



## SCMC - O QUE É?

- Estimula o desenvolvimento de um ambiente de INOVAÇÃO, DESIGN e CULTURA de moda
- Reúne empresas que, naturalmente, **poderiam ser concorrentes**, mas que estão juntas no mesmo propósito
- É uma **plataforma diferenciada e única** em toda a América Latina

## CARACTERÍSTICAS DO POLO TÊXTIL CATARINENSE:

- Ótima tecnologia
- Fabricante de produtos com qualidade para grandes marcas
- Grande capacidade instalada
- Cadeia verticalizada

## NECESSIDADES DO POLO TÊXTIL DE SANTA CATARINA:

- Saber criar
- Inovar em processos e produtos
- Antecipar tendências de comportamentos
- Inovar sempre, atuando como catalisador

EMPRESAS



INSTITUIÇÕES DE ENSINO



APOIADORES



PATROCÍNIO



PARCEIROS



## SCMC – AO LONGO DE 6 ANOS

- 28 empresas participantes de 2005 até 2011
- 18 instituições de ensino participantes de 2006 até 2011
- Desenvolvimento de coleções que culminaram em cinco grandes desfiles
- Palestras realizadas:

Irmãos Campana

Ozires Silva

Roberto Stern

Michel Klein

Guto Indio da Costa

Lilian Pacce

Romeo Busarello

Carlos Ferreirinha

Fernando Escuder

Mário Queiroz

Vitor Seravalli

Edinho Vasques

Ted Schachter

Fernando Pimentel

António Baliarda

Kleber Puchaski

## SCMC – AJUDOU NA FORMAÇÃO

- Mais de **300** alunos de Design e Moda com participação direta
- Mais de **500** profissionais capacitados
- Mais de **9.800** alunos em palestras e demais eventos
- Mais de **30.000** participantes nos eventos realizados

## SCMC – PRODUZ E GERA RIQUEZAS

- Crescimento no faturamento das empresas associadas = **131%**
- Aumento de empregos nas empresas associadas = **36%**
- Crescimento nas matrículas dos cursos de Moda = **80%** (nas unidades participantes do Senai)
- Alunos empregados atualmente = **90%** dos participantes



Canal : Cia. Hering Institucional  
Veículo : Folha de S. Paulo  
Seção : Ilustrada

Data : 23/4/2010  
Página : E04  
Tipo de Clipping : Impresso



Agulhas no front

Última Moda

VIVIAN WHITEMAN (Intelecta) ultimamoda@folha.com.br

# Agulhas no front

Semanas de moda regionais brigam para conquistar espaço no cada vez mais disputado território fashion brasileiro

Apesar da crise mundial, os últimos cinco anos foram de festa para a moda brasileira. Não apenas pelo amadurecimento de uma indústria que espera faturar US\$ 50 bilhões até o final de 2010 (faturou US\$ 47 bilhões em 2009), mas também pelo surgimento e consolidação de eventos que ajudam a aquecer os negócios do setor.

Desde 2005, foram criadas seis novas semanas de moda no Brasil. Com diferentes formatos e propostas, eventos como Paraná Business Collection (PR), Minas Trend Preview (MG), Capital Fashion Week (DF), Santa Catarina Moda Contemporânea (SC), Moda Recife (PE) e Rio Summer (RJ) ajudam a traçar um novo panorama do calendário fashion brasileiro. "Esses novos eventos refletem a necessidade de uma descentralização da moda no Brasil, um país grande e diverso", diz Fernando Pimentel, superintendente da Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção).

O grande modelo de sucesso para os eventos iniciantes é a São Paulo Fashion Week, comandada pelo empresário Paulo Borges e que pertence ao grupo de investimentos In-Brands, também proprietário do Fashion Rio e do Rio Summer. Sozinha, a SPFW movimenta, direta (desfiles e negócios) e indiretamente (turismo,

noite, eventos paralelos etc), cerca de R\$ 1,5 bilhão em cada uma de suas edições.

