

## کفش‌های پسندروز برزیل

دل مردم کشورهای بسیاری جای خود را باز کرده است. نوعی صندل خاص ژاپنی که از نوارهای پارچه‌ای و زیره‌ی ساخته شده از پوشال برنج می‌سازند الهام‌بخش هاوایاناس بوده است. برخی از ریزه‌کاری‌ها مانند بازآفرینی دانه‌های برنج در زیره‌ی پلاستیکی حالت یکتایی به آن داده است. روی پورتو مشاور ارتباطات و رسانه‌های شرکت آپارگاتاس، صاحب نمانام هاوایاناس می‌گوید: «۱۵ سال پیش دست به کار شدیم تا این نمانام را در

را درنور دیده‌است و در جرگه‌ی دست‌چینی جهانی از نمانام‌های روندساز و چشم‌گیر در کشورهای مختلف جای گرفته‌است.

این نمانام‌ها با سرمایه‌گذاری در مجراهای ممتاز توزیع مثل نمایندگی‌های تحت امتیاز، فروشگاه‌های اختصاصی یا حضور در فروشگاه‌های چند نمانامی کوشیده‌اند هر چه بیشتر در بازارهای جهان اوج بگیرند. هاوایاناس یکی از مشهورترین نمانام‌های برزیل در ۸۰ کشور جهان حضور دارد و در

برزیل پس از آن که خود را در جایگاه یکی از صادرکنندگان بزرگ کفش قرار داد با اتکاء به نمانام‌های (برندهای) اختصاصی خود به تسخیر بازار پسندروز روی آورد. فرآورده‌های دارای برچسب ساخت برزیل مشهور شده‌اند و طرح سبز و زرد شاد آن‌ها در ففسه‌های فروشگاه‌های بزرگ سراسر جهان چشم‌ها را به سوی خود می‌کشاند. نام‌هایی چون هاوایاناس، ملیسا، دوموند و دیالونو را فوری می‌توان به جا آورد. ساخته‌های برزیل مرزها



جایگاه کالایی پسندروز قرار دهیم. پیش از آن توانسته بودیم دل برزیلی‌ها را به دست آوریم و می‌خواستیم جلوتر برویم. «گویا این تکاپو دستاورد خوبی داشته و هاوایانس از سال ۲۰۰۰ به بعد در کشورهای دیگر مانند استرالیا، ایتالیا، هاوایی و ایالات متحده به نمادی از نمانام‌های برزیلی تبدیل شده است به طوری که در سال ۲۰۰۸ میلادی ۱۳ درصد از ۱۸۴ میلیون جفت هاوایاناس تولیدی را صادر کردند. پورتو با تأکید می‌گوید: «نمانام مردم‌پسندی هستیم که پسند برزیلی را به همگام معرفی می‌کنیم از مرد و زن گرفته تا خرد و کلان. از هر ده نفر برزیلی هشت نفرشان سالی یک جفت هاوایانس می‌خرند. در برزیل این نمانامی مشهور شده است و می‌خواهیم در بازار جهان هم آن را جا بیاوریم».



### پلاستیک ابتکاری

نمانام پسندروز ملیسانیز جلوه‌ای از منش و ویژگی‌های برزیلی است. نمانامی که در دل مصرف‌کنندگان متجدد سراسر جهان جا باز کرده است. این نمانام که به خاطر پژوهش پیشتان در قلمرو فرآورده‌های پلاستیکی ابتکاری شهرت دارد در چندین کشور در جایگاه مرجع پسندروز و طراحی قرار گرفته است. روند صعودی مایسا ده سال پیش آغاز شد که گروه گردنده این نمانام را خلق کرد. این نمانام رفته رفته در بازار ریشه دواند و از حالت نمانامی فقط زنانه فاصله گرفت و ویتترین تمام بوتیک‌ها را تسخیر کرد. فرانسیسکو اشمیت اهل شهر فاروپیل‌ها در استان ریوگرانده دوسول که مدیر روابط با سرمایه‌گذاران در شرکت گردنده است می‌گوید: «پس از آن بود که فرآیند جهانی‌سازی نمانام‌های خود را آغاز کردیم و امروزه به بیش از ۹۰ کشور جهان راه پیدا کرده‌ایم.»

