

MINAS TREND IMPULSIONA NEGÓCIOS DOS QUATRO CANTOS DO PAÍS

Salão de Negócios reuniu compradores de diferentes partes do Brasil e do mundo e alavancou vendas nos segmentos de vestuário, bolsas, calçados, acessórios e têxtil

A 25ª edição do Minas Trend chega ao fim nesta sexta-feira (25) com um balanço positivo para os empreendedores. Em quatro dias, mais de 20 mil pessoas passaram pelo Salão de Negócios - o maior do segmento de moda na América Latina - , que reuniu marcas de vestuário, bolsas, calçados, acessórios e têxtil das cinco regiões do Brasil. O volume de vendas, em alguns casos, superou a casa dos 60% e contribuirá de forma significativa para a sustentação dos negócios até a próxima edição, prevista para abril de 2020.

De Norte a Sul do país, não faltam exemplos de quem escolheu o Minas Trend como um ponto de conexão com o mercado nacional e internacional. A consagrada marca do joalheiro e designer Hector Albertazzi (SP), especializada em acessórios de luxo, é um exemplo disso. Comemorando 10 anos de trajetória e 10 edições do Minas Trend, o grupo tem o evento como uma importante plataforma de promoção e geração de negócios. “Esta edição foi muito importante para nós. Abrimos novos clientes e em dois dias alcançamos o resultado que esperávamos para a feira inteira. Ainda não fechamos o resultado final, mas o crescimento parcial, comparado ao ano passado, está em torno de 60%. A estimativa é de que ele possa chegar a 90%. O evento é importante tanto para a abrangência da nossa atuação em cidades brasileiras, como para a entrada em novos países, como Polônia e Israel”, afirma Carla Panelli, diretora comercial da Héctor Albertazzi.

No mesmo segmento, mas com o olhar voltado para outra categoria de público, a artesã Leila Monteiro, de Maceió (AL) comemora um ciclo de três edições do Minas Trend com um resultado surpreendente. “Apenas no primeiro dia, eu vendi cerca de 70% do meu estoque. Tive que me adaptar para atender as demandas até o fim da feira. Retirei uma das vitrines e corri pelas ruas de Belo Horizonte para comprar mais material e continuar produzindo entre um atendimento e outro”, revela.

O Minas Trend também é escolhido como palco para o lançamento de tendências pelas marcas. Foi o caso da Ryzí e da DonnaLu, pertencentes ao Grupo MCM, de Novo Hamburgo (RS) que, em sua segunda participação, apostaram em um novo posicionamento no Salão de Negócios do evento, apresentando suas inovações nas famílias de bolsas. “O nosso resultado foi muito positivo. O Minas Trend é um evento importante para nossas marcas, pois traz o perfil de lojista

que buscamos, as boutiques. Acredito que os lançamentos colaboraram para esses números, assim como os investimentos em espaço e divulgação, em parcerias com influenciadoras digitais”, ressalta Samanta Melo, gerente comercial do Grupo.

Para o presidente da FIEMG, Flávio Roscoe, esta edição reflete o novo momento do evento e sua consolidação como uma importante plataforma de geração de negócios para a indústria nacional. “Ampliamos o fomento aos negócios, fortalecendo o Salão, e também acrescentamos ao evento o lançamento de produtos da indústria mineira em diferentes setores, como o de energia. Vamos agregar ainda mais qualidade ao que oferecemos à cadeia produtiva da moda”, pontua.

Pequenos também fizeram bonito

O Minas Trend também tem compromisso com o desenvolvimento de novos negócios. Nesta edição, o programa FIEMG Competitiva levou 43 marcas mineiras dos segmentos de vestuário, acessórios, bolsas e calçados para o Salão de Negócios. A oportunidade foi agarrada com unhas e dentes pelos empreendedores que fizeram bonito na feira.

A Le Jolie Lingerie, uma das marcas de moda íntima – segmento estreante no evento -, ficou satisfeita com a sua primeira experiência no Minas Trend. “Foi muito interessante ter esse contato com o público e perceber como a nossa marca é vista no mercado. Desenvolvemos uma coleção exclusiva para o Minas Trend, empregando uma pegada *fashion* na moda íntima, que pode compor os *looks* casuais. Participar do FIEMG competitiva foi muito importante, pois abriu nossos olhos para essa tendência e nos trouxe uma experiência que será fundamental para o futuro”, comenta Gislaíne Pereira, gerente de marketing da marca.

Já a Nouveau Jour, loja online de T-shirts premium, encontrou nos programas de desenvolvimento empresarial da FIEMG a oportunidade de elevar o seu patamar no mercado da moda. “Criei a marca há cinco anos e há um ano e meio trabalho com atacado. Tive a oportunidade de estreiar na edição primavera/verão 2019 do Minas Trend, por meio do programa Ready-to-go, participei de outros projetos neste formato e agora volto pelo FIEMG Competitiva. Fazer parte dessas iniciativas de capacitação foi essencial para que eu estivesse aqui hoje. Nesta temporada, tive uma boa movimentação no estande e consegui ampliar minha atuação com clientes de novas praças, dentro e fora do estado”, conta Natália Carneiro, proprietária da marca, que revela seu sonho: “quero me consolidar para voltar aqui por conta própria”.

Minas Trend – Tecendo Futuros

O Minas Trend é o maior Salão de Negócios de moda da América Latina, realizado em Belo Horizonte, em duas temporadas anuais primavera/verão e outono/inverno. A iniciativa da Federação das Indústrias de Minas Gerais (FIEMG) tem o objetivo de fomentar a indústria mineira da moda, trazendo oportunidades para toda a cadeia produtiva e promovendo a qualidade e a versatilidade de seus segmentos. A plataforma é conhecida internacionalmente por lançar tendências e oferecer uma experiência completa ao público, unindo conteúdo de moda, geração de negócios e a oferta de entretenimento de qualidade.

O Minas Trend conta com apoio e patrocínio do SEBRAE, CODEMGE, AngloGold Ashanti, Multiplan, SESI SENAI Nacional, ABIT, Mais Previdência, Instituto Estrada Real, CEMIG, Ministério da Cultura, Lei de Incentivo à Cultura, Krug Bier, Zuurgin, IED + Consulado da Itália, Energisa/Alsol, CEMIG SIM/Mori, Credifiemg, Caimi&Liaison e Ecomaterioteca.

Assessoria de Imprensa – Rede Comunicação**Déborah Santos – (31) 99139-0373**