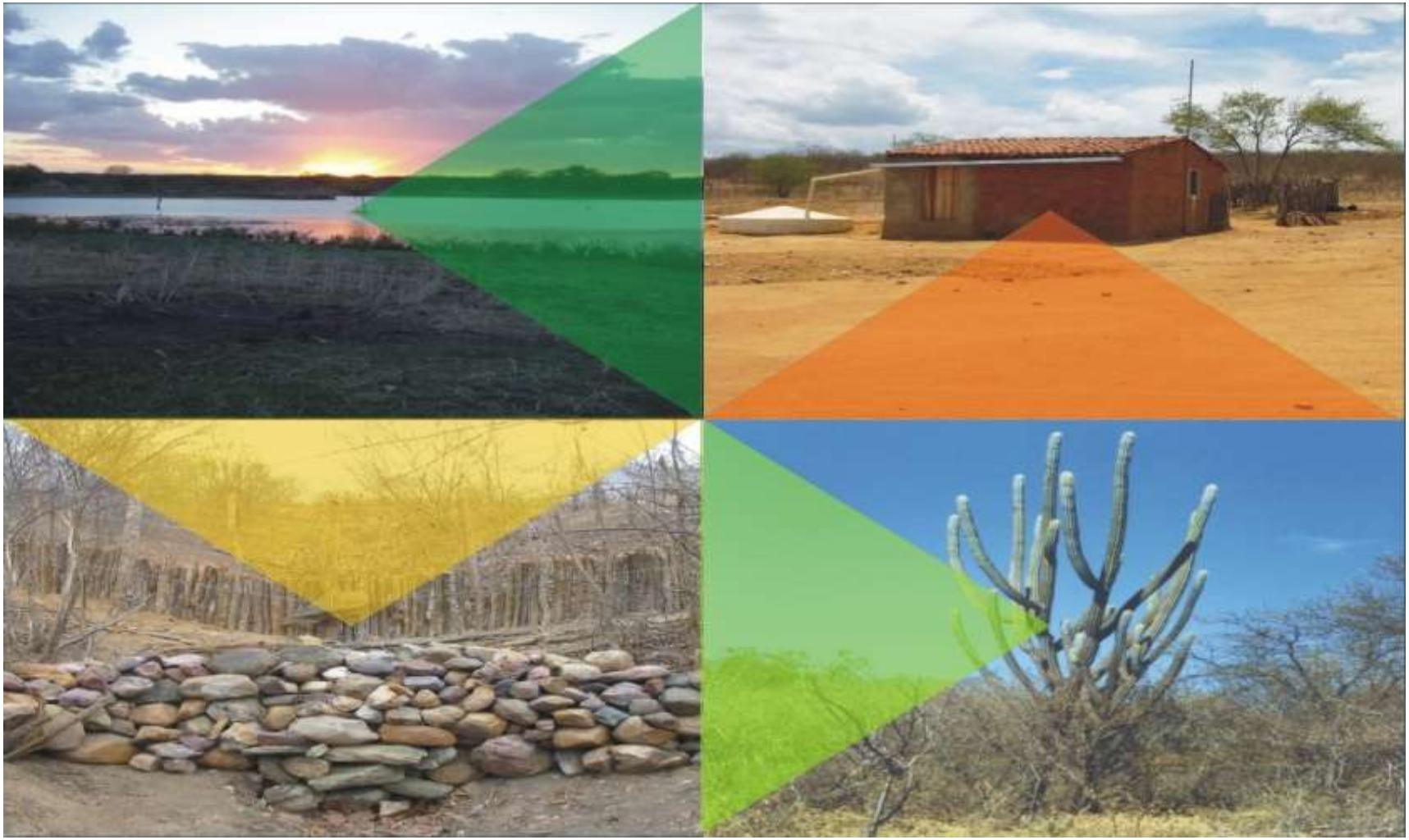
Processo de produção

VERTICALIZAÇÃO = AGILIDADE

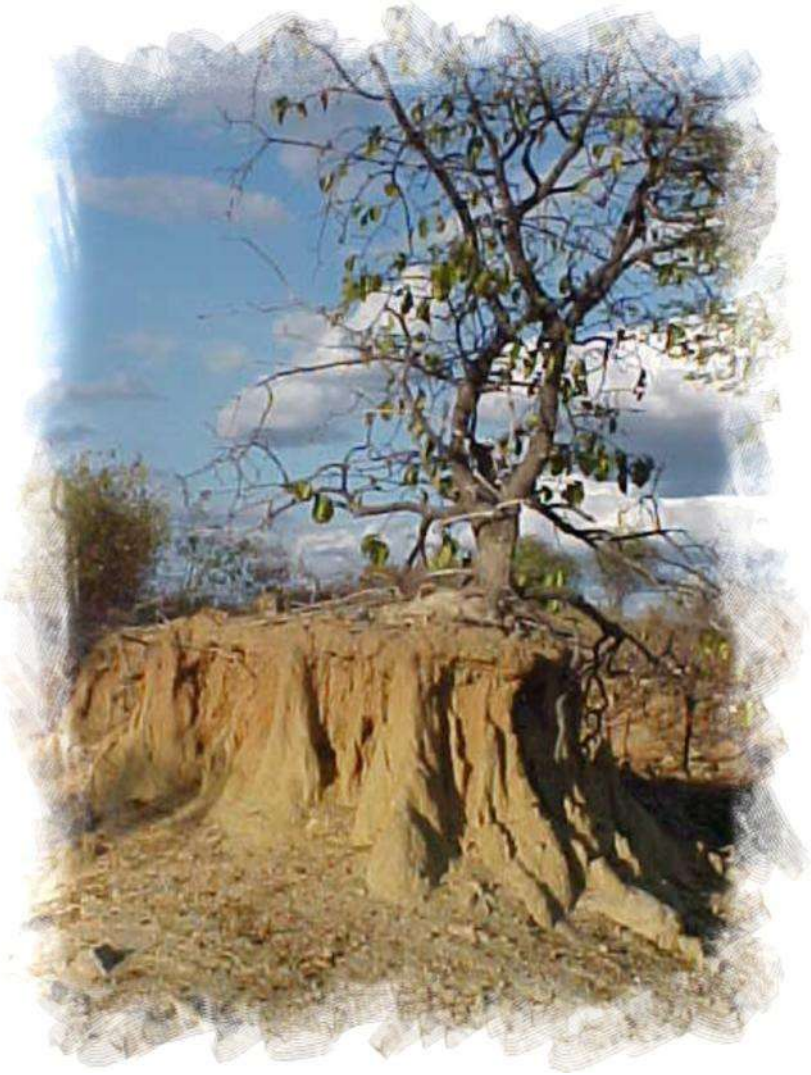
- Formulação do PVC
- Design
- Matriz
- P&D

Sustentabilidade

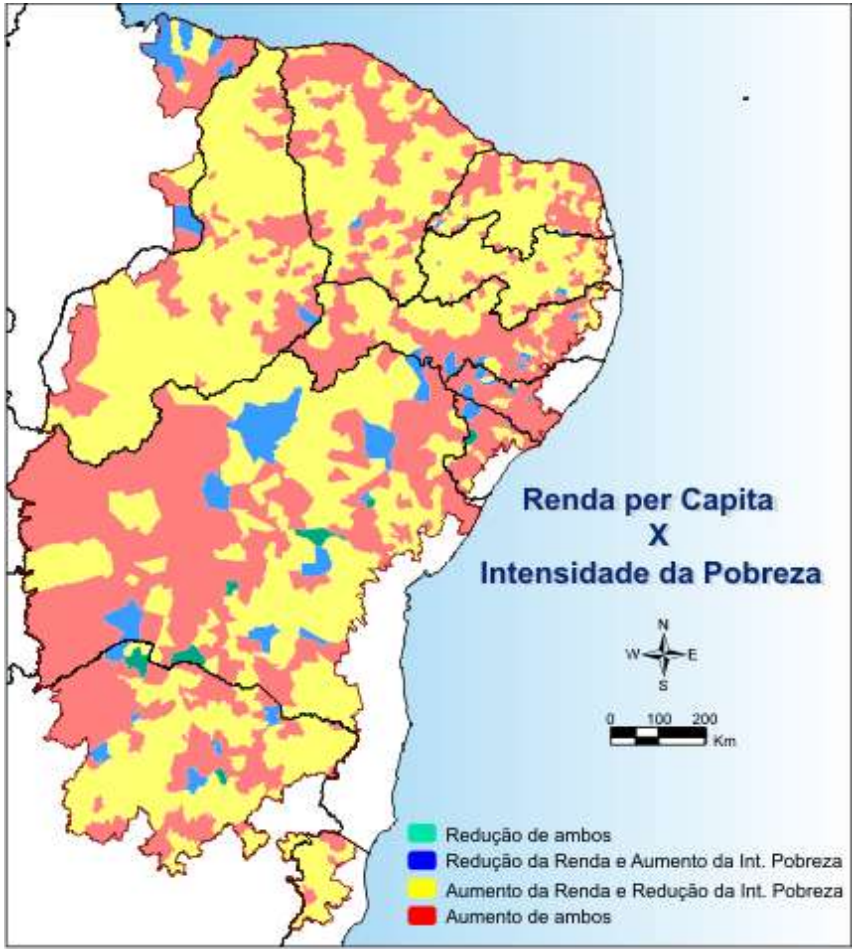
Nossos desafios



A paisagem



Baixa renda


Renda per Capita
X
Intensidade da Pobreza
N
W
E
S
0 100 200
Km
Redução de ambos
Redução da Renda e Aumento da Int. Pobreza
Aumento da Renda e Redução da Int. Pobreza
Aumento de ambos

