

ATA DA PRIMEIRA REUNIÃO DOIS MIL E VINTE E TRÊS DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO, SERVIÇOS E EDUCAÇÃO PARA MODA SUSTENTÁVEL – ABRIMOS.

No dia catorze de fevereiro, a partir das dezenove horas, de forma online, reuniram-se os associados da ABRIMOS. As seguintes pautas foram discutidas: 1. Elaboração do projeto exportação para indústria moda sustentável; 2. Ações de exportação para o ano de 2023; 3. Encaminhamento sobre as necessidades diversas dos associados. Estavam presentes os associados: Demodê, Impacto Active Wear, Vestô, Tainah, Laluz, Sabrina Freire, Sarah Almeida, Mônica Krexha, Hugo Santos. Na sequência, a presidente da ABRIMOS, a senhora Francisca Vieira iniciou com sua apresentação e de sua empresa, a Natural Cotton Color, e na continuação começou a descrever de quais formas a ABRIMOS vai lutar para o desenvolvimento e promoção da moda sustentável no Brasil. Francisca iniciou falando sobre a reunião que teve com a APEX e sobre como do diretor foi receptivo ao rascunho do projeto de exportação da moda sustentável; em seguida, falou-se sobre dificuldade em lidar com o imposto inesperado e sobre aumentar a contrapartida da instituição de 50 pra 70%; a Associação vai buscar acordo de parceria com showroom físico e permanente; expôs que as empresas precisam de tempo para analisar demanda de produtos e traçar perfil de consumidor; dando o exemplo NCC com abertura de pop up no centro de Marais (Marré) - em Paris, para identificar o perfil e afunilar o público alvo; em seguida falou que a APEX ainda não definiu gestor para os projetos; falou que um showroom por um ano em Milão com 4 marcas com valores de 800 reais aproximadamente; enfatizou-se a importância com o presidente da APEX de ações e estratégias para micro e pequenas empresas que não possuem recursos com a finalidade de abrindo-se porta para a moda sustentável brasileira; reclamou que marcas sustentáveis estão sendo enquadradas como grande porte, tornando excludente o processo de prospecção; afirmou que a ABRIMOS buscará contrapartida econômica (disponibilizando ou contratando membros para a equipe executora do projeto), ao invés da financeira, onde aquisições são feitas; explicou que quem vai gerir dinheiro não é ABRIMOS e sim um auditor independente de escolha coletiva; falou que nos projetos será incluso intérprete para os estandes, além de atendimento para as marcas em eventos internacionais; a ABRIMOS buscará fazer com que todas as marcas tenham condições de estar em eventos internacionais; enfatizou que marcas com problemas de design precisam se adequar ao mercado; lembrou da importância de adequação das empresas em relação a produto e ser receptivo e abertos aos serviços de curadoria; disse que feiras, stands, popup desfiles farão parte do roteiro para as marcas exporem seus trabalhos, além de que o trabalho de curadoria para avaliar as empresas será incluído no projeto de exportação; enfatizou-se sobre a importância da certificação onde o Brasil não tem a cultura do processo de certificação e tornar a empresa oficialmente certificada com selos reconhecidos nos ramos de atuação; a ABRIMOS buscará alternativas que satisfaçam os empresários no sentido de atender cada marca individualmente, de acordo com suas necessidades; falou que está sendo solicitado capacitação em gestão para empresários, em desenvolvimento e adequação de produtos, acabamento de produto e mais importante para mídia e comunicação e design e que a sugestão é de que o projeto seja de um projeto de quatro anos inicialmente. Em seguida falou sobre as ações para exportação para as empresas, tais como: 1. Cada um deve dizer qual o interesse para exportação, 2. Qual produto da texbrasil é de interesse de cada um?, 3. Ver o link do tex brasil <https://texbrasil.com.br/pt/servicos/negocios/>, 4. Cada um deve buscar parcerias com entes públicos como SENAI e SEBRAE. Em seguida, espaço para dúvidas foi aberto e algumas surgiram: Tainah, que trabalha com joia orgânica, com fios e tecidos feitos da borracha perguntou se iria ter planejamento para todas as empresas, sendo respondida positivamente, onde após todas as curadorias, a ABRIMOS vai buscar apoio da semana de moda eco no brasil para trazer

compradores e fornecedores internacionais. As rodadas de negócios trazem de lá pra cá e analisar quais. Em seguida Tainah perguntou se a ABRIMOS está toda constituída, onde lhe foi exposto que o estatuto está disponível no site; após isso perguntou qual o foco da associação e lhe foi respondido que o foco é no Nordeste, porém é uma associação com empresas do Brasil todo. Esperamos demanda das empresas para podermos encaminhar de maneira assertiva. Não queremos mensalidade na ABRIMOS. Em seguida, a empresária Florencia da Use Impacto Moda sustentável esportiva, se apresenta com grade inclusiva e uso de poliamida biodegradável, apoia ong no Rio de Janeiro doando 5% do faturamento ainda não tem experiência em feiras internacionais, pergunta se o showroom é para varejo ou atacado? Como seria o transporte? Como seria a etiquetagem? Teve como resposta que isso faz parte dos pedidos de consultoria em gestão e adequação do produto ao mercado internacional. Em seguida, Celeste sugere que nos eventos seria interessante ter equipe para fazer contato com compradores para trazê-los aos eventos e Francisca concorda dizendo que prospecção de mercado é feito na Abit por profissionais caros. Showroom das grandes marcas que procuram sustentabilidade. Francisca fala que compram matéria prima com pouco de design. Logo após, a Demode gostou que parte dos investimentos vai para o marketing, viu que influencers comentaram sobre o BEFW que não sai nas mídias de maneira adequada e Francisca disse que não se fala na mídia sobre o Brasil Fashion Week pois não se tem uma equipe de comunicação capaz de divulgar os conteúdos gerados por eles; Sarah Florent, empresária de produto streetwear em BH, trabalha com economia circular e quis saber como outros empresários sentem o mercado internacional. Qual o caminho para o mercado internacional como uma representação dos produtos no exterior? Resposta: É diferente do Brasil, pois no exterior há um comprador para várias lojas, quando no Brasil é um representante por marca. Os eventos geralmente têm finalidades diferentes, alguns são para mostrar a marca e outros para fazer negócio. Sempre pensando no futuro. Como saber o perfil dos clientes da feira? Resposta: Pesquisa de rua e visitas técnicas, viagem de análise de moda, PEIEX, plataforma de pesquisa de mercado. Francisca com a palavra mais uma vez lembrou da importância dos relatórios de feira internacional para que haja responsabilidade individual na adequação dos produtos para o exterior; Vestô quis saber se tem alguma ideia de contratação para prospecção para a Europa. Resposta: Não adianta prospectar sem adequar o produto. Tem que ir para a feira e vê o que o mercado tá pedindo. Precisa de inovar, design, acabamento, certificação. Usar curadoria a seu favor ao invés de achar ruim as consultorias em adequação. Cada um deve procurar como certificar o produto. Como cada empresário deve achar a certificadora adequada.

Às vinte e uma horas foi dada a Primeira Reunião Ordinária Dois Mil e Vinte e três por encerrada, tendo sido lavrada a presente Ata por mim, Francisca Gomes Vieira, que vai assinada.

14/02/2023


Francisca Gomes Vieira - Presidente