



## **INÉDITO NO BRASIL, *SPORTSYSTEM MADE IN ITALY* REÚNE, EM EVENTO HOJE (4/8) NO RIO DE JANEIRO, O MELHOR DA MODA *TECHNICAL SPORTSWEAR* E *LEISUREWEAR* PARA ATLETAS E CONSUMIDORES**

O Rio de Janeiro, sede da 32ª edição dos Jogos Olímpicos da Era Moderna, é também palco do *Sportssystem Made in Italy*, versão Rio 2016 do evento que ocorre antes das competições esportivas mundiais, reunindo o que há de mais inovador no cenário da moda esportiva - do *technical sportswear* ao *leisurewear* de marcas italianas *top of mind*. Evento semelhante foi realizado, por exemplo, às vésperas das Olimpíadas de Londres. Hoje (4/8), um dia antes da abertura oficial dos Jogos, repete-se no Consulado da Itália, no centro do Rio de Janeiro, para um grupo de convidados, entre autoridades, socialites, atletas, empresários, blogueiros e jornalistas de moda e de esportes do eixo Rio-São Paulo.

O megadesfile é promovido pela Italian Trade Agency (ITA) – órgão do governo italiano que promove a internacionalização de empresas do país - com a colaboração da Assosport - Associação Italiana dos Fabricantes de Material Esportivo -, sob os auspícios da Embaixada da Itália, cujo novo titular Antonio Bernardini recebe os convidados ao lado do cônsul Riccardo Battisti, da diretora da ITA Brasil, Erica Di Giovancarlo, e do diretor do Instituto Italiano de Cultura do Rio de Janeiro, Andrea Baldi.

O desfile único, comandado por Carlos Pazetto com modelos da Ford Models, apresentará cerca de cem looks e mil itens, que atendem às exigências da prática de esportes e compõem a estética contemporânea nesse segmento. “Será um show de estilo, arte e alta tecnologia para esportistas amadores e profissionais”, garante Erica, que é atleta e tem no currículo inúmeras premiações em vela.

Referência em moda e design, a Itália tem em suas marcas do segmento esportivo o importante diferencial da alta tecnologia empregada na pesquisa e desenvolvimento de produtos. “Tudo isso faz das etiquetas italianas, que levam em seu DNA o conceito do genuíno *Made in Italy*, ícones que circulam pelos principais centros de difusão da moda esportiva. Elas também são elementos de destaque nas grandes competições do setor”, assinala Erica.

## **Brands**

Arena, Boxeur de Rues, Castelli, CMP, Dainese, Deha, Ferrino, Freddy, Kappa, La Sportiva, Lotto, Macron, Mondo, Pinarello, Scorpion Bay, RH+, Sergio



Tacchini, Sidi, SIX2 e Technogym vão mostrar tecnologia de ponta para performance do atleta e do consumidor de todo o mundo em vestuário, acessórios e equipamentos para atletismo, boxe, ciclismo, futebol, natação, motociclismo e tênis, entre outras modalidades.

Cada uma das marcas que se apresentam é sinônimo de muito investimento em inovação. A **Arena**, surgida em 1973, é universalmente reconhecida como uma das marcas *premium* de moda praia e equipamentos de alta qualidade, destinados a atletas competidores e aos fãs dos esportes aquáticos em todo o mundo. Presente em 106 países, a marca desenvolve suas linhas masculinas e femininas estabelecendo pleno diálogo entre moda, tecnologia e performance para o atleta.

A **Boxeur des Rues** traz o *Street Fighter* literalmente em seu conceito. Trata-se de uma marca inspirada no mundo do *savate*, isto é, o boxe francês que nasceu a partir da união das técnicas clássicas do boxe inglês com as artes marciais orientais, como reminiscência de uma cultura criada por marinheiros franceses a partir de viagens ao Extremo Oriente no século XIX. A Boxeur des Rues desenvolve seu *sportswear* para atletas, permeado de influências do *streetwear*, seja para o boxe, seja para o MMA.