Diante de cifras tão polpudas, é de se esperar que na hora de dividir o território da moda brasileira a disputa pelo maior pedaço seja acirrada.

O negócio dos eventos de moda fez com que verdadeiros exércitos fashion fossem criados e, nessa guerra das agulhas, sobram críticas para a centralização dos investimentos no eixo Rio-São Paulo. Para tentar virar o jogo, alguns eventos estendem as bandeiras de sua região, outros preferem focar

suas ações na descoberta de jovens talentos, tudo para atrair o apoio da indústria e de possíveis patrocinadores.

Para mapear os rumos dessa disputa, a **Folha** falou com os organizadores das dez maiores semanas de moda do Brasil e criou um mapa das fashion weeks, com números, objetivos e áreas de atuação de cada um dos eventos. Confira:

com PEDRO DUNIZ

Chic  
gloria kalil



RECONSTRUÇÃO  
COMPLETA\*  
EM APENAS 7 DIAS.

CLIQUE E FAÇA C

ALÔ, CHICS!

MODA

BELEZA

COMO USAR

BOA VIDA

TV CHIC

ESPECIAIS

Acho Chic

Fashion Business

Minas Trend Preview

Fashion Rio

SPFW

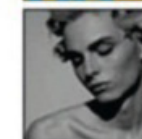


Em SC, desfiles dão lugar a projeto multimídia com exposição de moda e design, mostra de vídeos e DJs



#### Debate

"O mundo não compra produtos, compra marcas", alerta Gloria em seminário da Folha