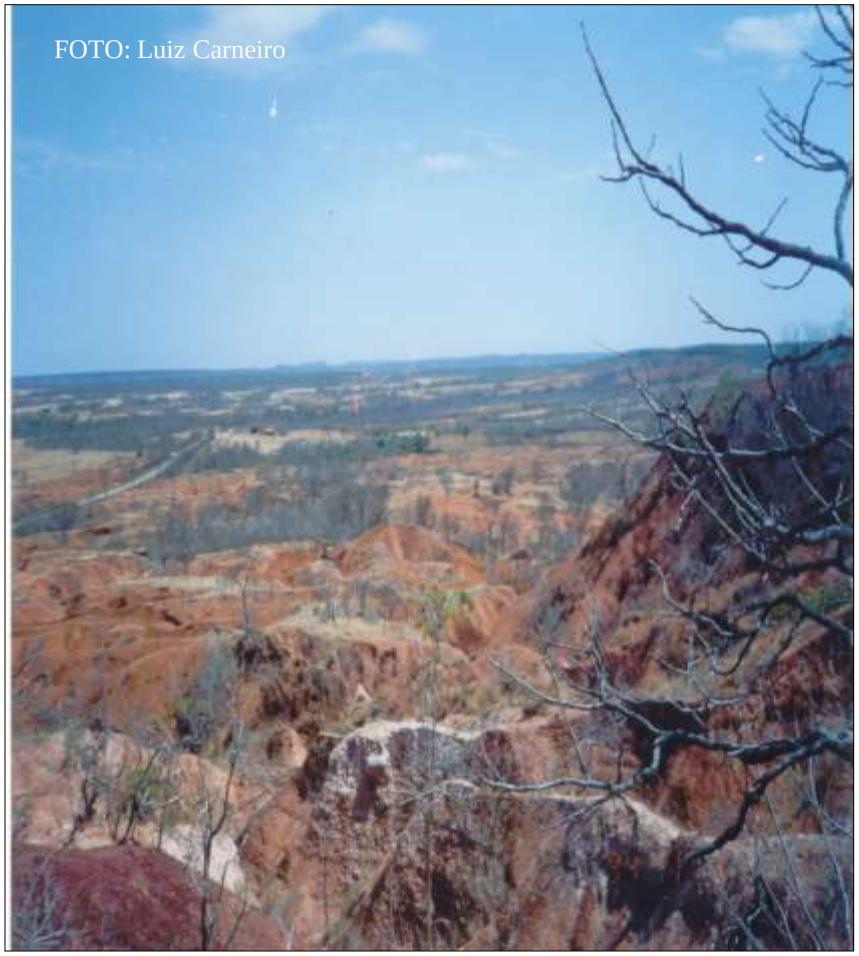


FOTO: Luiz Carneiro

Pobreza

Grendene®

Uso ineficiente de energia

Falta de saneamento

Desertificação

Erosão

Problemas climáticos

Nossa resposta

Responsabilidade social

SOBRAL

SINDICALISMO COM RESPONSABILIDADE

Calçadista

Edição Especial, 1º de Maio de 2009

Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias de Calçados de Sobral

Parabéns pelo trabalho, luta e dedicação

Eles trabalham, a economia se revigora e Sobral cresce e se projeta para o mundo como grande centro exportador de calçados. O talento e a dedicação dessa gente é a chave que abre as portas dos mercados de 70 países, através da Grendene S/A., em Sobral, que oferece cerca de 15 mil empregos diretos, assegurando a ótima performance econômica de nossa região. São mãos e mentes que se integram no mesmo compasso, calçando os pés do mundo.

Responsabilidade social

Geração de empregos e renda

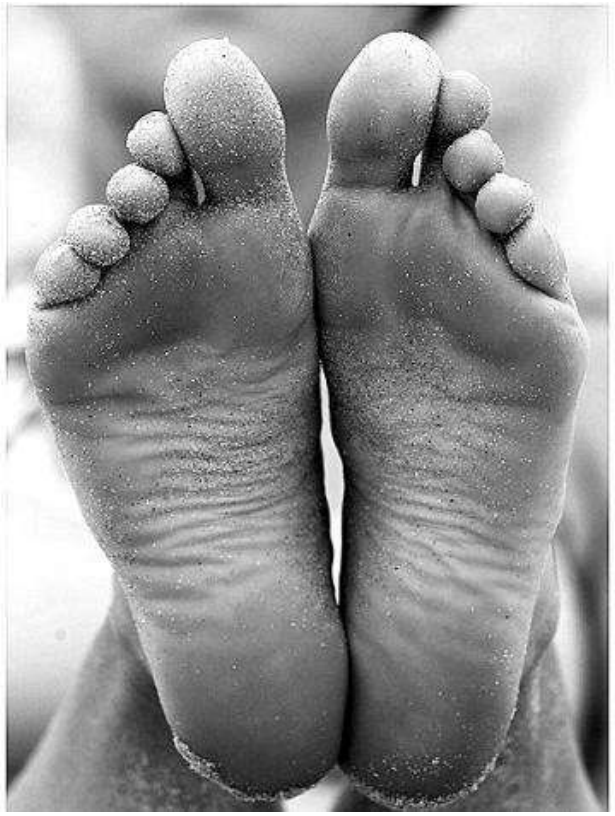
Responsabilidade social

Alimentação saudável

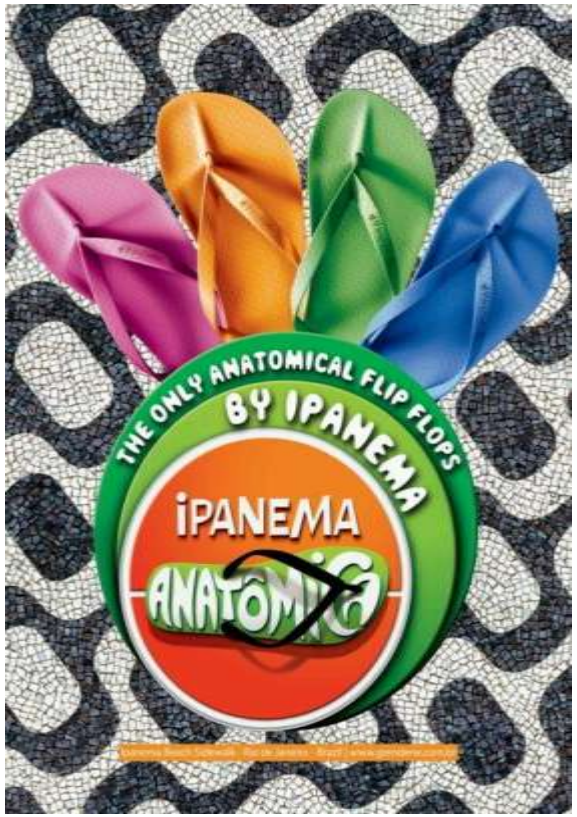
Responsabilidade social

Treinamentos / Capacitação profissional

Responsabilidade social



Ao longo dos anos, a Grendene tem ajudado a calçar as pessoas.



Responsabilidade socioambiental

O PVC não utilizado ou danificado no processo, as sobras e retalhos são totalmente reutilizados.

Tintas não utilizadas são removidas da água para a reutilização da tinta e da água.

Responsabilidade socioambiental

A água é tratada em uma lagoa de decantação e reutilizada para a conservação da vegetação.

A água utilizada para regar as plantas provém do reuso da água das fábricas.

Setor de Calçados

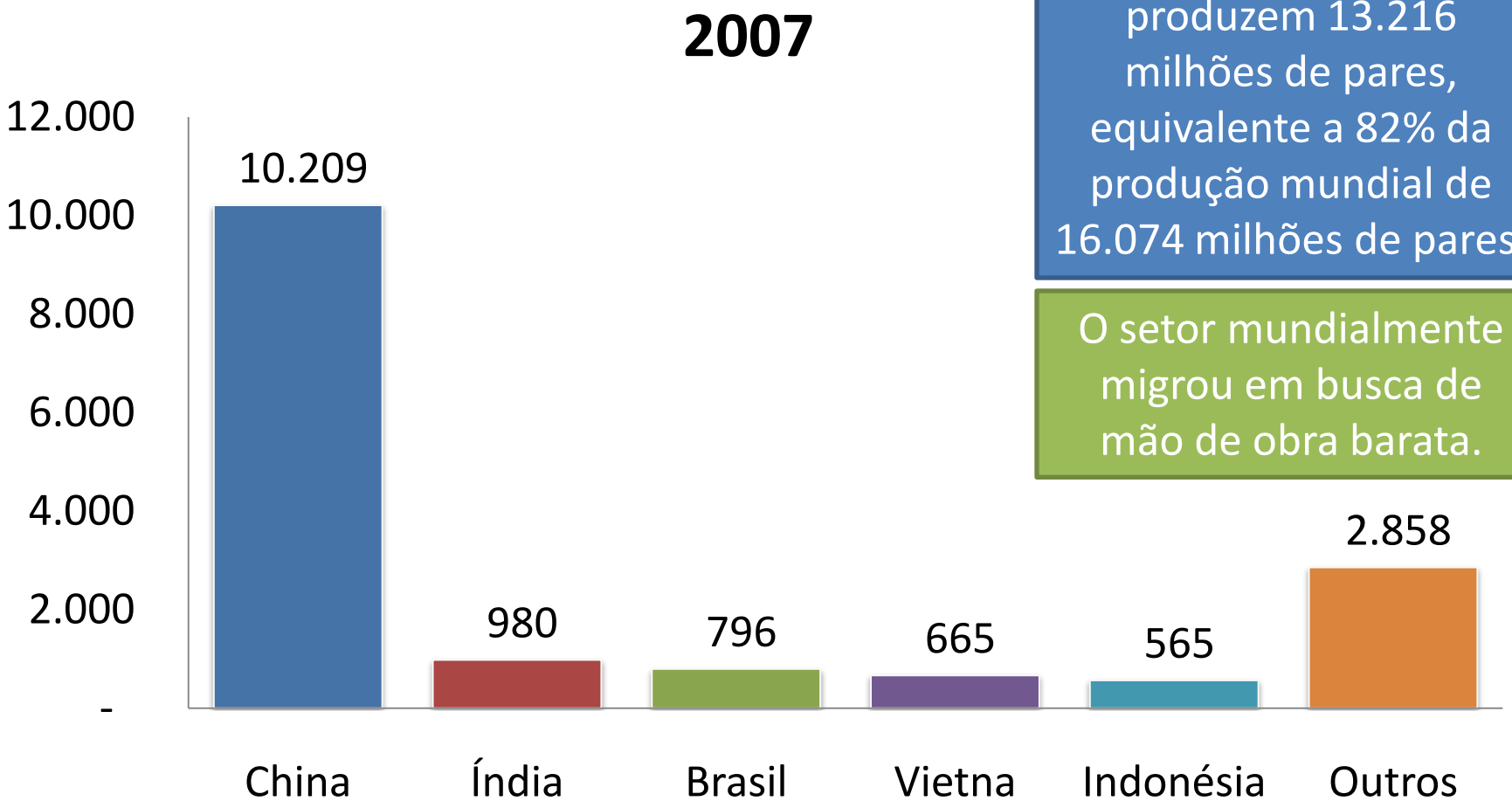
Grendene®

Setor de calçados

Dados gerais da indústria
7.830 **produtores** em 2007
Geração de **300.000 empregos diretos**
Produção de 804 milhões de pares em 2008* (808 milhões de pares em 2007)
Brasil é o 3º maior **Produtor Mundial**
Consumo aparente no mercado interno: 677 milhões e 3,49 pares per capita/ano em 2008 (660 milhões e 3,59 pares em 2007)
Exportação: 126,6 milhões de pares para mais de 140 países em 2009 (queda de 23,7%)
Fonte: IEMI/Abicalçados/Secex/MDIC/Satra (*) Produção estimada IEMI – Nov/2008

Setor com mais de 100 anos no Brasil – caracterizado por empresas pequenas, intensivas em mão de obra e sem barreiras à entrada ou saída.

Setor de Calçados



Os 5 principais países produzem 13.216 milhões de pares, equivalente a 82% da produção mundial de 16.074 milhões de pares.