A prática do ciclismo, tão difundida hoje, encontra na **Castelli** uma das principais referências em criação e desenvolvimento de produtos para atletas que buscam o máximo desempenho. Criada em 1876, a marca tem longa história de inovação no segmento de ciclismo, o que inclui a primeira bermuda com Lycra®, primeira versão do short colorido para ciclismo, passando pela revolução estética das malhas estampadas por sistema de sublimação. Outros marcos tecnológicos da Castelli são o desenvolvimento das membranas à prova de vento (*windproof membranes*), a primeira almofada do assento anatômico, além da malha mais leve e da camiseta com a melhor aerodinâmica jamais produzidas.

A **CMP**, por sua vez, reúne todos os requisitos da moda esportiva com tecnologia avançada, perfeitamente integrada ao estilo de vida de seus usuários. Jaquetas, agasalhos, bermudas e *t-shirts* têm a tecnologia na medida certa para atender consumidores que aderem ao esporte sob qualquer condição climática, seja na cidade, no campo ou nas montanhas sob a neve, por exemplo. A CMP é detentora do notável Certificado Oeko Tex, o que garante a ausência de substâncias químicas nocivas em todo o processo de produção de suas coleções. Tudo isso unido ao desempenho dos usuários e à ampla gama de cores que imprime energia às linhas de artigos.

A **Dainese** surgiu no competitivo cenário das marcas esportivas em 1972, tornando-se a pioneira na Itália no desenvolvimento de produtos de vestuário e proteção para motociclistas. Sua linha de produtos tem como inspiração a geometria do arsenal medieval, implementada pela inovação tecnológica. Para praticantes da motovelocidade e adeptos de outras modalidades, a Dainese oferece criteriosa seleção de artigos dotados de design, qualidade e segurança, entre os quais macacões, calças, botas, luvas, protetores de coluna e tórax e *sliders* de joelho.

Já a história da **Deha**, de moda feminina para o segmento da dança, surgiu a partir do encontro entre dois especialistas em suas áreas: o jovem atleta italiano Raimondo Tauro e o também jovem designer italiano Renato Vendramel. Isso nos anos 1960, quando o design italiano e a moda viviam um momento de

extraordinária expressividade. Enquanto o primeiro notava o interesse dos atletas pela estética *College* em vigor nos Estados Unidos, o segundo vinha da Academia de Belas Artes de Veneza. Juntos possuíam a técnica e o olhar necessários para o início de uma marca moldada para conquistar o público mais exigente. A Deha aposta na ampla gama de cores para peças confortáveis, maleáveis, produzidas com tecidos tecnológicos e de toque extremamente suave para a prática das atividades.



A marca **Ferrino** é sinônimo de vestuário, acessórios e equipamentos para os amantes do trekking, montanhismo, esportes na neve e tudo o que possa suportar o contato com a natureza ao ar livre. Artigos com design arrojado e, ao mesmo tempo, apropriado para a prática das

atividades unem a perfeição da modelagem aos detalhes funcionais das peças e às cores em sintonia com as propostas da moda.

A **Freddy** é sinônimo de esporte e paixão pelo movimento. Criada em 1976 por Carlo Freddi, estabeleceu-se imediatamente como líder na criação de calçado profissional para a dança e ginástica. Em seguida, a marca introduzia novos artigos para compor a linha completa de roupas que acompanha a jovem consumidora na prática da dança e das atividades na academia e ao ar livre. Tendo como slogan “A Arte do Movimento”, a marca tem a tecnologia dos tecidos e do corte da peça associada à estética da moda.

Como patrocinadora de equipes olímpicas, como as da Romênia e das Ilhas Fiji, além da esgrima italiana e do time italiano de basquete, a **Kappa** apresenta amplo portfólio de artigos, entre chuteiras, meias, calções e camisas para a prática do futebol, além de agasalhos, tênis, tops e calças para esportes em geral. Fundada em 1967, em Turin, na Itália, a marca é difundida internacionalmente e tornou-se referência em design e tecnologia para a prática de diferentes modalidades esportivas.