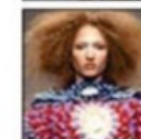
#### XXX

Capa de revista com modelo Andrej Pejic é censurada por conta de sua androginia



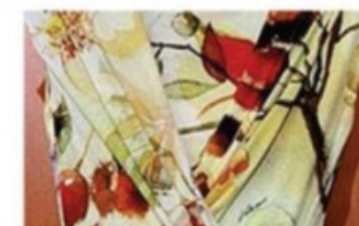
#### Agenda

Gloria apresenta palestra no Fashion Business sobre mercado de moda



#### Portfólio

Faculdade Santa Marcelina recorda alunos mais criativos em exposição



MinasTrendPreview

#### Notícias

+ Lidas

+ Recentes

+ Comentadas

+ Votadas

SUPORTE

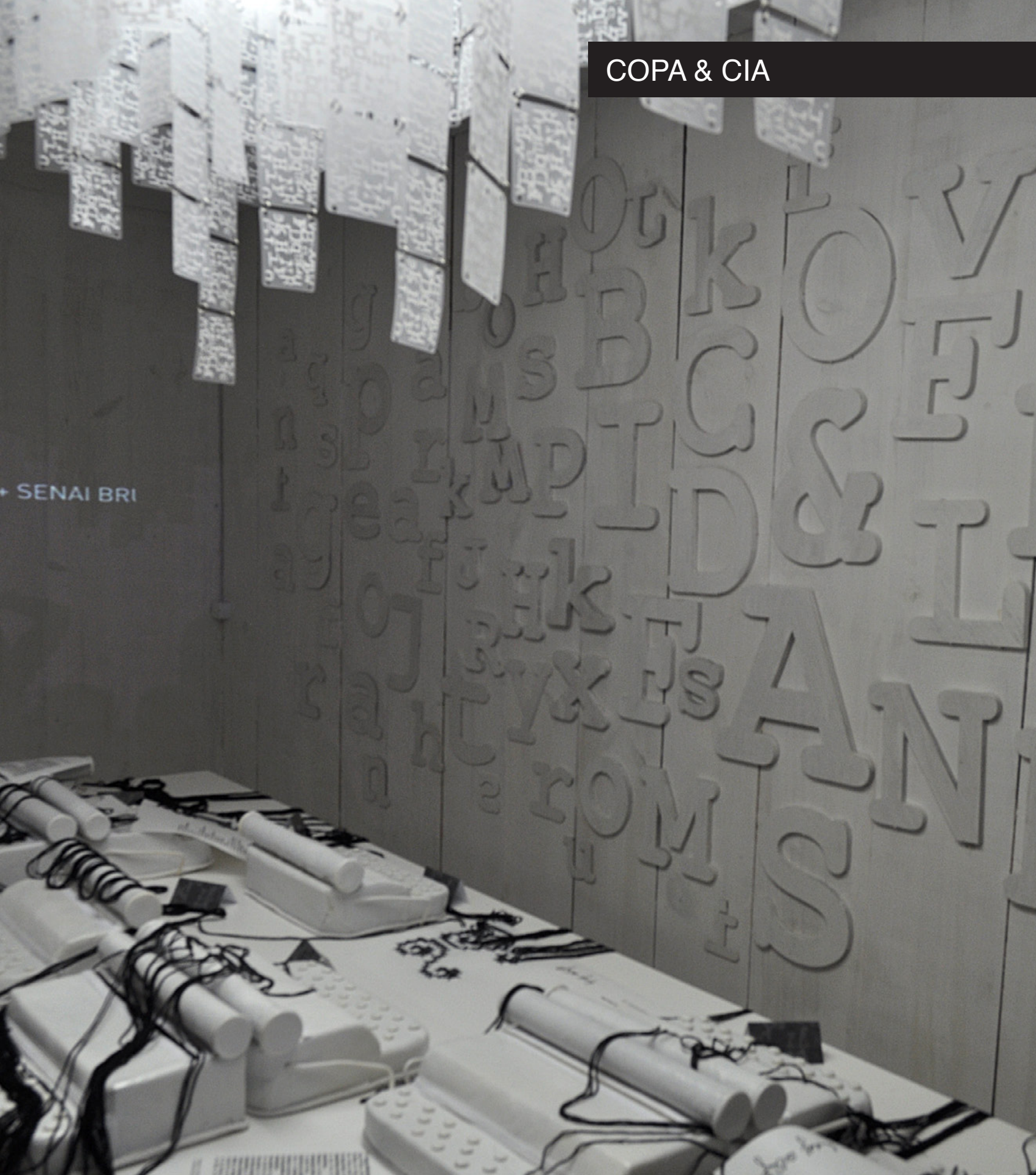
» Sapatos com efeito color blocking e pylon são as primeiras tendências de sapatos pro verão apontadas em showroom

