

## Magalu transforma Nerdstore em marketplace especializado em itens nerd e geek

*Jovem Nerd reassume o comando da marca e será responsável por curadoria e criação de produtos disponíveis na plataforma*

*A gestão da loja online e a produção de itens exclusivos será feita pela Netshoes, maior e-commerce esportivo e de lifestyle do país*

Segundo a Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens, esse tipo de mercado faturou mais de 22 bilhões de reais em 2022

**São Paulo, 17 de julho de 2024.** O Magalu, empresa que está digitalizando o varejo brasileiro, acaba de ganhar um novo marketplace: a Nerdstore. O e-commerce de itens geeks e nerds criado pelo Jovem Nerd em 2006 foi vendido em 2019, mas recentemente, Alexandre Ottoni e Deive Pazos, co-fundadores da marca, retomaram o controle da loja virtual e a elevaram a um novo patamar.

Agora, como uma empresa integrante do ecossistema Magalu desde 2021, os co-fundadores do Jovem Nerd apostam na infraestrutura do grupo para crescer o negócio. Sob gestão da Netshoes - maior e-commerce esportivo e de lifestyle do país - a expectativa é que a Nerdstore triplique de tamanho em um ano.

“A nossa curadoria de produtos em parceria com a Netshoes, que já tem experiência na gestão de outros e-commerces, nos faz acreditar muito no crescimento da marca”, afirma Deive Pazos. “Exatamente por isso tomamos a decisão de dar espaço para sellers venderem no site, pois sabemos que hoje somos capazes de oferecer um sortimento maior de produtos e atender toda a demanda da melhor forma possível para o cliente.”

A Netshoes será a responsável pela produção de produtos da marca Nerdstore e por toda a operação do e-commerce, desde a plataforma de venda até a logística e atendimento. “Faremos esse marketplace acontecer”, diz Graciela Kumruian, CEO da companhia. “Tudo o que é relacionado a tecnologia, experiência do cliente, processamento de pagamentos, gerenciamento de estoque, logística de entregas, negociação com fornecedores e pós-venda, entre outros, ficará a cargo do time da Netshoes. É uma missão especial e estamos muito empolgados em colocar o Jovem Nerd em evidência e consolidar a Netshoes também no mercado de vestuários e artigos nerd e geek por meio da Nerdstore”.

O interesse da Netshoes em entrar no mercado de produtos nerds e geek sempre foi latente. No final de 2023, a empresa deu o primeiro passo nessa direção ao lançar, durante a CCXP, a collab Residium, em parceria com a Iron Studios. Depois, junto com o Jovem Nerd, no começo de 2024, com o lançamento de Ruff Ghanor, estreou no site uma coleção exclusiva e limitada de camisetas com personagens do game.

“Agora, a operação da Nerdstore aumenta ainda mais o nosso lastro nesse setor que, segundo a Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens, faturou mais de 22 bilhões de reais em 2022. É um mercado ainda em expansão e esse valor representa 5% de crescimento em relação ao ano anterior. Com essa parceria, adicionamos esse universo à nossa plataforma e usamos todo o nosso know-how para elevar a Nerdstore a um novo patamar de marketplace geek e nerd e levar ao consumidor uma experiência superior”, diz a executiva.

### **Lançamentos e produtos licenciados**

A primeira grande aposta do Jovem Nerd ao reassumir o controle da Nerdstore é a coleção de camisetas do filme Deadpool e Wolverine, um dos principais lançamentos previstos no cinema para este ano e estreia na próxima sexta-feira (25). Os clientes podem escolher entre cinco estampas diferentes e todos os itens são licenciados pela Marvel.

Confira as opções no link: <https://www.nerdstore.com.br/lst/mi-deadpool-wolverine>

### **Os motivos da venda**

A Nerdstore foi vendida por um motivo curioso: muita demanda. O rápido crescimento da loja e o desejo de ter uma produção própria acabaram se tornando um fluxo inviável para o momento. Era impossível todos os processos serem gerenciados por apenas duas pessoas - Ottoni e Deive. “Nós nos tornamos funis da produção e não conseguíamos crescer mais porque toda a produção estava concentrada nas nossas mãos. Além de todo o trabalho na loja, ainda tínhamos que editar o Nerdcast, que necessitava de atenção, tempo e qualidade. Isso tudo em um momento em que estávamos mudando para o Estados Unidos e gerenciar o varejo à distância era inviável”, disse o Jovem Nerd no vídeo do YouTube em que anunciaram a venda.

Além disso, a equipe precisou analisar onde deveria manter o foco e, como os fundadores sempre foram da área de conteúdo, optaram por terceirizar o e-commerce. “Vimos que a Nerdstore tinha um potencial muito maior do que poderíamos entregar para ela. Nesse período todo da venda, a Nerdstore fez o que sempre sonhamos: ter um centro de distribuição em São Paulo e ter uma produção própria”, afirma Ottoni.

**Sobre o Jovem Nerd.** O Jovem Nerd é um dos maiores hubs de conteúdo do Brasil, com podcasts e videocasts consagrados como o Nerdcast, Nerdooffice, Nerdplayer, Lá do Bunker, Mau Acompanhado, Caneca de Mamicas e Nerdologia. Além disso, possui o braço editorial NerdBunker, site que cobre notícias da cultura pop. O Jovem Nerd é uma parceria dos amigos Alexandre Ottoni, e Deive Pazos que, há 21 anos no mercado, criam conteúdo e uma aliança fiel com a audiência. A dupla ficou entre os Top 5 do ranking de personalidades web mais influentes de acordo com o IPSOS, um dos mais conceituados institutos de pesquisa de mercado e opinião pública do mundo. Alexandre Ottoni e Deive Pazos também são fundadores da Nonsense Creations, empresa que, assim como o Jovem Nerd, agora faz parte do grupo Magazine Luiza.

**Sobre a Netshoes.** A Netshoes é o maior e-commerce de artigos esportivos e lifestyle do país e oferece um amplo portfólio de produtos e serviços. Além disso, acredita na singularidade das pessoas e respeita o ritmo de cada um, entregando uma experiência de compra superior e mais completa. A marca está no



varejo digital há 24 anos e tem mais de 21 milhões de fãs nas redes sociais. A empresa também opera mais de 10 e-commerces no Brasil, como as lojas oficiais da NBA, NFL, além das lojas de clubes como ShopTimão, São Paulo Mania, Loja do Cruzeiro, InterShop e ShopVasco. Em 2019, a Netshoes passou a fazer parte do Magalu, reforçando o comprometimento da empresa com o consumidor e a visão de ser referência global em experiência de compra on-line por meio de inovação e conectividade em multiplataformas.

**IMPrensa MAGALU**

**André Vendrami**

[andre.vendrami@novapr.com.br](mailto:andre.vendrami@novapr.com.br)

**Patricia Vivas**

[patricia.vivas@novapr.com.br](mailto:patricia.vivas@novapr.com.br)