**La Sportiva** traz em seu DNA a paixão pelo esporte, pelas montanhas e, conseqüentemente, pelo meio ambiente. Por isso, a produção da empresa, situada numa cidadezinha encravada na montanha (Ziano di Fiemme), é

artesanal e sustentável, de forma a reduzir ao máximo os impactos negativos sobre as pessoas e o meio ambiente. A fábrica, onde estão empregados 150 funcionários, é considerada um estado-da-arte da manufatura. As práticas de sustentabilidade permeiam a criação e desenvolvimento dos calçados que levam a etiqueta La Sportiva.

Juntamente com a linha de vestuário, a **Lotto** oferece uma ampla variedade de calçados para as mais diversas modalidades esportivas. Inovação em design é a marca da empresa, presente em mais de 110 países e que dedica elevados investimentos na pesquisa e desenvolvimento tecnológico de novos produtos. O estilo de vida dos usuários dá a diretriz das criações, que vêm com diversificada gama de cores e acabamentos.

Empresa italiana, com sede em Bolonha, a **Macron** é líder europeia na produção do *sportswear* ativo. A empresa atua em três áreas de negócios: vestuário de alto desempenho ou *technical sportswear*, composto por acessórios para esportes em equipe praticados por amadores e profissionais (futebol, basquete, vôlei, beisebol, handebol, futsal e corrida); linha *Merchandising* (artigos de lazer e acessórios para fãs de clubes); e a linha *Leisurewear*, composta por roupas e acessórios para os que levam o espírito esportivo aos centros urbanos.

A **Mondo**, fabricante de revestimentos para pistas de atletismo, também faz parte do grupo de empresas italianas presentes ao *Sportsystem Made in Italy*. Referência global, a Mondo tem atuado na construção de várias pistas de atletismo no Brasil, entre as quais a do Engenhão para os Jogos Pan-Americanos 2007. Dessa vez, a Mondo está novamente no Engenhão, palco do Atletismo dos Jogos Olímpicos, como responsável pelos 16 mil m<sup>2</sup> de pistas feitos em borracha natural.

A **Pinarello**, fabricante de bicicletas de alta performance e marca presente em todas as grandes competições mundiais, vai apresentar o modelo *Dogma F8 La Ventésima*, marcando a comemoração dos 20 anos da companhia no melhor estilo.

Sob influência californiana, a **Scorpion Bay** mescla moda com design, resultando numa incrível proposta de *lifestyle*. Hoje em dia, a Scorpion Bay S.p.A. é uma empresa de rápido crescimento, com uma presença capilar em todo o mercado italiano e com forte perspectiva na arena internacional. O sabor

e a emoção da Baja California podem ser encontrados nas lojas próprias e em todos os pontos de venda em que a grife está presente.

Além de apresentar os melhores óculos de sol esportivos, a **rh+**, fornecedora do time italiano de canoagem, trouxe para o evento no Rio de Janeiro a linha de capacetes, *bretelles*, luvas, camisetas, calças e bermudas para a prática do ciclismo amador ou profissional.

**Sérgio Tachinni** comparece ao *Sportssystem 2016* para apresentar estilo, criatividade e inovação em produtos usados pelos fãs de tênis e também pelos principais atletas da modalidade. A empresa trabalha com o sistema de licenciamento em todo o mundo, revelando aos diferentes mercados o estilo italiano, a criatividade, a inovação e a qualidade, juntamente com DNA de tênis, que são os valores de Sergio Tacchini. Trata-se de uma marca de referência para aqueles que gostam de se vestir de maneira casual, mas com elegância e estilo. Showroom e escritórios da empresa estão baseados em Milão, ao norte da Itália.

No processo criativo e de desenvolvimento das linhas de calçados da **Sidi**, tecnologia, conforto e design moderno e agressivo têm sido prioridades desde o início. Com o auxílio dos melhores competidores mundiais, a marca lançou inúmeras inovações tecnológicas que mudaram a forma de praticar esporte. Os calçados, bem como os itens de vestuário e acessórios da Sidi seguem as propostas mais arrojadas de design e tecnologia, para oferecer o melhor aos praticantes de ciclismo e motociclismo.