O setor mundialmente migrou em busca de mão de obra barata.

Fonte: Satra 2008

Setor de calçados no Brasil

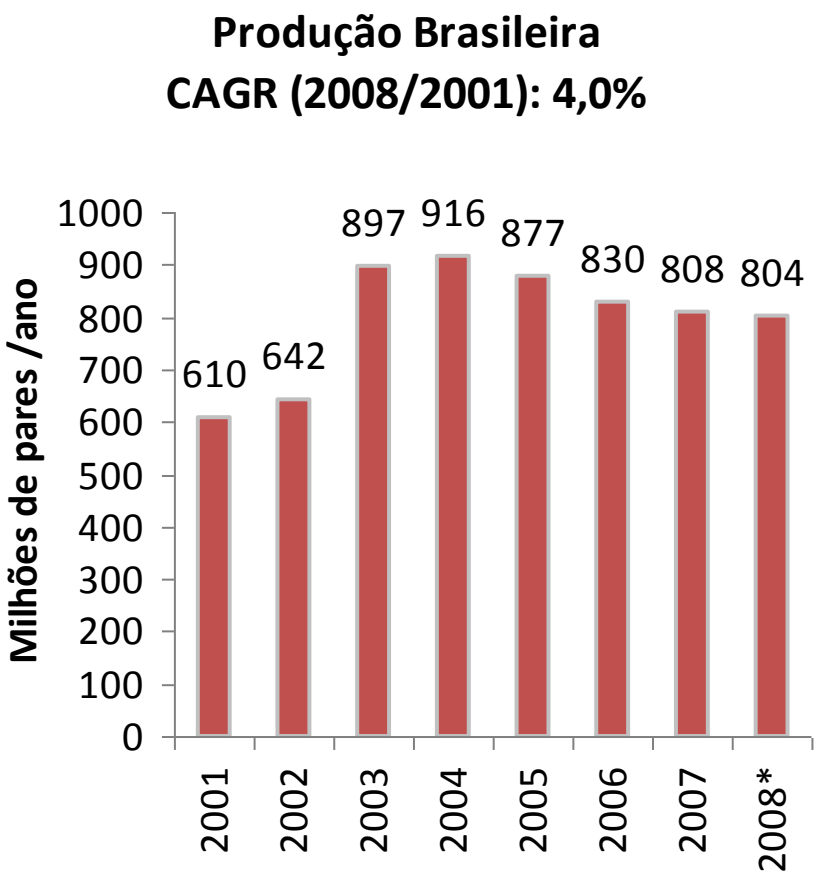
Milhões de pares	2005	2006	2007	2008	2009
Produção	877	830	808	804*	n/d
Importação	17	19	29	39	30
Exportação	190	180	177	166	126
Consumo aparente	704	669	660	677	n/d
Consumo per capita (pares)	3,84	3,61	3,52	3,49	n/d

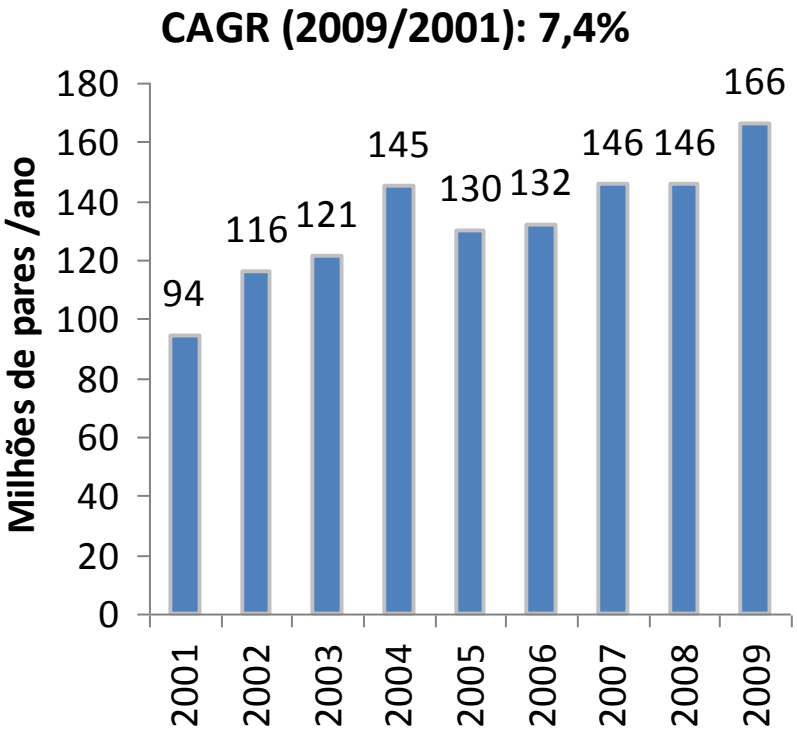
n/d – dados não disponíveis / * Nota: Produção estimada IEMI Nov/2008
Fonte: MDIC / DECEX / IBGE / IEMI / Abicalçados

Consumo – 2007	Total	Per capita
Estados Unidos	2.393	7,94
Reino Unido	451	7,42
Itália	387	6,65
França	417	6,55
Japão	707	5,55

Fonte: Satra 2008 / Abicalçados / U.S. Census Bureau

Indústria Brasileira de Calçados x Grendene



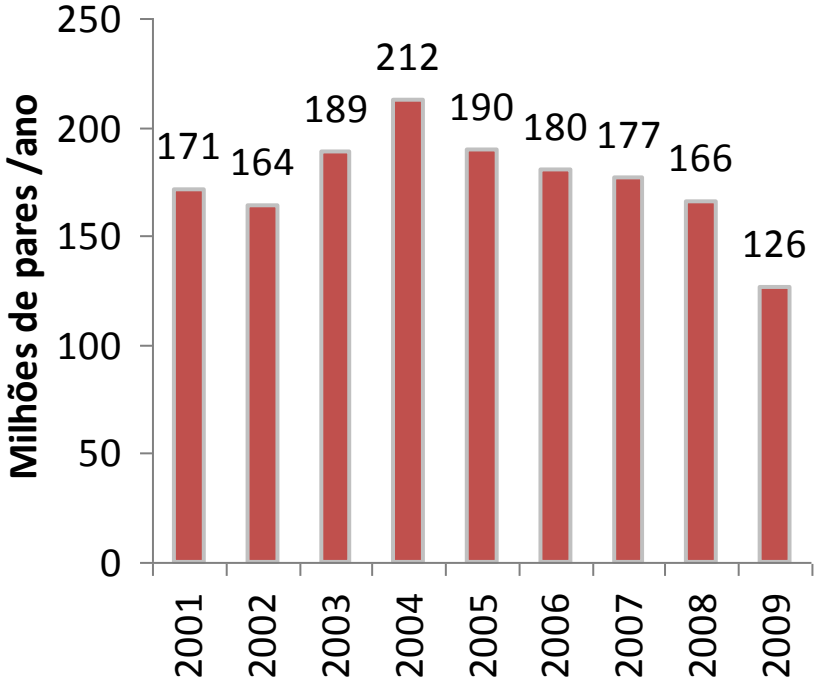


Fonte: IEMI / Abicalçados
* Nota: Produção estimada IEMI Nov/2008

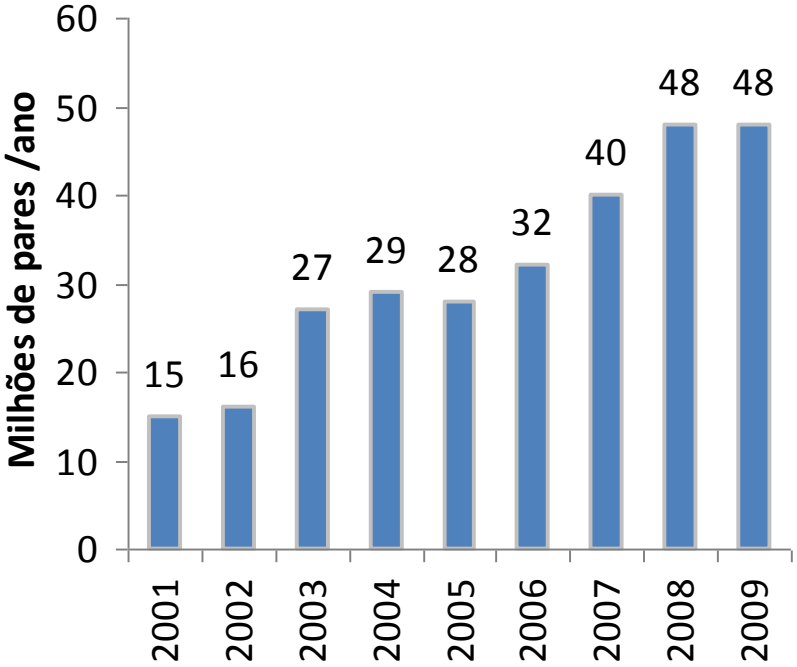
A Grendene tem crescido acima da taxa média de crescimento da indústria de calçados no Brasil.

Exportação Brasileira de Calçados x Grendene

Exportação Brasileira
CAGR: (3,7%)



Grendene
CAGR: 15,7%



Fonte: DECEX / MDIC / ABICALÇADOS

A Grendene respondeu por 38,1% do volume de calçados exportados em 2009. (28,9% em 2008)

Estratégia: Quebra de Paradigmas

- Menos intensiva em mão de obra
- Mais intensiva em capital
- Maior barreira a entrada
- Muito intensiva em Marketing

Grendene®

A expertise de mais de 30 anos produzindo calçados inovadores e gerindo marcas desejadas, demonstra o acerto de nossa visão do mercado, nossa estratégia e modelo de negócios e a capacidade de criar valor para nossos acionistas.

Proposta de Valor

Marcas

Produtos

- Criação constante de produtos
- Design inovador
- Tecnologia de fabricação
- Poucos produtos em larga escala

Marketing

- Marketing agressivo
- Licenças com celebridades
- Segmentação
- Investimento em mídia / Eventos
- Forte relacionamento com o trade

Gestão

- Ganhos de escala e escopo
- Rentabilidade
- Melhoria contínua
- Solidez financeira
- Crescimento sustentável

Valor para Stakeholders

Produtos

Produtos que atendem as necessidades essenciais a baixo custo.

Produtos para todas as classes sociais: A, B, C, D e E – com custo x benefício muito bom.