DALILA

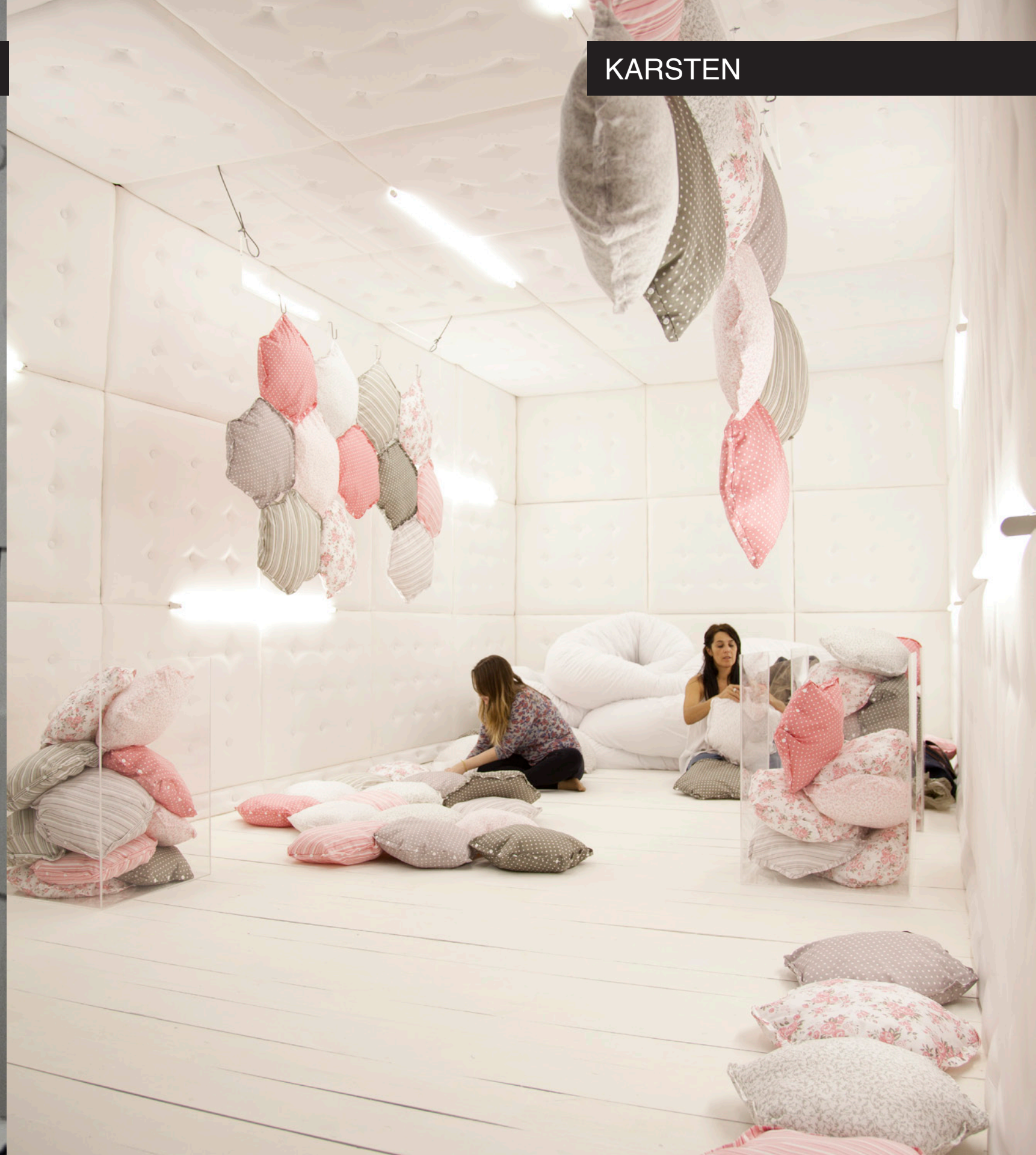


A TRANSFORMAÇÃO

COPA & CIA



KARSTEN







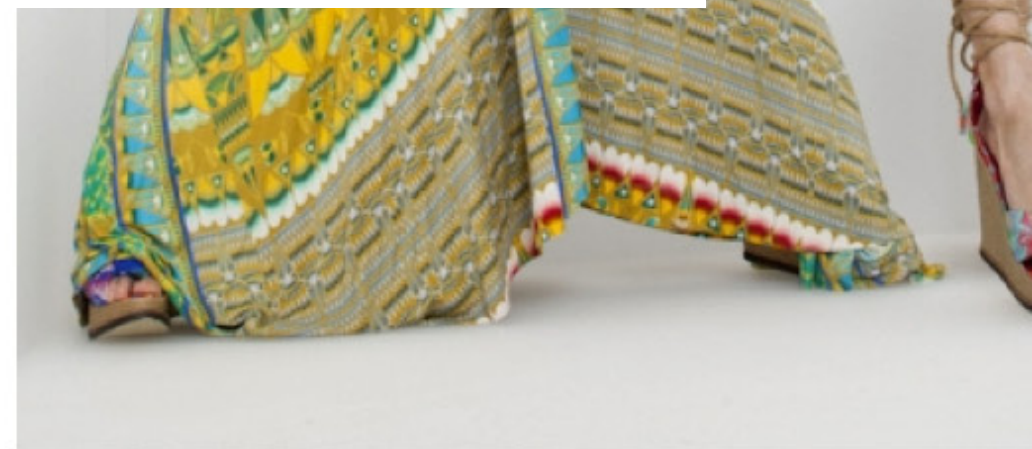
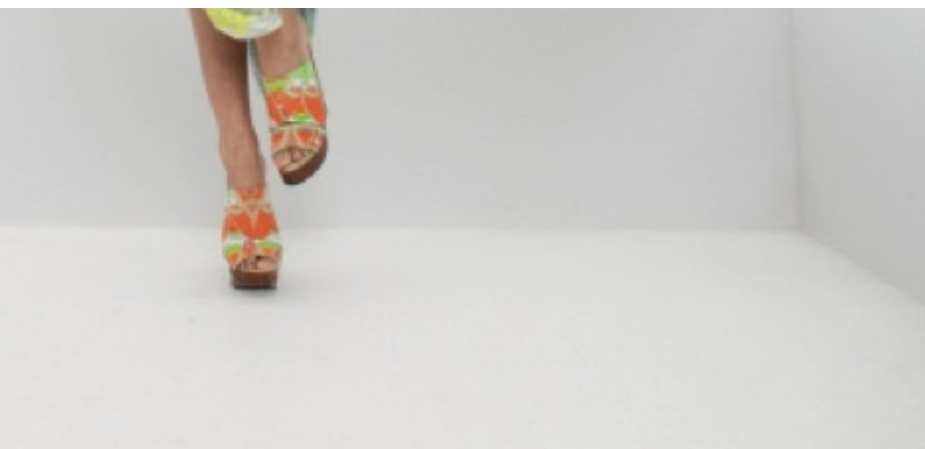
LANCASTER







SCMC ANO #7



## PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO



- **Design Thinking:** Oficina em quatro módulos que mostra como aplicar os conceitos de design na metodologia de cada empresa



- **Sustainable Hub:** Programação de cinco oficinas, em que cada uma abordará um tema central de sustentabilidade e proporcionará a seus participantes os instrumentos para que as ações adequadas comecem a ser desenvolvidas
- **VIC** - Visitas multissetoriais que promovem o contato com empresas de referência em outros segmentos de atividade
- **Experience:** Um momento em que as empresas têm a oportunidade de receber as demais companhias associadas ao SCMC e convidados para compartilhar seu atual modelo de gestão e processo de inovação
- **Oficinas e Palestras:** Profissionais de destaque de vários segmentos são convidados para transmitir estudos, pesquisas e experiências de determinados assuntos de interesse

## RESORT CULTURE CONCEPT

- Conceito originalmente utilizado pelas marcas de luxo
- Define um novo senso de estilo, para ser usado o ano todo
- Linguagem cross-cultural que transmite exuberância, relaxamento e integração com a natureza
- Lifestyle confortável e glamuroso que envolve viagens, férias e locais paradisíacos

NUM ESTUDO SOBRE A EXPERTISE DE MODA DAS PRINCIPAIS CAPITALS LANÇADORAS DE TENDÊNCIAS NO MUNDO PODEMOS AFIRMAR:



