

# XV FENIM – FEIRA NACIONAL DA INDÚSTRIA DA MODA INVERNO

Ao chegar à 15ª edição, a Fenim mostrou quanto é próspera. Realizada no Serra Park, em Gramado (RS), entre os dias 25 e 28 de janeiro, a feira contou desta vez com 600 expositores e mais de mil marcas, cujos lançamentos da temporada outono-inverno foram mostrados para um público de quase 30 mil pessoas. O intenso calor que fez nos dias da feira levantou inúmeras queixas pela falta de ar-condicionado no pavilhão. Apesar disso, os expositores não puderam reclamar dos negócios. O evento atraiu fabricantes de vários estados do Brasil, além dos visitantes internacionais vindos de 11 países, entre eles Espanha, Hong Kong, Itália e Portugal. Em geral, os negócios foram em média 20% maiores que em 2010. "O calor incomodou, mas o movimento da feira estava ótimo. Nossos pedidos aumentaram cerca de 30% em comparação com a edição anterior", revelou Sérgio Ruksenas, gerente de produto da Nicoboco. O gerente de vendas da Plié, Samuel Vogel, também citou o calor excessivo, porém teceu elogios à feira: "Estamos na Fenim pela 11ª vez. Aproximadamente 40% da coleção de inverno da Plié é vendida por meio do evento", ressaltou.

Foto: Roselaine Araujo



SÉRGIO RUKSENAS, GERENTE DE PRODUTO DA NICOBOCO

Júlio Viana, diretor da Expovest, empresa organizadora da Fenim, enfatizou "não se trata...comprar". "Não se trata de uma simples feira de exposição. A Fenim é um encontro de negócios. Buscamos trazer lojistas dispostos a comprar".

A compradora paranaense Maria Dantas apontou a diversidade: "A Fenim tem artigos de todos os segmentos e este ano as coleções estão ricas em detalhes. As marcas estão de parabéns!", afirmou. De fato, vários segmentos estavam presentes na feira. Moda feminina, masculina e infantojuvenil puderam ser vistas ao lado de itens de lingerie e acessórios. Confira algumas novidades deste ano.

**Dzarm** – Com o tema Dream, a marca trouxe casacos de viscose, plush, lã e moletom, além de opções em couro fake e lã. Vestidos de malha com babados e jeans com lavagens desgastadas também fazem parte da coleção de inverno.

**Frolê** – A malharia de Caxias do Sul, que está na Fenim desde a primeira edição, levou para o pavilhão peças desconstruídas, listradas e cheias de estampas. A coleção de inverno da marca chega ao mercado no fim de fevereiro.

**Hope** – A empresa comemorou seus 45 anos de atividade tendo como garota-propaganda ninguém menos que Gisele Bündchen. A novidade agora é a linha Touch Iron. Nela, há sutiãs desenvolvidos com detalhes de metal feitos para ficar à mostra.

Foto: Divulgação



HERING

**Hering** – A coleção é marcada pelos temas Gangsters, Militar e Romantic Underground. Para as mulheres, o destaque é Militar Retro, que traz casequinhos com cintura marcada e mangas volumosas, além de estampas florais.

**Liz** – A novidade é a linha Loungewear, confeccionada com algodão pima peruano, cujos diferenciais são a grande maciez e a durabilidade. Camisetas, shorts e calças para usar em casa aparecem em cores suaves, com padrões listrados e xadrezes.

**Kissaman** – Camisas amplas e vestidos de diversas estampas despertaram a curiosidade do público, que encontrou também no estande da marca mineira casacos e camisões xadrez.



KISSAMAN

**Linx** – Especialista em software de gestão, a Linx divulgou o catálogo eletrônico Live!Point. O produto introduz a pré-venda dentro da própria loja. O consumidor, usando o recurso touchscreen, consegue navegar nos catálogos e efetuar compras de modo automático.



MASH

**Mash** – A linha Casual fez grande sucesso com o ex-BBB Kadu Parga como garoto-propaganda da marca. Cuecas slip e boxer chegam em modal (fibra de viscose que se diferencia pelo conforto). Há estampas listradas e modelos lisos em tons pastel.

**Nicoboco** – Dentro de um estande de 177 m², a grife ressaltou as jaquetas e os acessórios de couro sintético com modelagem inspirada nos anos 1980. O apelo sustentável também apareceu nos moletons femininos, fabricados com fios reciclados de garrafas PET.

**Plié** – A grande aposta é o Control Line, artigos de underwear que vão do tamanho 36 ao 50. A alta tecnologia de compressão da marca permite modelar o corpo sem apertá-lo. As peças diminuem até dois números no manequim de modo confortável e prático.

**Puc** – A inspiração veio das universidades norte-americanas e britânicas. As garotas ganharam modelagens amplas e volumosas. Mangas com ares cinqüentinha fizeram sucesso. Já os garotos contam com camisetas de listras na manga e estampas de bolas de beisebol.



PUC

**Recco** – A marca lançou pijamas para toda a família, incluindo até o cachorrinho de estimação. Os produtos trazem estampas semelhantes em cores e acabamentos iguais.

**Scala** – Entre meias, calcinhas e sutiãs, a marca fortalece o investimento nas peças de outerwear. Camisetas e blusinhas justas ao corpo surgem com fios de buclê, moline e microfibra. Os modelos sem costura aparecem nas coleções Ilusion, Antique e Rustic.