Grendene®

MELISSA ET CIRCENSES

Melissa Marine

Melissa Royale

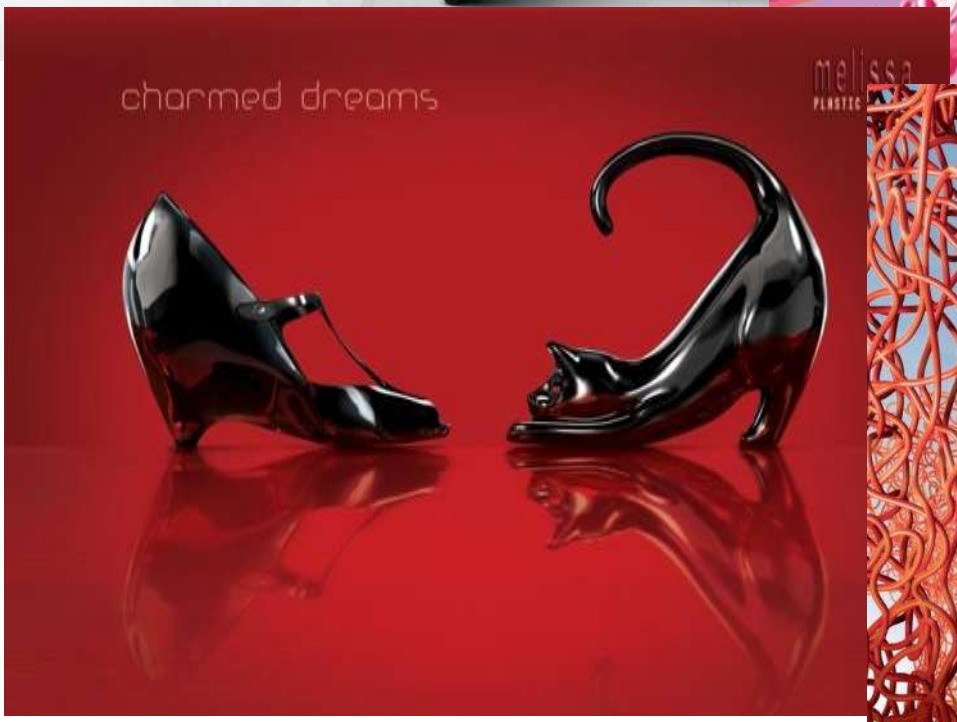
Melissa Loop

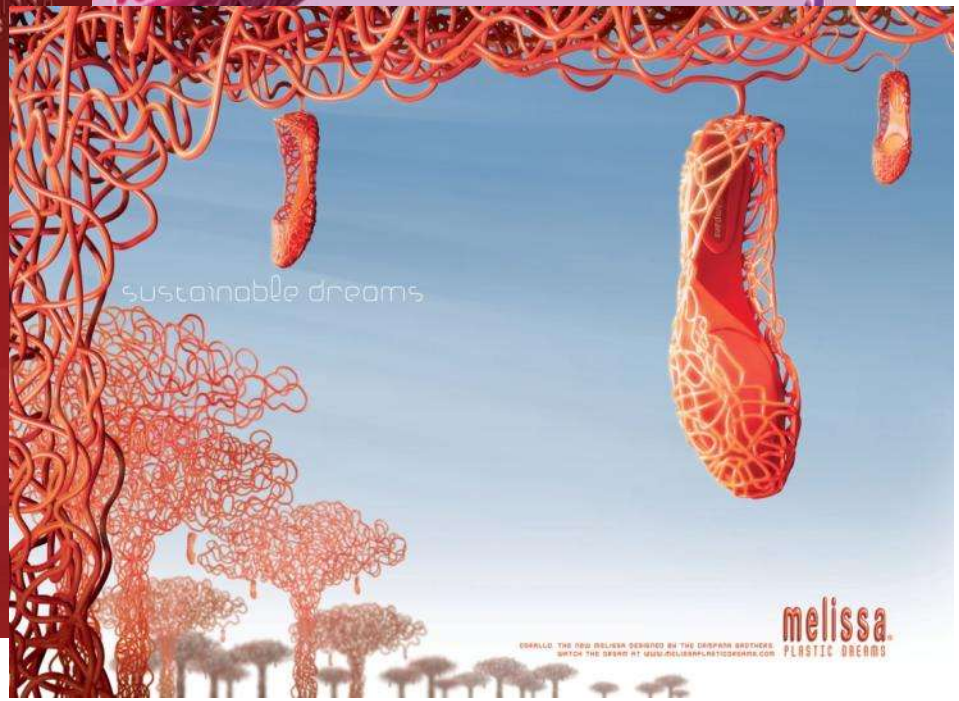
Melissa Ocean

Melissa Cirque

Melissa Troupe + Herchcovitch

melissa®
PLASTIC DREAMS





2009

Totalmente repaginado o Rider volta ao mercado, com uma visão mais contemporânea.

Grendene®

Os novos modelos conclamam os jovens descontraídos a aproveitar e curtir a vida.

Rider R3 Ad

Rider RS2 Ad

Rider RS3 Ad

Grendene®

Ipanema®

Conceituada por Oscar Metsavaht, e com um apelo estético forte é um produto premium.

Foto: Rogério Faissal

Grendene®

Ipanema. A segunda marca de maior sucesso na praia. Só fica atrás da sua marquinha de biquini.

IPANEMA ANATÔMICA

IPANEMA

Grendene®

Seus pais nunca iriam entender tanta festa e pegação.
Por isso, existe a palavra "intercâmbio".
Ilhabela Tour Ad
Ilhabela Trip Ad
www.universoilhabela.com.br
ilhabela
Trip
E pé na estrada.

Zaxy Cookie Ad

Grendene®

Ben 10 Ominitrix II Inf

Barbie Fashion Inf

Disney Sininho Gold Inf

Guga K. Power Games Sand Inf

Grendene® kids

Grendene®

Barbie Vintage Baby

Disney Princesas Pérola Baby

PRODUTO CERTIFICADO
IBTeC
Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefatos
CONFORTO

Grendene® baby

Hot Wheels Urban Baby

Homem Aranha Effect Baby

Grendene

Principais licenças

Celebridades

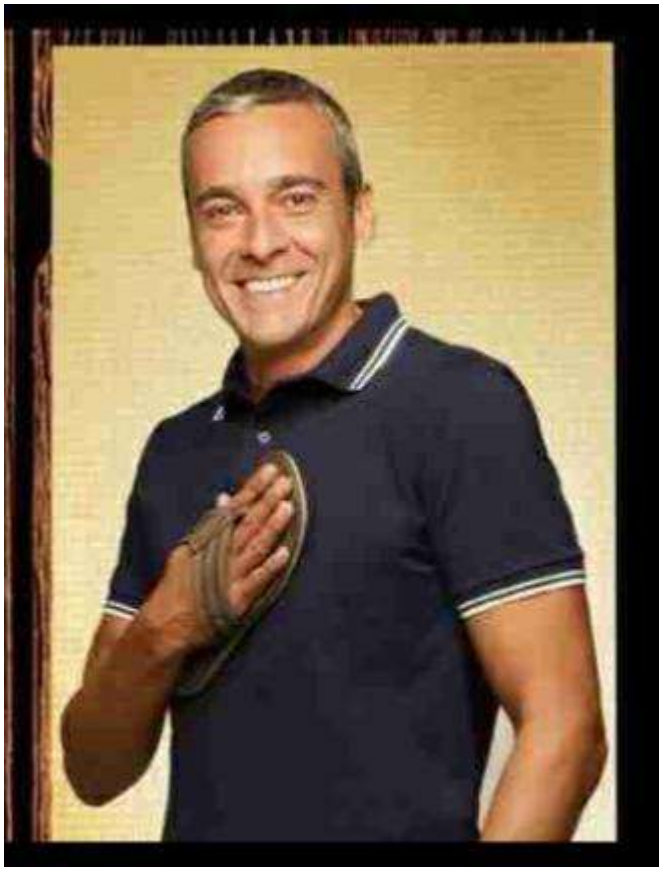
FLÁVIA ALESSANDRA

CLAUDIA LEITE

ANA HICKMANN

Celebridades

IVETE SANGALO



ALEXANDRE BORGES

GISELE BÜNDCHEN

Canais de venda no exterior

Urban Outfitters - Londres

Jean Pierre Buá - Barcelona

Canais de venda no exterior

Fred Segal - Los Angeles

El Corte Inglês - Espanha

Galeria Melissa – Loja Conceitual

© Todos os direitos reservados

Rua Oscar Freire, 827, São Paulo, SP

Resultados (em IFRS)

Principais indicadores econômico-financeiros

R$ milhões	2008	2009	Var. % 09-08
Receita líquida *(1)*	1.324,6	1.545,2	16,7%
Lucro líquido	239,4	272,2	13,7%

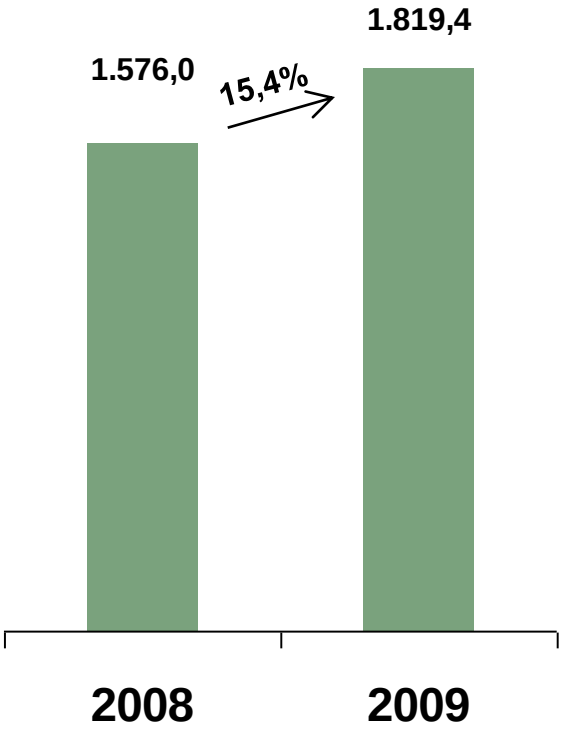
Nota (1): A Diferença entre a Receita Líquida apresentada e a apresentada nas Demonstrações Financeiras refere-se a reclassificação de descontos por pagamento pontual concedidos a clientes que são reconhecidos no BRGAAP como despesa financeira, e para fins de IFRS, como redução de vendas de acordo com o International Report Financial Interpretation Commitee. Mantivemos a apresentação conforme BRGAAP para fins de comparabilidade.