PARIS É LUXURYWEAR // FANTASIA





LONDRES É CONCEPTWEAR // EXPERIMENTAÇÃO



MILÃO É O CLASSICWEAR // DESIGN



NOVA YORK É URBANWEAR // SOFISTICAÇÃO



TOKYO É DO-IT-YOURELFWEAR // OUSADIA



RIO DE JANEIRO É BEACHWEAR // SENSUALIDADE



BELO HORIZONTE É EVENINGWEAR // MANUFATURA



**SANTA CATARINA É RESORTWEAR // CONFORTO**



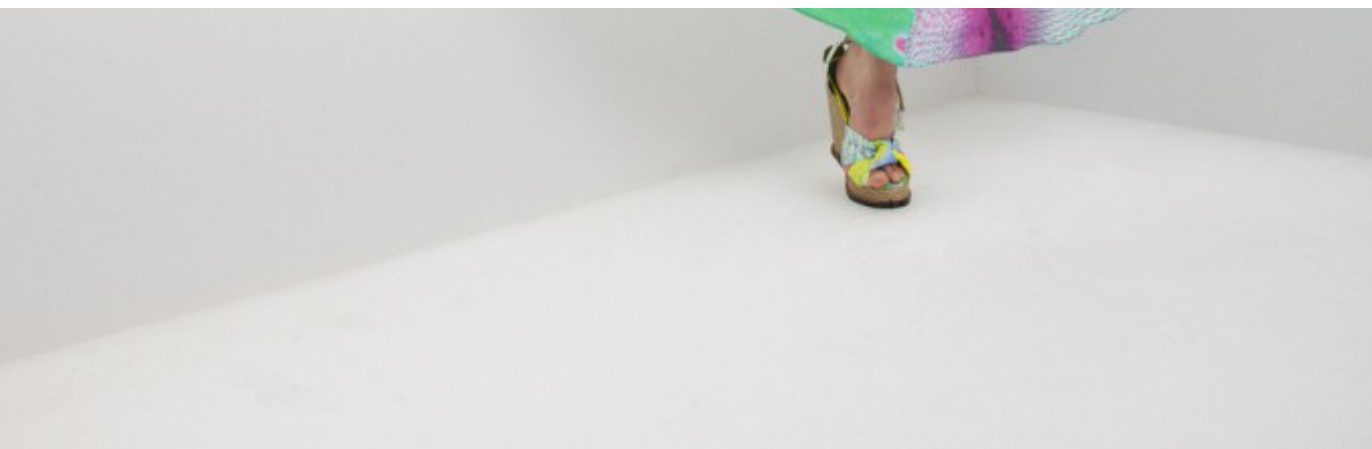
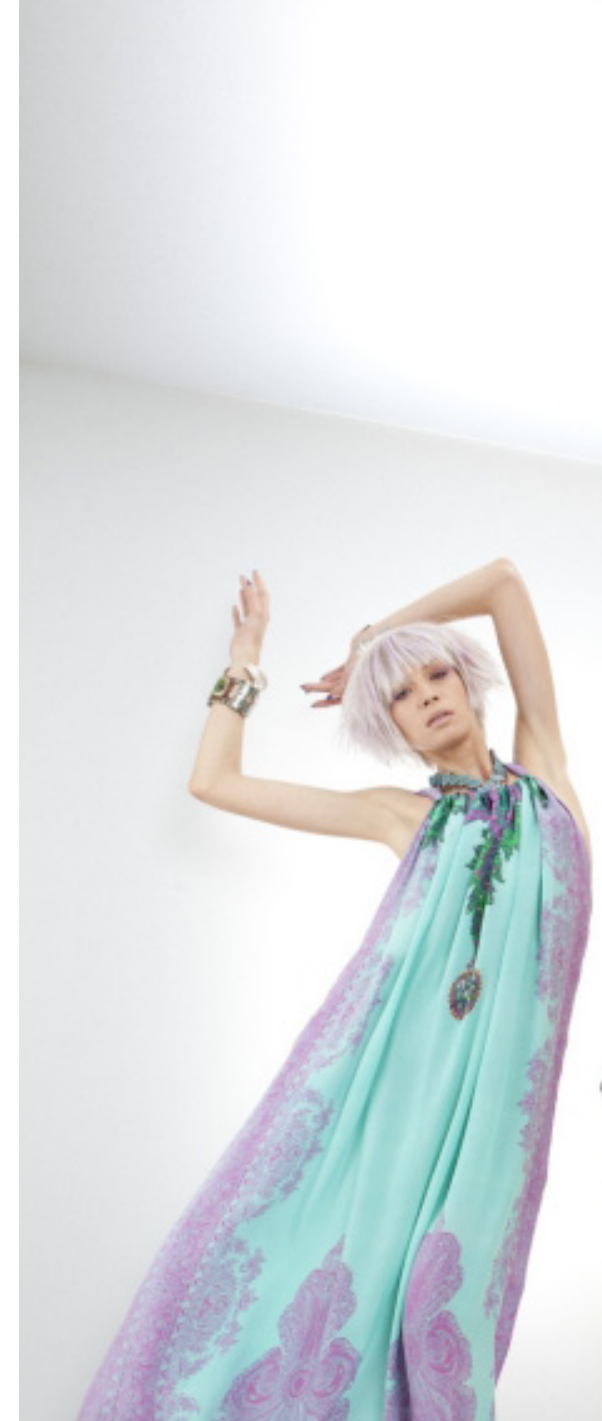
UMA IDENTIDADE DE MODA QUE COMEÇA A SER DESENHADA EM 2012

