COMUNICADO /

Maia, 23 de maio de 2013

Internacionalização alargada a oito países através de exportação de produtos

# SONAE EXPORTA MARCA BERG PARA ISRAEL E EGITO

A BERG expandiu a sua atividade internacional através da exportação dos seus produtos para a Israel e o Egito, fruto de acordos celebrados com distribuidores nestes mercados. A marca de material desportivo da Sonae passou assim a estar disponível para os consumidores em lojas de oito países na Europa, América do Sul e África.

Miguel Mota Freitas, CEO da Sonae SR, afirma que "A BERG tem apostado na inovação como forma de diferenciação, criando produtos que estão a merecer a preferência de retalhistas e consumidores em todo o mundo. Esta aposta foi reconhecida recentemente na exigente categoria "performance" dos Ispo Awards, onde a mochila 'Lynx 10+5 & CS2 Belt' recebeu o prémio *Gold Winner* e a camisola '2BL Baselayer' e a meia '3F Sock' o prémio *Winner*. São distinções importantes que, a par da relação qualidade preço imbatível que caracteriza a marca, contribuem para a afirmação internacional da BERG como referência na área das atividades de ciclismo e outdoor."

A Sonae SR está atualmente a ultimar acordos de exportação da BERG para novos mercados, sendo possível a entrada em dois novos países nos próximos meses. A exportação dos produtos da marca, que em Portugal está disponível em exclusivo nas lojas Sport Zone, já ocorreu para Brasil, Equador, Estónia, Irlanda, Suíça, Polónia e Reino Unido, a que se juntaram Israel e Egito em 2013, permitindo levar as vantagens da BERG a um crescente número de famílias e amantes da natureza em todo o Mundo.

O projeto *wholesale* enquadra-se na estratégia de crescimento internacional da Sonae SR, que aposta em formatos *capital light,* e consiste na venda de marcas exclusivas de desporto da Sonae a retalhistas e distribuidores a nível internacional. Esta estratégia contribui para uma crescente diversificação das receitas da Sonae, abrindo mercados com diferentes estágios de dinamismo económico.

A Sonae é uma empresa de Retalho, com duas grandes parcerias nas áreas de Telecomunicações, Software & Sistemas de Informação e Media (Sonaecom) e Centros Comerciais (Sonae Sierra). No final de 2012, a Sonae atingiu um volume de negócios de cerca de 5,4 mil milhões de euros. A empresa tem como objetivos estratégicos: a internacionalização, a diversificação do estilo de investimento e a alavancagem e reforço da base de ativos e competências. Saiba mais em www.sonae.pt.

Para mais informações, contacte:
RITA BARROCAS
Comunicação Externa / Sonae
T. +351 22 010 4745 // M. +351 93 501 2118
E. rfbarrocas@sonae.pt
DIOGO SIMÃO
Director / BAN Corporate & Media Relations
M. +351 93 652 86 39 // E. ds@ban.pt

**Aposta na inovação como forma de afirmação internacional**

As marcas de desporto da Sonae, com a sua importante componente de inovação, estão hoje preparadas para complementar a oferta dos retalhistas e dos distribuidores em relação às grandes marcas internacionais. A BERG tem apostado na inovação como forma de conquistar clientes e cativar parceiros de negócio, tendo no ano passo iniciado a promoção internacional dos seus produtos e competências nos principais eventos do sector.

Na mais recente presença internacional, em Munique, Alemanha, a marca foi distinguida na prestigiada ISPO 2013, a maior feira do mercado desportivo, onde anualmente as melhores marcas de desporto do mundo apresentam as suas novidades aos 80 mil visitantes de mais de 100 países. Na sua estreia, e no âmbito do concurso Ispo Award, a Berg Outdoor viu três dos seus cinco produtos candidatos serem distinguidos na categoria *Performance*: o prémio Gold Winner para a mochila Lynx 10+5 & CS2 Belt, e os prémios Winner para a camisola 2BL Baselayer e a Meia 3F Sock.



De acordo com o júri, a mochila Lynx 5+10 & CS2 Belt conquistou o *Gold Winner* "devido ao seu sistema modular, que permite que seja usada como um conjunto completo, bem como uma mochila individual e sistema de cinto de corrida. Este conjunto oferece recursos práticos e uma quantidade incrível de armazenamento de vestuário e alimentos. Além disso, pode levar até sete litros de água, o que é mais do que suficiente para qualquer corrida ultra-trail."

A BERG Outdoor destacou-se também com dois inovadores produtos especialmente criados para corridas de ultra-trail, que mereceram a distinção *Winner*. O 2BL Baselayer distinguiu-se devido ao seu novo conceito de interior, respondendo à necessidade dos atletas mais exigentes de se manterem quentes e secos. Com um novo *design* ergonómico, garante um maior conforto, mobilidade e leveza, sendo uma arma fundamental na guerra contra o frio.





A meia 3F Sock apresenta uma solução revolucionária 3 em 1: perneira de compressão + polaina + meia de *running* integrados num só produto sem costuras. O tratamento Barrier da Heiq torna a perneira e polaina *waterproof*. A "3F sock" promove a circulação sanguínea, a oxigenação e termorregulação. A meia foi também submetida aos tratamentos Adaptive e Pure da Heiq.

O desenvolvimento de novos e inovadores produtos da BERG conta com a participação do ultramaratonista Carlos Sá, que tem testado e aprovado a sua qualidade nas mais exigentes provas de *trail* do Mundo.

O atleta português da Berg Outdoor venceu cinco das sete corridas que disputou no último ano, e alcançou o 4º lugar no mítico “Ultra Trail du Mont Blanc” e na exigente “Marathon des Sables” onde foi o melhor atleta não africano. Já em 2013, Carlos Sá tornou-se no homem mais rápido na ascensão ao Aconcágua na Argentina, o ponto mais alto da América e de todo o hemisfério sul com 6.962 metros de altitude. O mais famoso ultramaratonista português e um dos melhores do mundo na atualidade subiu ao cume e regressou em apenas 15 horas e 42 minutos, superando em cerca de 5 horas o anterior melhor máximo.