Detentora da tecnologia *Sixs Original Carbon Underwear*, a **SIX2** contribui com seus desenvolvimentos para que os atletas atinjam o máximo desempenho, aliado ao maior conforto. Sua funcionalidade, associada à utilização da tecnologia patenteada SIX2, permite, pela primeira vez na história do vestuário técnico-funcional, que a epiderme fique livre do acúmulo de suor.





A **Technogym**, por sua vez, comparece a mais uma edição dos Jogos Olímpicos expondo uma gama de equipamentos, aparelhos e aplicativos para os praticantes de atividades esportivas. É com essa vanguarda tecnológica que a empresa de Cesena foi escolhida para equipar os 15 centros de treinamento esportivos montados para os 10.500 atletas de 42 modalidades esportivas que participam dos Jogos Rio 2016.

### **Carlos Pazetto assina o desfile**

Convidado para assumir a direção artística da edição brasileira do *Sportsystem Made in Italy*, Carlos Pazetto criou um evento para promover as tendências e tecnologias italianas para a prática esportiva, tendo como pano de fundo as Olimpíadas Rio 2016. Referência na organização de eventos de luxo no Brasil, idealizou um show de moda muito além do convencional. “A ideia é combinar o estilo e a elegância da moda italiana com a alegria, energia e beleza dos brasileiros. Uma experiência mágica de sons, formas, cores e talento”, afirma Pazetto.

O desfile será iniciado ao som de *Time que Sonha* com o gingado do Dream Team do Passinho - um dos ritmos mais dançados nos bailes cariocas. O espetáculo comemora a mistura de povos que as Olimpíadas representam. As marcas italianas de material esportivo vão se apresentado de um jeito bem brasileiro, de braços abertos. Um evento que exhibe Itália e Brasil em seu maior momento. O *casting* foi feito por Felipe Veloso, um dos mais famosos *stylists* brasileiros, que escolheu representantes da geração saúde, praticantes de esportes.

## ITALIAN TRADE AGENCY PROMOVE INTEGRAÇÃO DE MERCADO ENTRE BRASIL E ITÁLIA

***Agência ajuda empresas italianas a se estabelecerem no Brasil e realiza projeto Made In Italy, para promover produtos e serviços daquele país***

A Italian Trade Agency (ITA), agência governamental encarregada de promover o intercâmbio comercial e tecnológico entre a Itália e os demais países, está desenvolvendo no Brasil o projeto *Made in Italy*, série de eventos com o objetivo de promover produtos, infraestrutura e alta tecnologia italianos, identificar oportunidades de negócios e ratificar a parceria histórica entre as duas nações. Em 2015, segundo o Instituto Italiano de Estatísticas (Istat), o comércio entre os países atingiu € 7,8 bilhões, e a expectativa é, no mínimo, repetir esse resultado em 2016.

O Ministério Italiano do Desenvolvimento Econômico decidiu focar o projeto *Made in Italy* no Brasil, neste ano, nos setores de mecânica, meio ambiente, construção naval, infraestrutura portuária, ferroviária, rodoviária e de geração e distribuição de energia, além dos de alimentação, gastronomia e moda, já consolidados no país.

### **Mecânica**

O projeto *Made in Italy* no setor de mecânica prevê participação de empresas italianas em seminários, cursos e feiras. Entre os eventos programados está um fórum que tratará de aspectos da indústria 4.0, da impressão digital e da eficiência energética, temas de amplo interesse na indústria brasileira e que conta com inúmeros casos de sucesso na Itália.

### **Meio ambiente**

Outro destaque do projeto *Made in Italy* são as ações relativas ao meio ambiente, com foco na construção sustentável, que vem apresentando grandes avanços nos últimos anos, bem como a energia renovável (eólica, solar, biomassa, gás natural).

Arquitetos e engenheiros italianos participam de duas das maiores feiras do setor, ambas em agosto: a Greenbuilding 2016, que trata das tecnologias de construções sustentáveis, e a Fenasan, que discute tecnologias de saneamento ambiental.