## DRIVERS DA CULTURA RESORT EM SANTA CATARINA

- Litoral paradisíaco (ilhas, praias, montanhas com vista para o mar)
- Mata Atlântica preservada
- Conexão com a natureza
- Multiculturalidade
- Sensualidade nativa
- Esportes náuticos
- Nightlife efervescente
- Lounge & Club Music
- Alta-Gastronomia

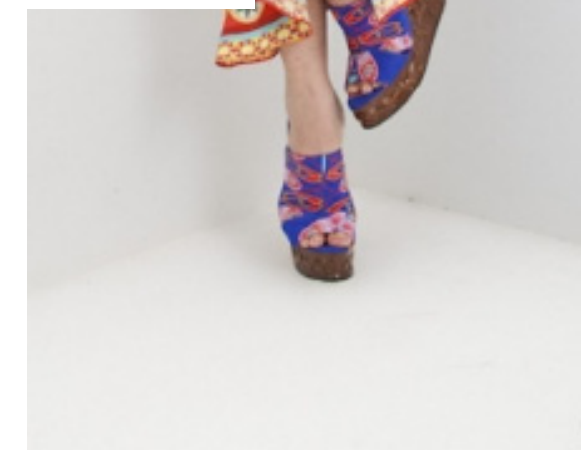
## OBJETIVOS DO POSICINAMENTO RESORT CULTURE CONCEPT

- Reunir o melhor de todas as empresas envolvidas, respeitando suas individualidades e tecnologias, para a aplicação de um conceito único de RESORT WEAR
- Criar coleções cápsula individuais, com desdobramentos do conceito para linhas comerciais
- Dar continuidade ao formato inédito da apresentação final (exposição, arte, design, cultura jovem e fashion video)



MODA E TURISMO

- Aproximar o evento de Moda da efervescente indústria do Turismo de Santa Catarina
- Reforçar sinergia com a área hoteleira, o entretenimento, a alta-gastronomia, a cervejaria artesanal Premium e a nova cultura de vinhos e espumantes que se estabelece no Estado
- Colocar a Moda a serviço do Turismo no sentido de atrair novos consumidores e investidores
- Lançar um livro de Moda apresentando as marcas do SCMC inseridas no conceito Resort Culture
- O livro visa ainda fortalecer a cultura gourmet com a apresentação de receitas de chefs renomados de Santa Catarina



MODA COMO INTERVENÇÃO URBANA



## BREAD & BUTTER

A famosa feira de negócios de moda especializada em street e urbanwear, que acontece anualmente em Berlim, ocupa o espaço histórico do aeroporto desativado Tempelhof, ocupando áreas internas e externas para o lançamento, confirmação de tendências, networking e entretenimento.







## CHANEL CRUISE COLLECTION

Precursor das coleções Cruise, Karl Lagerfeld desfila suas criações de alto verão apropriando-se de praias, piscinas e villas à beira mar para evocar os ares de paraísos turísticos como Saint Tropez, Miami, Veneza e Cap D'Antibes, na Côte D'Azur.







RALEIGH HOTEL, MIAMI



OBRIGADO