Margens %	2008	2009	Var. pbs
Bruta	44,8%	42,4%	(240 pbs)
EBIT	12,2%	9,8%	(240 pbs)
EBITDA	14,1%	11,5%	(260 pbs)
Líquida	18,1%	17,6%	(50 pbs)

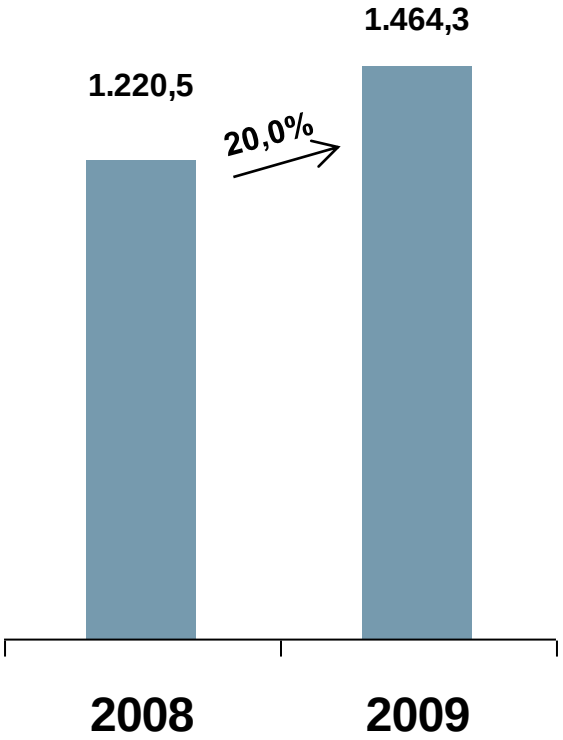
Ações	2008	2009
Lucro líquido por ação R$	0,80	0,91
Cotação de fechamento R$	4,23	9,95
Valor patrimonial por ação R$	4,39	4,88
Valor de mercado (R$ 1.000)	1.270.000	2.985.000

Receita bruta de vendas (IFRS)
(R$ milhões)

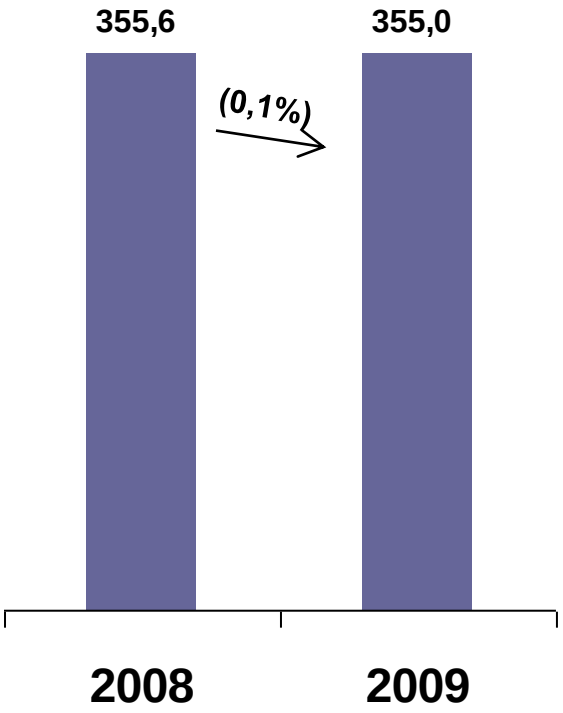
Receita Bruta de Vendas



Receita Mercado Interno

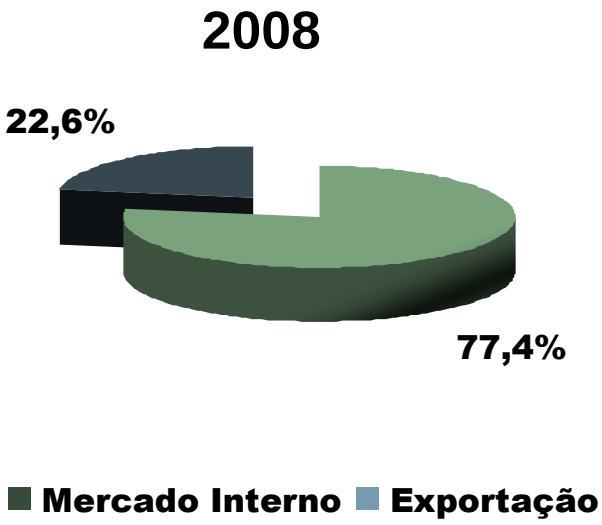


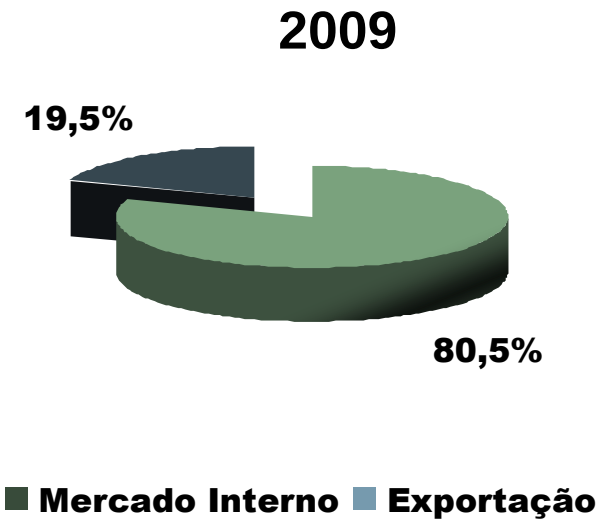
Receita Mercado Externo



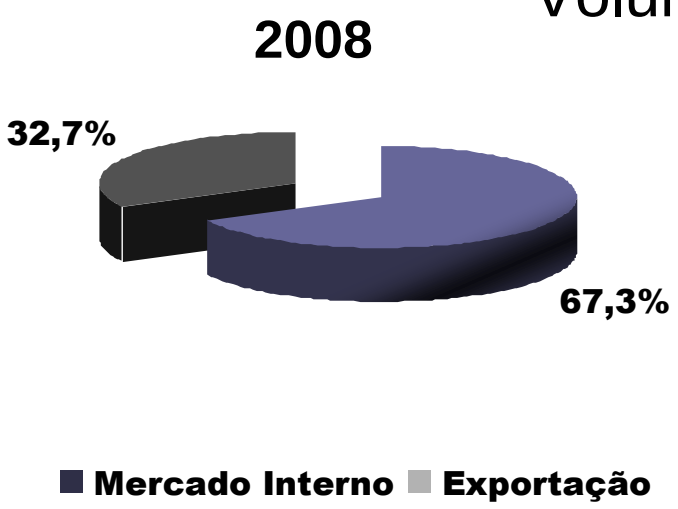
Participação por mercado (%)

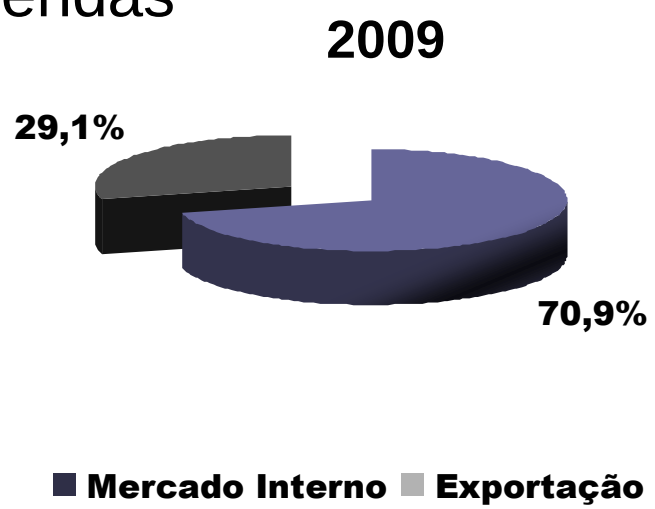
Receita bruta de vendas





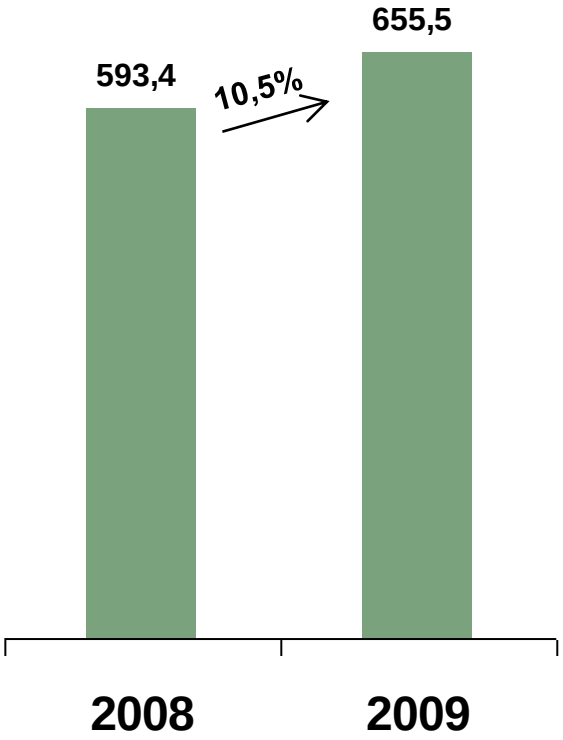
Volume de vendas



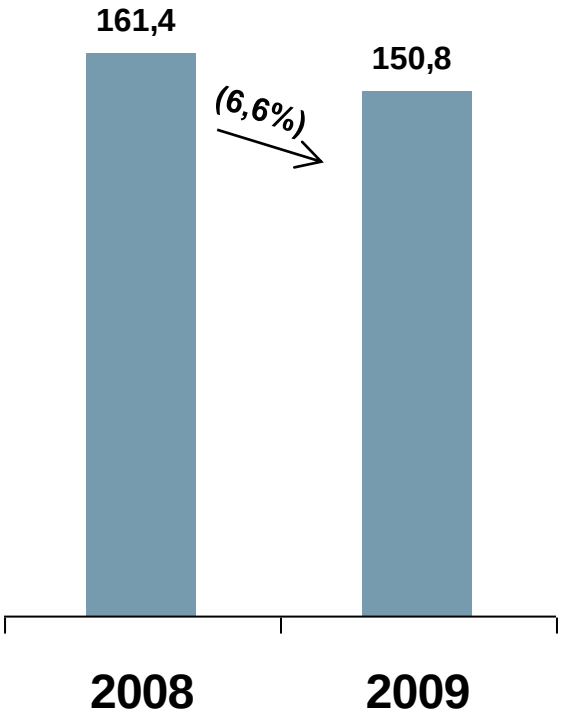


Resultado (IFRS)
(R$ milhões)

