

Missão Comercial Russa deve gerar mais de Us\$ 4,2 Milhões a calçadistas brasileiros

As 34 marcas brasileiras de calçados que participaram da 5ª Missão Comercial Rússia, organizada no âmbito do programa Brazilian Footwear.

As 34 marcas brasileiras de calçados que participaram da 5ª Missão Comercial Rússia, organizada no âmbito do programa Brazilian Footwear, mantido pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) em parceria com a Agência Brasileira de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), ocorreram nos dias 5 e 7 de junho, saíram satisfeitas da ação internacional. De acordo com relatório gerado pela Abicalçados, foram quase 300 contatos com compradores internacionais, grande parte deles inéditos, que devem gerar US\$ 4,12 milhões em negócios – somados os realizados in loco e nos próximos meses em decorrência da participação.

A gestora de Projetos da Abicalçados, Roberta Ramos, destaca que foram realizados ótimos contatos com compradores potenciais. “A quinta missão superou nossas expectativas em termos de números, tanto de participantes, quanto de visitantes locais. Foi uma parceria inédita entre o Escritório da Apex-Brasil em Moscou, a Embaixada brasileira e a Abicalçados”, comenta, ressaltando o trabalho de matchmaking realizado por uma empresa russa que potencializou os negócios. Outro fator de destaque foram os negócios realizados com marca própria, que devem representar 90% do total. “Os números mostram que estamos conquistando espaço no mercado com marcas brasileiras, invertendo uma realidade que sempre foi de private label”, acrescenta Roberta.

Continuidade

Para o gerente de Exportação da Democrata, Anderson Melo, a marca vem em crescimento gradual, ainda tímido, naquele mercado, mas entende que a chave do sucesso é a continuidade. “O crescimento ainda é lento, muito por conta da situação econômica do país. Ainda assim, só com a continuidade e a presença aqui esse crescimento mais robusto será possível”, projeta. Marcelo Bergonsi, representante da West Coast, faz eco à afirmação, de que fincar o pé naquele mercado é fundamental para aproveitar o potencial de um país que consome quase 500 milhões de pares por ano, sendo a maioria deles importados.

Efetividade

Rodrigo Matos, representante da Beira Rio, empresa que participou das cinco missões para a Rússia, destaca que a ação está cada vez mais consolidada no calendário da empresa. “Cada vez temos mais importadores presentes. Essa é a ação mais efetiva desenvolvida pelo Brazilian Footwear”, elogia Matos.

Pela primeira vez na Missão, Leandro Machado, da Exportação da Klin, ressalta a organização do evento, especialmente quanto à qualidade dos compradores convidados

Portas abertas

O gerente de Exportação da Raphaella Booz, Marcos Vinícius Booz, comenta que, embora não tenham fechado negócios in loco, a ação gerou ótimos contatos para vendas futuras. “Não tínhamos nenhum trabalho iniciado na Rússia e abrimos portas importantes nesse mercado”, avalia.

Parceria

A realização da ação foi possível graças a uma parceria inédita entre a Abicalçados, o Escritório da Apex-Brasil Eurásia, em Moscou, e a Embaixada Brasileira na Rússia. Com destaque para o showroom, realizado no hotel Courtyard Marriot, na capital russa, onde 34 marcas brasileiras receberam mais de 70 empresas de varejo e distribuição interessadas em trabalhar com o Brasil, a Missão contou ainda com seminário

preparatório para o mercado local e um evento de relacionamento com a imprensa segmentada russa na Embaixada Brasileira.

Participaram da ação as marcas Piccadilly, Pegada, Stephanie Classic, Werner, Ipanema, Rider, Grendha, Zaxy, Cartago, Beira Rio Conforto, Moleca, Molekinha, Molekinho, Modare, Vizzano, Carrano, Ramarim, Whoop, Comfortflex, Democrata, Raphaella Booz, West Coast, Cravo & Canela, Klin, Kildare, Viviar Shoes, Petite Jolie, Itapuã, Bibi, Arezzo, Schutz, Ala, Zatz e Freeway Shoes.

Fonte: Apex – Brasil