Em sua 7ª edição, a Greenbuilding Brasil 2016 é um evento dedicado à promoção das tecnologias para o setor da construção sustentável, que vem apresentando importante crescimento ao longo dos anos. A ITA participará da



feira com um Business Point de 100 m<sup>2</sup>, onde empresas italianas apresentarão seus produtos e serviços. Além disso, a convite da agência, o arquiteto Michele Olivieri, que faz parte do premiado escritório Mario Cucinella, faz palestra sobre “*Empatia Criativa*”, no dia 9 de agosto, às 9h45. Em sua apresentação, o especialista mostrará a expertise da Itália em construções sustentáveis como forma de solucionar os desafios das grandes metrópoles e das superpopulações.

Ainda em agosto, entre os dias 16 e 18, ocorrerá a 27<sup>a</sup> edição da Fenasan – Feira Nacional de Saneamento e Meio Ambiente, um dos mais importantes eventos da América Latina dedicados às tecnologias da gestão da água e do saneamento ambiental, promovida pela AESABESP – Associação Brasileira dos Engenheiros da SABESP (Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo), que abastece mais de 645 cidades do estado. A feira será realizada paralelamente ao Encontro Técnico da AESabesp – Congresso Nacional de Saneamento e Meio Ambiente, considerado o maior evento do setor da América Latina.

Para mostrar como a Itália resolveu a questão de suas redes de esgoto, o engenheiro ambiental Francesco Fatone, professor do departamento de Biotecnologia da Universidade de Verona, vem ao Brasil, a convite da Italian Trade Agency, para falar sobre “*Gerenciamento circular das águas de esgoto municipais*”, no dia 16 de agosto, às 15h. O assunto tem grande relevância no País, como demonstra pesquisa do Instituto Trata Brasil, divulgada em junho passado, segundo a qual 35 milhões de brasileiros não têm acesso à água tratada, o que corresponde a 17,5% da população.

### **Infraestrutura**

No final deste ano, será realizado um fórum Itália-Brasil, na Embaixada Italiana em Brasília, que envolverá os principais líderes políticos e empresariais dos dois países com o objetivo de apresentar a experiência italiana em gestão de portos, ferrovias, rodovias e sistemas de geração de energia.

A Itália tem 263 portos e é a quinta nação da Europa em movimentação de cargas marítimas. É a quarta em tecnologia ferroviária e tem 9% da malha rodoviária da União Europeia.

Os especialistas italianos enxergam boas oportunidades de negócios também na construção naval de grande, médio e pequeno portes, já que o Brasil tem 8,5 mil km de costa, 40 mil km<sup>2</sup> de lagos e 45 mil km de rios navegáveis.

### **Gastronomia**

Produtos alimentícios e restaurantes italianos são segmentos que vêm crescendo cada vez mais no Brasil. Para esse setor, o projeto *Made in Italy* também tem ações promocionais. A principal delas é a Semana Gastronômica Italiana, em outubro, em São Paulo. O evento vai reunir vinte chefs estrelados de vinte províncias italianas, que vão trabalhar em conjunto com idêntico número de restaurantes paulistanos.

### **As relações comerciais entre Brasil e Itália**

De acordo com o Instituto Italiano de Estatísticas (Istat), as transações no valor de € 7,8 bilhões registradas entre Itália e Brasil em 2015 equivalem a 0,9% de todo o comércio transacionado pela Itália com o exterior e projeta o Brasil como o parceiro comercial mais importante na América Latina e 20º no mundo.

Para os brasileiros, a Itália é o 10º principal parceiro comercial. Entre 2010 e 2015, as exportações italianas para o Brasil registraram uma média anual de € 4,5 bilhões. Ainda de acordo com números do Istat, mais da metade das exportações italianas para o Brasil (57%) são maquinários e produtos de elevado conteúdo tecnológico. Em contrapartida, o Brasil fornece à Itália minérios, couro, madeira e materiais fibrosos, além de chá, café e especiarias. No ano passado, essa dinâmica comercial favoreceu a balança comercial italiana em € 665 milhões.

## **PERFIL**

### **Italian Trade Agency**

Criada em 1926 e com sede em Roma, a Italian Trade Agency (ITA) é uma agência do governo Italiano que tem o objetivo de promover o intercâmbio comercial e tecnológico entre a Itália e os demais países, especialmente para empresas de pequeno e médio portes de diversos setores.