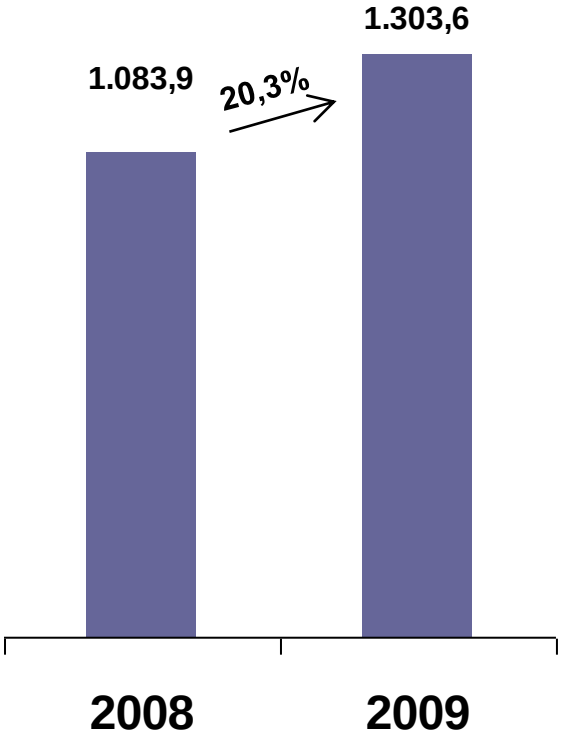
Lucro Bruto



EBIT

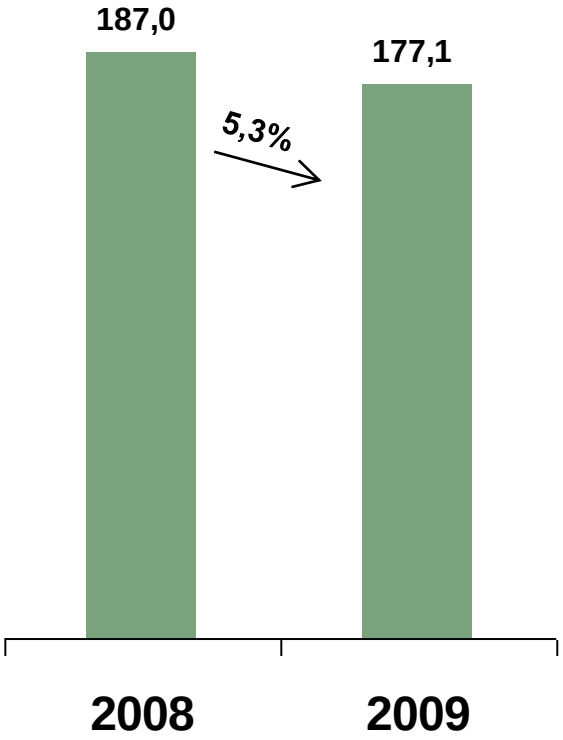


Custos + Despesas Operacionais

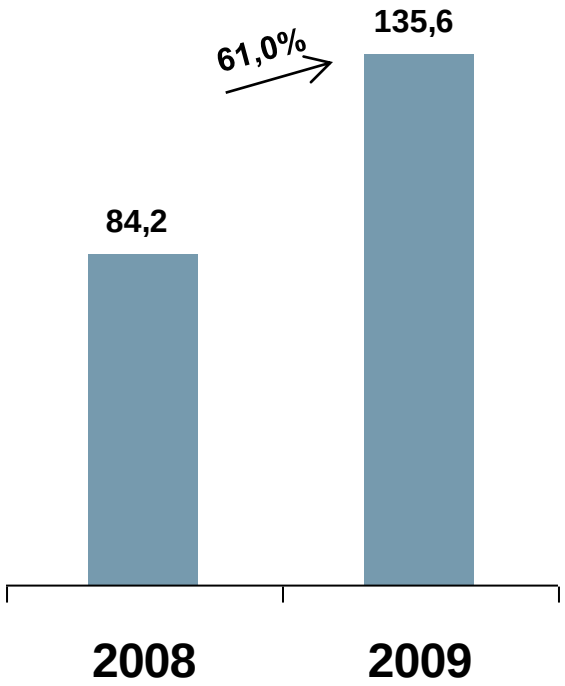


Resultado (IFRS)
(R$ milhões)

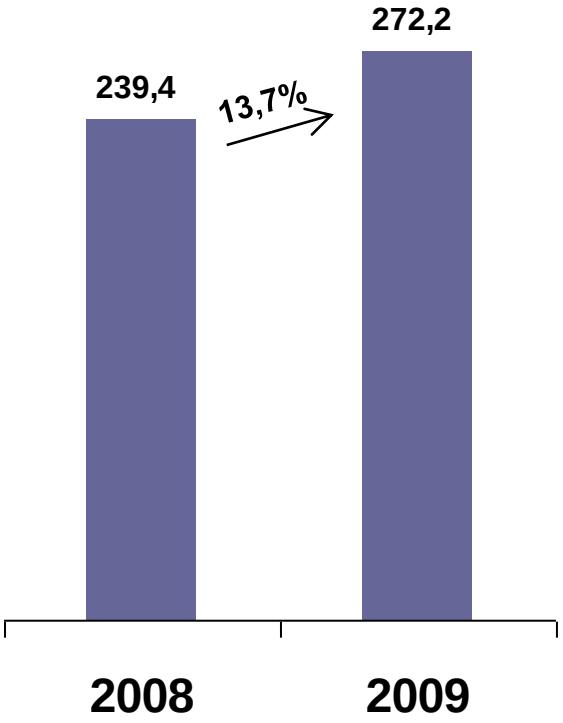
EBITDA



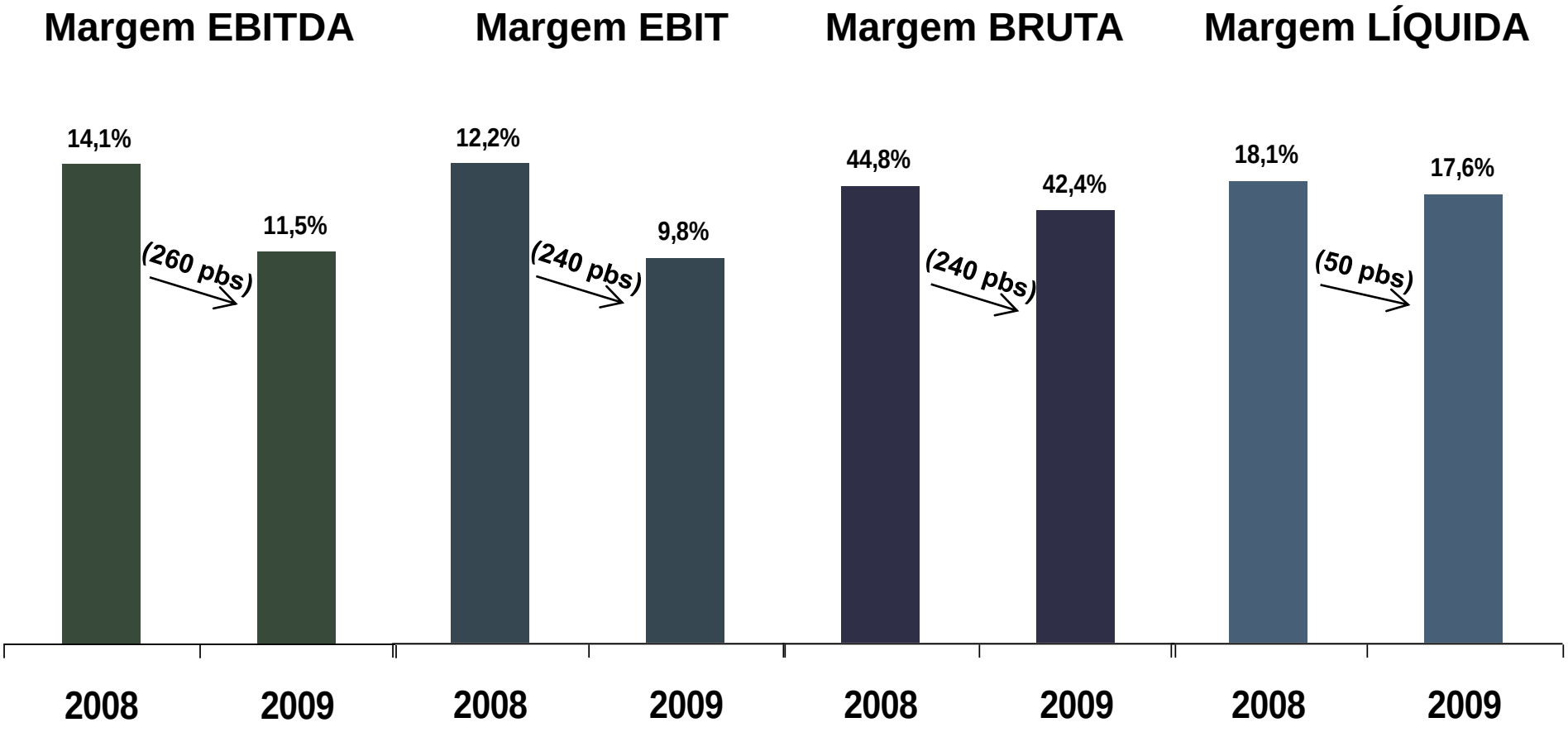
Resultado Financeiro (sem descontos concedidos a clientes)



Lucro líquido

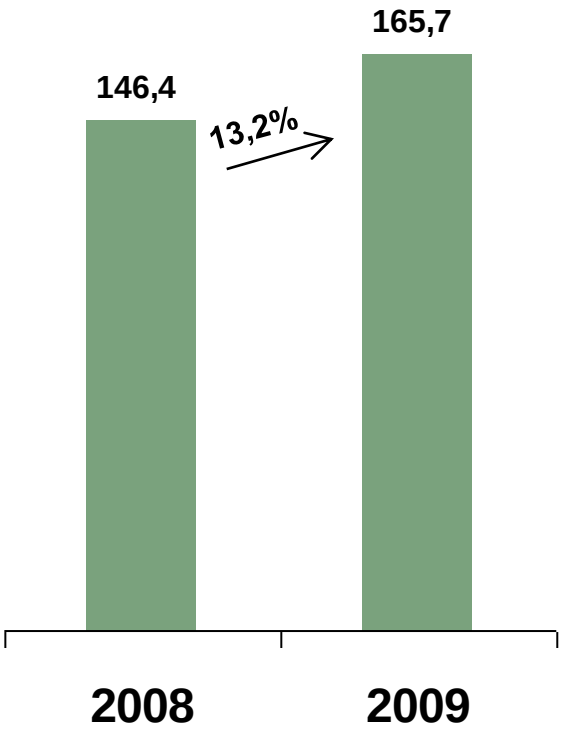


Margens
(%)

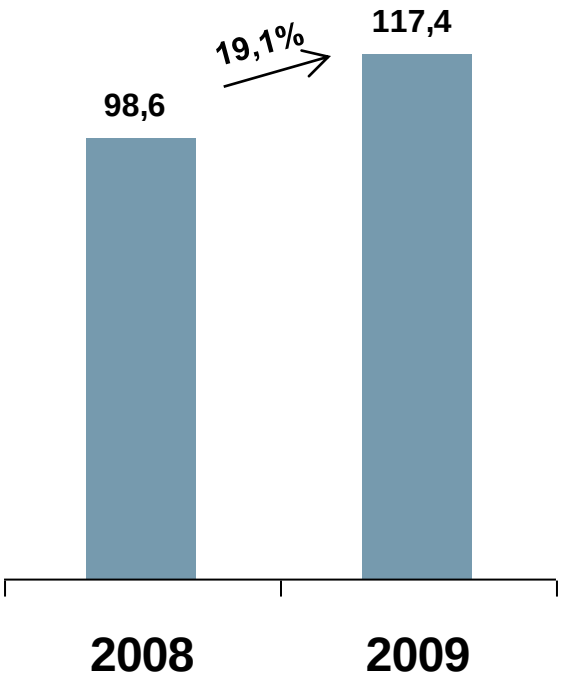

Margem EBITDA
Margem EBIT
Margem BRUTA
Margem LÍQUIDA
14,1%
11,5%
(260 pbs)
12,2%
9,8%
(240 pbs)
44,8%
42,4%
(240 pbs)
18,1%
17,6%
(50 pbs)
2008
2009
2008
2009
2008
2009
2008
2009

