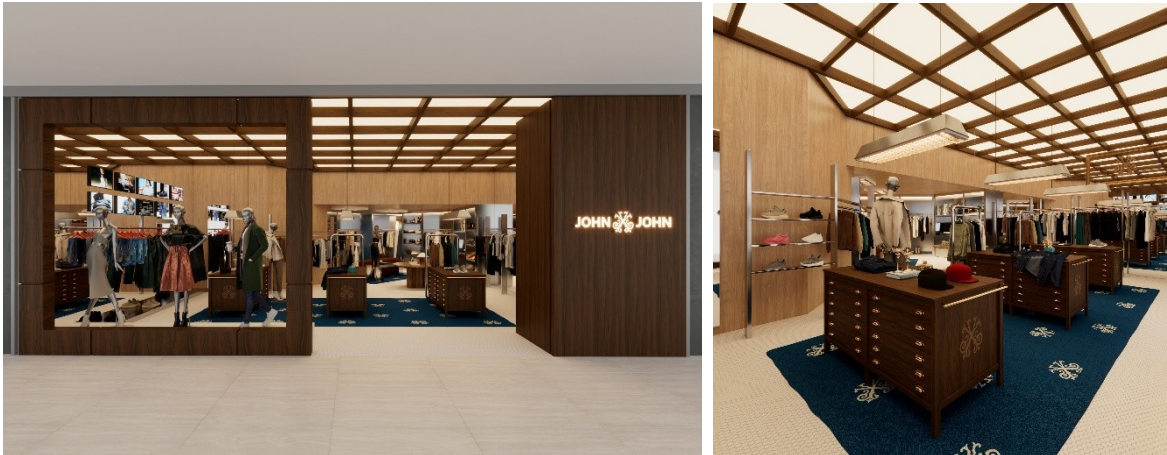


John John anuncia expansão por franquias na ABF Expo

Marca da Veste S.A. apresenta dois modelos de negócio para ampliar presença nacional a partir da força do jeanswear

São Paulo, junho de 2026 — Com trajetória consolidada no varejo de moda, a John John, marca da Veste S.A. que tem o jeanswear como essência do seu DNA, apresenta oficialmente na ABF Expo sua estratégia de expansão por franquias. O anúncio acontece



após uma reestruturação que levou a um crescimento de 7,7% no primeiro trimestre do ano.

“A John John vive um momento muito positivo, impulsionado pela evolução de produto, operação e posicionamento. O jeans sempre foi um dos principais códigos da marca e, agora, passa a ser também um dos motores da nossa expansão por franquias. Queremos crescer com parceiros estratégicos, combinando a força da marca e a estrutura da Veste S.A. ao conhecimento local de empreendedores qualificados”, afirma Renata Viacava, diretora de unidade de negócios da companhia.

A meta é abrir cerca de seis lojas franqueadas até o fim do ano e chegar a 30 unidades até 2028. Para isso, a expansão está estruturada em dois formatos complementares. O modelo John John contempla a experiência completa da marca, com loja maiores (aproximadamente 100 m²), mix mais amplo e investimento inicial a partir de R\$ 800 mil. O sortimento inclui jeans, camisetas, malharia, couro, alfaiataria, tecido plano, calçados, acessórios e peças com maior apelo de moda, traduzindo o lifestyle urbano, rocker e contemporâneo que caracteriza a marca.

Já o John John Denim foi desenvolvido para ampliar a capilaridade da marca em diferentes perfis de mercado, com uma operação mais enxuta e centrada em produtos de alto giro. São lojas de cerca de 60 m², com investimento inicial de R\$ 450 mil. O mix é concentrado em jeans, camisetas, malharia e acessórios, categorias que representam parte expressiva da venda da marca e permitem maior velocidade de reposição. Em ambos os casos, a rentabilidade estimada é de 12%, com payback previsto de 2,6 anos.

Para sustentar a expansão, a Veste S.A. oferece aos franqueados uma estrutura completa de suporte, incluindo treinamento, supervisão de campo, apoio na negociação com shopping centers, suporte na elaboração do DRE, consultoria operacional, calendário de marketing, ações regionais e acesso a ferramentas digitais desenvolvidas pela companhia. Entre elas está o Live Retail, aplicativo próprio que permite ao franqueado acompanhar, em tempo real, indicadores de venda, margem, fluxo, desempenho por vendedor e performance por produto.

A estratégia omnichannel também é um diferencial competitivo do modelo. Por meio da prateleira infinita, o franqueado poderá acessar o estoque da companhia e, ao mesmo tempo, ter seu próprio estoque integrado às oportunidades de venda da rede, ampliando o giro dos produtos e a experiência do consumidor. A marca também disponibiliza uma plataforma B2B para compras e reposições, além de quatro coleções anuais e cápsulas especiais ao longo do ano.

Mais do que acelerar a abertura de lojas, a John John reforça que a prioridade é construir uma rede sustentável, com parceiros de longo prazo. “Nosso compromisso não é apenas abrir franquias, mas desenvolver operações saudáveis. Buscamos parceiros com capacidade de gestão, afinidade com moda e varejo, conhecimento da praça local e visão de longo prazo. Queremos crescer de forma consistente, com franqueados que possam construir uma relação duradoura com a John John e com a Veste”, complementa Viacava.

Durante a ABF Expo 2026, os contratos terão 25% de desconto na taxa de franquia.

Sobre a John John

A John John é uma marca de moda com o jeans como essência do seu DNA. A marca é destino para quem busca estilo e atitude, oferecendo peça para todos os momentos do dia. Seu propósito é vestir pessoas que desejam ir além, com autenticidade e atitude, por meio de peças que acompanham cada momento da sua jornada. Além do jeans perfeito, oferece um mix completo feminino e masculino, em 34 lojas próprias espalhadas por todo o Brasil e mais de 500 pontos de venda.

Sobre a Veste S.A.

A Veste S.A. é um dos principais grupos de moda do Brasil e reúne em seu portfólio as marcas Dudalina, Le Lis, John John, Bo.Bô e Individual. A companhia atende diferentes perfis de consumidores e estilos de vida, com distribuição por meio de uma rede de mais de 190 lojas — entre unidades próprias e franquias — além de cerca de 3 mil multimarcas em todo o país. A empresa emprega mais de 3,5 mil colaboradores e mantém um compromisso público com a promoção da diversidade e da inclusão, com destaque para a equidade de gênero e a presença significativa de mulheres em posições de liderança.

Listada no segmento Novo Mercado da B3, mais alto nível de governança corporativa do mercado brasileiro, a Veste S.A. é associada ao Pacto Global da ONU e comprometida com os movimentos “Elas Lideram” e “Ambição Net Zero”, contando com metas climáticas aprovadas pela Science Based Targets initiative (SBTi). Suas fábricas possuem certificação ouro da ABVTEX, reforçando a gestão socioambiental responsável de suas operações. A Companhia também mantém metas e compromissos públicos ESG divulgados em [Veste Sustentabilidade](#), onde podem ser consultadas suas principais iniciativas na agenda de sustentabilidade. Com faturamento líquido anual de 2025 de R\$ 1,24 bilhão, a companhia consolida sua posição como referência no segmento de moda e *lifestyle* no Brasil.