Por meio de uma rede de 77 escritórios espalhados por todo o mundo, instalados em embaixadas e consulados – um dos quais em São Paulo -, a instituição fornece informações de caráter econômico, legal, fiscal e mercadológico. Além disso, identifica parceiros e oportunidades de negócio; presta serviços de consultoria personalizados e realiza ações promocionais, entre as quais participação em exposições internacionais, organização de missões de empresários e jornalistas estrangeiros à Itália, bem como de italianos ao exterior; gestão de cursos e palestras e desenvolvimento de campanhas publicitárias em veículos econômicos e dirigidos.

Para realizar essa série de ações, a agência atua em parceria com governos de diversas regiões da Itália, câmaras de comércio, indústria, artesanato e agricultura, organizações empresariais e outras entidades públicas e privadas italianas e estrangeiras. “O objetivo central é sempre oferecer a melhor estratégia para a pulverização de empresas da Itália no cenário internacional e alavancar os negócios”, explica Erica Di Giovancarlo, diretora da ITA para o Brasil.

No comando do escritório brasileiro desde novembro de 2015, Erica vislumbra grandes possibilidades de negócio entre os dois países. “Em 2016, vamos organizar e/ou participar de aproximadamente 100 ações. São feiras, congressos, seminários e eventos nas áreas de gastronomia, vinho, calçados, maquinário da indústria de vidro, de madeira, meio ambiente, têxtil e muitos outros”, explica ela. “É consenso entre autoridades e empresários italianos a total confiança na recuperação da economia brasileira em médio prazo e precisamos manter as relações comerciais fortalecidas até lá”, completa a diretora.

[www.ice.it](http://www.ice.it) \* [www.icesanpaolo.com.br](http://www.icesanpaolo.com.br)

## **PERFIS**

### **Antonio Bernardini - Embaixador da Itália no Brasil**

Natural de Barletta, na província de Bari, o novo Embaixador da Itália no Brasil graduou-se em ciências políticas pela Universidade de Bari em 1981. Em 1984 inicia a carreira diplomática, já tendo atuado em Nova Delhi, Tóquio e Nova Iorque, onde serviu por duas vezes nas Nações Unidas, sendo a primeira vez na condição de primeiro conselheiro e a segunda, mais recentemente, como ministro da representação permanente na ONU e já na condição de embaixador. Assumiu o cargo de Embaixador da Itália no Brasil no último mês de junho.

### **Erica di Giovancarolo – Diretora da Italian Trade Agency (ITA) para o Brasil**

À frente da Italian Trade Agency no Brasil desde novembro de 2015, a executiva conhece como poucos a rotina da instituição ao redor do mundo. Seu ingresso na organização - antigo Instituto Nazionale per il Commercio Estero (ICE) – ocorreu em 1992. A partir do ano 2000, dirigiu equipes nos departamentos pessoal, administrativo e promocional do escritório central em Roma. Antes de chegar ao Brasil, Erica passou por Mumbai e Nova Délhi, na Índia. Formou-se em Economia e Comércio na Università La Sapienza, na capital italiana. Antes de ingressar na Italian Trade Agency, atuou no Studio Commerciale e Tributario Turchetti e Associati Piazza della Rocca. Erica sempre teve o esporte em seu DNA. Praticou diversas modalidades esportivas, entre as quais a ginástica artística. Mas, foi com a vela e o esqui que mais se identificou, tendo disputado competições oficiais e sido instrutora. Essa prática ajudou-a a fortalecer habilidades imprescindíveis para o sucesso no mundo corporativo, como a concentração e a capacidade de motivar equipes, características que considera fundamentais para a direção de qualquer trabalho.

### **VOICE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

Direção de Planejamento: Norma Alcântara  
Direção de Atendimento: Ana Regina Bicudo  
Direção de Conteúdos: Beth Guaraldo  
Atendimentos: Lívia Melo e Mel Dantas  
[livia@voice.com.br](mailto:livia@voice.com.br); [mel@voice.com.br](mailto:mel@voice.com.br)  
Telefones: 11 3816-1230 | 3092-1230