Produção
(Milhões de pares)

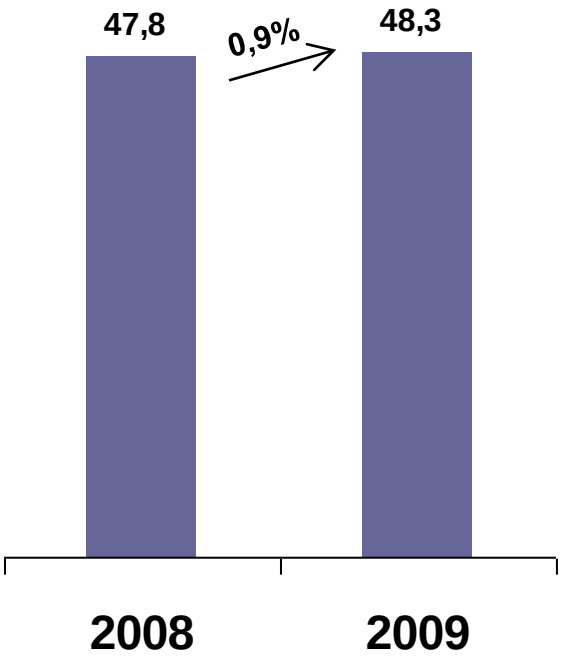
Volume de Vendas



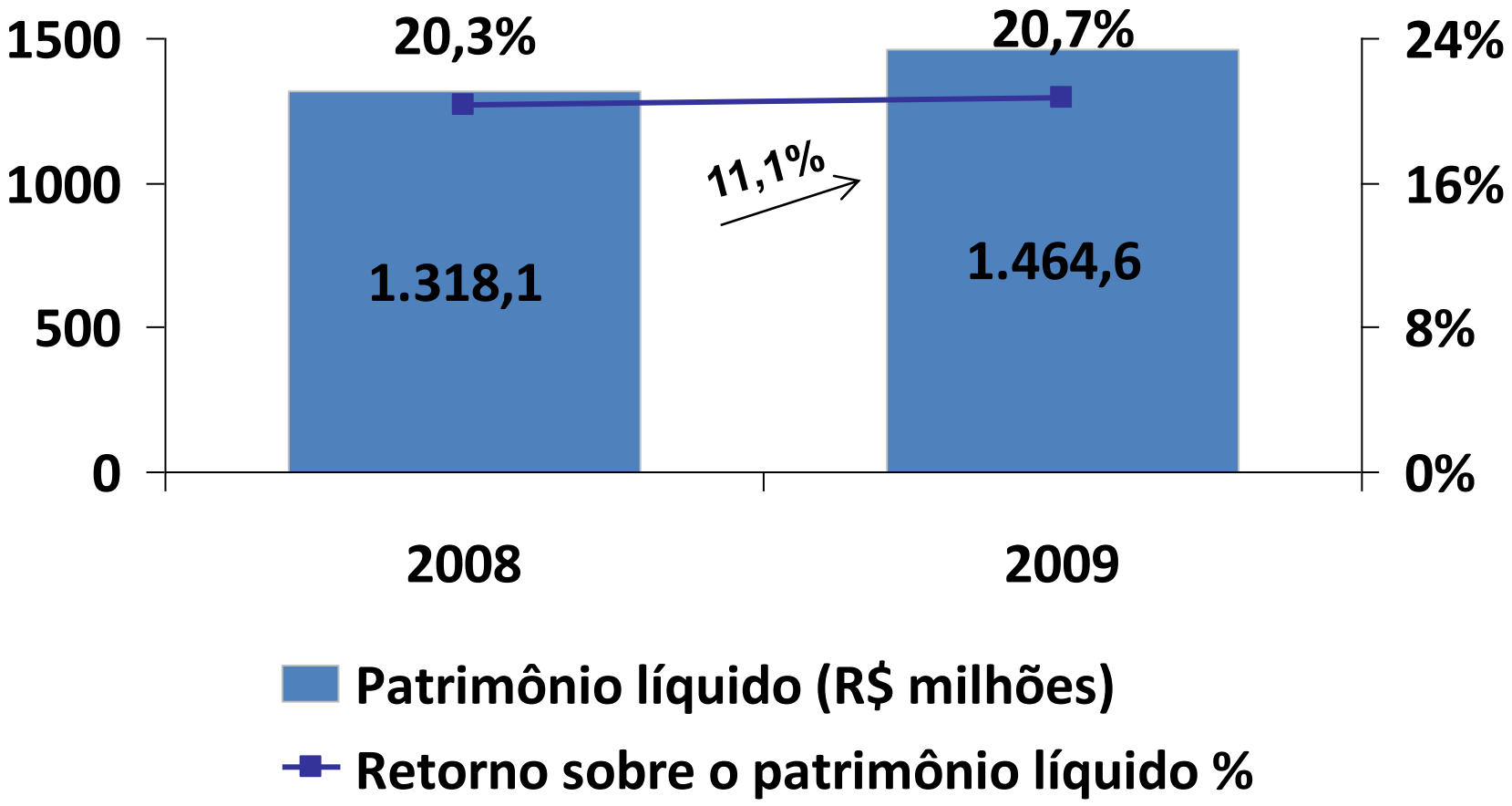
Volume - Mercado Interno



Volume - Exportação



Patrimônio líquido (R$ milhões) e Retorno sobre o patrimônio líquido



Resultado Operacional (IFRS) (R$ milhares)

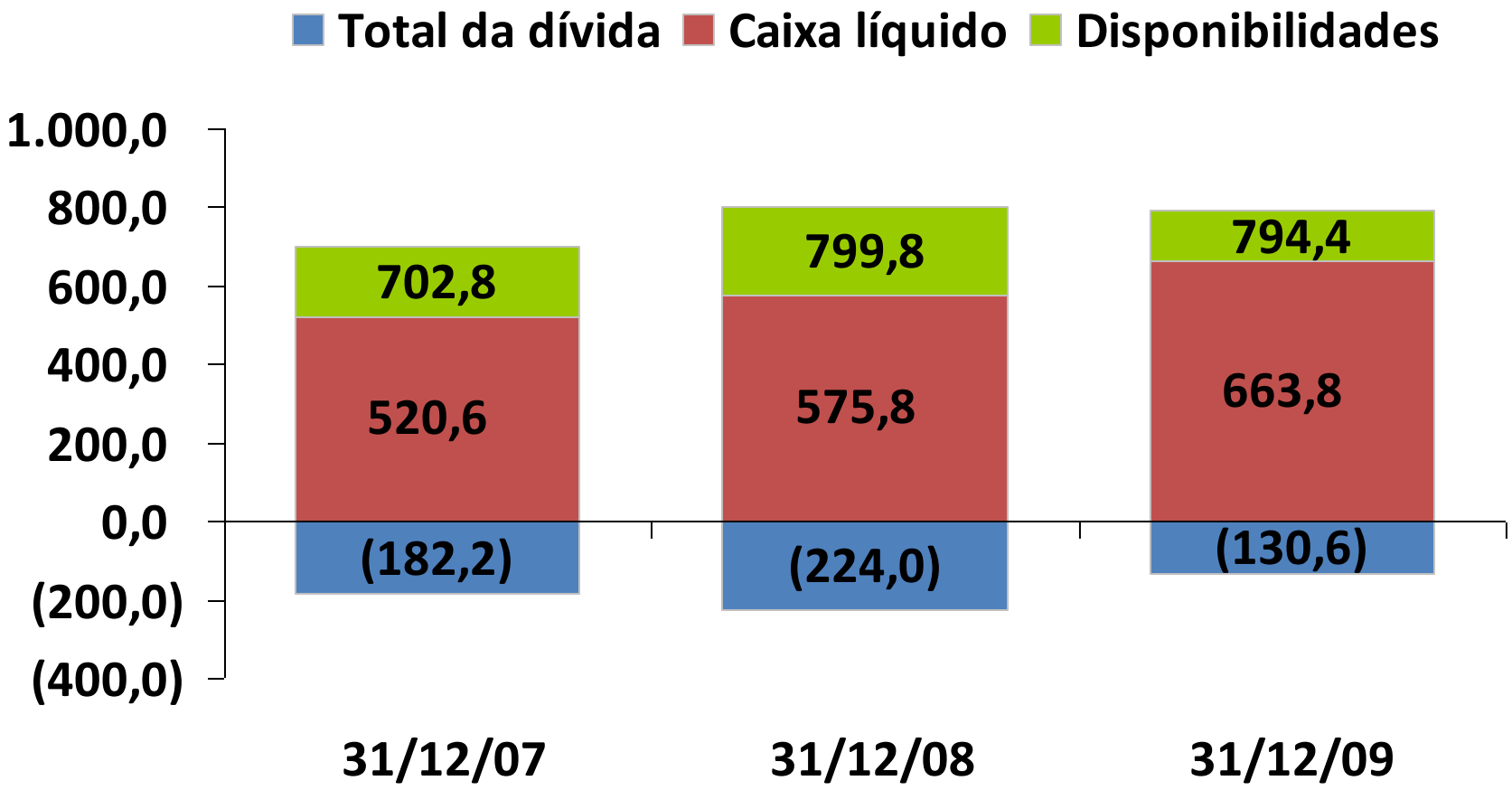
	2008	% V	2009	%V	%H	Marginal	%V
Mercado interno	1.220.482	92,1%	1.464.338	94,8%	20,0%	243.856	110,5%
Exportação	355.553	26,8%	355.024	23,0%	(0,1%)	(529)	(0,2%)
Receita bruta de vendas e serviços	**1.576.035**	**119,0%**	**1.819.362**	**117,7%**	**15,4%**	**243.327**	**110,3%**
Deduções das vendas	(251.424)	(19,0%)	(274.140)	(17,7%)	9,0%	(22.716)	(10,3%)
Receita líquida de vendas *(1)*	**1.324.611**	**100,0%**	**1.545.222**	**100,0%**	**16,7%**	**220.611**	**100,0%**
Custo dos produtos e serviços vendidos	(731.193)	(55,2%)	(889.711)	(57,6%)	21,7%	(158.518)	(71,9%)
Lucro bruto	**593.418**	**44,8%**	**655.511**	**42,4%**	**10,5%**	**62.093**	**28,1%**
Receita (despesas) operacionais							
Com vendas	(306.442)	(23,1%)	(356.275)	(23,1%)	16,3%	(49.833)	(22,6%)
Gerais e administrativas	(49.667)	(3,7%)	(57.854)	(3,7%)	16,5%	(8.187)	(3,7%)
Resultado de equivalência patrimonial	(66)	0,0%	0	0,0%	0,0%	66	0,0%
Remuneração dos administradores	(1.123)	(0,1%)	(1.123)	(0,1%)	0,0%	0	0,0%
Outras Receitas Operacionais	11.328	0,9%	3.200	0,2%	(71,8%)	(8.128)	(3,7%)
Outras Despesas Operacionais	(6.823)	(0,5%)	(1.810)	(0,1%)	(73,5%)	5.013	2,3%
Resultado operacional antes do resultado financeiro	**240.625**	**18,2%**	**241.649**	**15,6%**	**0,4%**	**1.024**	**0,5%**
Descontos concedidos a clientes	(74.748)	(5,6%)	(89.465)	(5,8%)	19,7%	(14.717)	(6,7%)
EBIT	**161.372**	**12,2%**	**150.794**	**9,8%**	**(6,6%)**	**(10.578)**	**(4,8%)**

Nota (1): *A Diferença entre a Receita Líquida apresentada e a apresentada nas Demonstrações Financeiras refere-se a reclassificação de descontos por pagamento pontual concedidos a clientes que são reconhecidos no BRGAAP como despesa financeira, e para fins de IFRS, como redução de vendas de acordo com o International Report Financial Interpretation Commitee. Mantivemos a apresentação conforme BRGAAP para fins de comparabilidade.*

Caixa líquido, dividendos & Capex

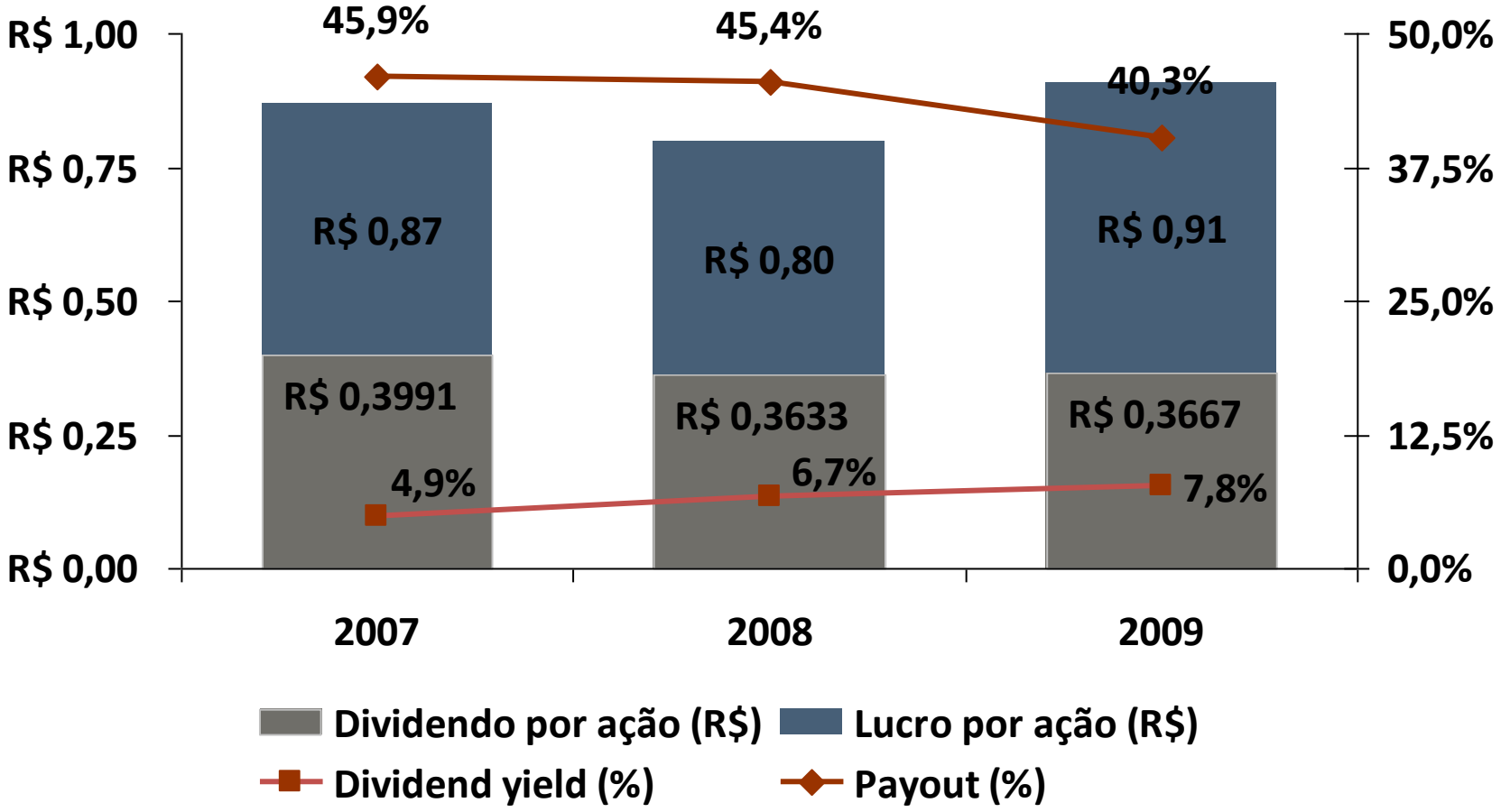
Ana Hickmann
grendha

Disponibilidades, Caixa líquido e Total da dívida

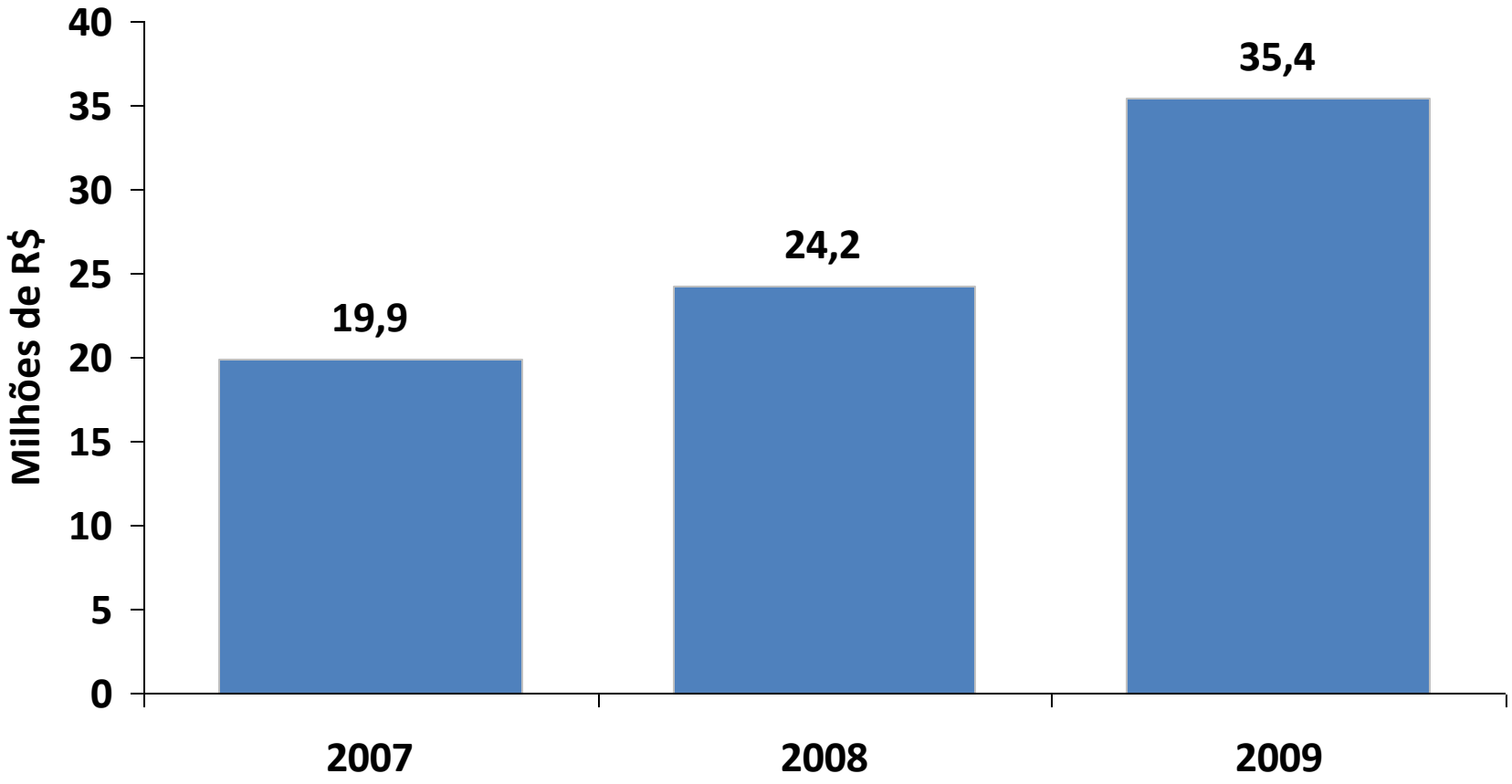


Forte Geração de caixa

Distribuição de Dividendos



Capex: Baixa necessidade



Perspectivas

- **Galeria Melissa**: nos próximos **2 anos** a Grendene **inaugura** Galerias Melissa em **New York**, **Paris** e **Tóquio**.
- **Ampliação** da capacidade produtiva de **nossas fábricas**.

Perspectivas

Meta para o período 2009 - 2013
Crescimento da receita bruta a uma taxa composta média (CAGR) entre 8% e 12%.
Crescimento do Lucro Líquido a uma taxa composta média (CAGR) entre 12% e 15% nos próximos 5 anos.
Despesas de propaganda e publicidade em média entre 8% e 10% da receita líquida.

Para o cumprimento desta meta buscaremos crescer mais intensamente no mercado externo esperando que a taxa de câmbio entre o real e o dólar varie aproximadamente igual à diferença de inflação entre os dois países, Brasil e USA, tomando-se como referência a taxa média de câmbio (R$/US$) observada no primeiro trimestre de 2009. Enfatizamos que esta nossa expectativa para variação do câmbio é de longo prazo (período entre 5 e dez anos) e não para o próximo trimestre.

Muito Obrigado!

Time de RI da Grendene
Francisco Schmitt
Diretor de Relações com Investidores
schmitt@grendene.com.br
(5554) 2109.9022

Analistas

Alexandre Vizzotto
(5554) 2109.9011

Lenir Baretta
(5554) 2109.9026

Maiores informações:

Internet: http://ri.grendene.com.br

Email: dri@grendene.com.br

(Press Release, Relatório Anual, Fact-Sheet, Demonstrações Financeiras)

GRENDENE S.A.