

Rio Fashion Week terá espaço para de sessões de negócios

Business Sessions promove conexões entre profissionais da área

O Rio Fashion Week retona ao calendário de eventos da capital fluminense com uma proposta inovadora no cenário das semanas de moda brasileiras ao apresentar o Business Sessions, um espaço dedicado à produção de conteúdo e à geração de negócios da indústria. Realizado entre os dias 15 e 17 de abril, no Píer Mauá, o núcleo tem curadoria e apresentação de Olivia Merquior e reúne profissionais estratégicos para discutir o posicionamento e a expansão da moda brasileira no mercado global. A iniciativa busca aproximar o universo das passarelas do ambiente de negócios, promovendo conexões entre marcas, especialistas, compradores e agentes internacionais.

Segundo Olivia Merquior, o Business Sessions foi concebido como um ambiente de integração entre conteúdo, mídia e desenvolvimento comercial. A proposta vai além de uma agenda de palestras, criando um espaço de troca qualificada, no qual informações estratégicas e relações profissionais possam se transformar em oportunidades concretas.

A programação tem início no dia 15 de abril com o tema “Mídia e networking”, mediado por Jorge Grimberg, especialista em tendências e comportamento. O painel reúne nomes relevantes do setor, como Imruh Asha, diretor de moda da Dazed Magazine; Juan Costa Paz, fundador da Convoy e diretor criativo da LOVE Magazine; e Luz García, editora de



Divulgação

Evento acontece entre os dias 15 e 18, no Píer Mauá, no Centro do Rio

moda da Vogue Latam.

Ainda no primeiro dia, Rafael Azzi, fundador da Azzi&Co, participa do debate sobre comunicação no sistema global de moda, enquanto Stephanie Wenk, diretora criativa da Sauer, conduz uma conversa sobre estratégias de visibilidade internacional para marcas e criadores brasileiros.

No dia 16 de abril, o foco se volta à internacionalização, com mediação de Maria Prata. Entre os destaques está o painel com Alix Morabito, da Galeries Lafayette, e Grace Neal, da Selfridges, que compartilham experiências na curadoria de marcas para grandes varejistas internacionais. A programação também aborda caminhos para a inserção de marcas brasileiras no exterior,

com a participação de especialistas como Simone Jordão, além de discussões sobre exportação com marcas como Normando, Dress To e Haight.

Outro momento reúne representantes de instituições como ABEST, ABIT e Apex, que apresentam iniciativas e ferramentas de apoio à internacionalização de marcas, contribuindo para ampliar a presença da moda brasileira no mercado global.

Encerrando o Business Sessions, no dia 17 de abril, o eixo central será o desenvolvimento de negócios, com mediação de Lilian Pacce. Os debates abordam temas como a renovação do ecossistema criativo, a estruturação de marcas e o impacto de premiações e plataformas

internacionais nas trajetórias profissionais.

Entre os destaques está a mesa-redonda “A moda precisa de oxigênio”, com a participação de Constanza Cavalli Etro, Oskar Metsavaht e François-Ghislain Morillion, que discutem estratégias para impulsionar novos talentos, enfrentar desafios de marcas emergentes e fortalecer um sistema de moda mais sustentável e competitivo globalmente.

Para encerrar a programação, um painel analisa as expectativas do mercado norte-americano em relação à moda brasileira, com a participação de Edwina Kulego, que apresenta uma visão estratégica sobre oportunidades e tendências para marcas que desejam atuar nos Estados Unidos.

Senac RJ leva inovação e criatividade ao evento

O Senac RJ apresenta o Rio Fashion Week, que volta à cidade entre os dias 15 e 18 de abril, no Píer Mauá, e promoverá diversas ativações para o público o evento. A programação demonstra como a inovação está abrindo novos caminhos criativos para a moda brasileira. A parceria estratégica visa conectar formação profissional e empreendedorismo em ativações que dialogam com o dinamismo da moda. Curadoria de palestras, lançamentos de livros e participação de alunos também integram a participação da instituição de ensino.

Em um estande de 60m², o Senac RJ apresenta uma experiência imersiva em moda digital oferecida pelo Lab de Economia Criativa da Cápsula – Centro de Inovação do Senac RJ. Especialistas vão explicar ao público tecnologias para manufatura digital e os processos de produção de peças de moda em impressoras 3D. Os visitantes também poderão ver a mostra de roupas com filamentos flexíveis, acessórios, sapatos e bolsas impressos em 3D. Outra ativação do espaço é o protótipo de um provador digital virtual de roupas, desenvolvido pela Cápsula.

Eventos

O espaço também abriga dois mini workshops gratuitos, com duas edições diárias cada. Com sessões às 15h e às 18h, o tema será “Crie seu Prompt de Moda”. A Fashion Tech Voice e AI Creator, Michelle Douglas irá oferecer uma experiência criativa focada em inspirar e engajar os visitantes a vislumbrarem o potencial da IA na área da moda através de suas próprias escolhas, criando imagens por meio de uma experiência dinâmica, visual e interativa. Ao final, os participantes terão vivenciado uma experiência que os coloca como decisores criativos. O objetivo é desmistificar a IA e demonstrar seu potencial como ferramenta criativa.

Já às 16h30 e às 19h, a especialista em Moda Digital, Camila Monteiro, ministra o workshop pílula “Aprenda Modelagem 3D para a Moda”. Trata-se de uma introdução à modelagem de elementos 3D para a Moda. O objetivo é demonstrar a possibilidade de uso de elementos de impressão 3D na moda, como tecidos, acessórios e aviamentos, com criatividade e a partir do feito à mão.

Sistema Fecomércio exalta o retorno da semana da moda na capital fluminense

O presidente do Sistema Fecomércio RJ, Antonio Florencio de Queiroz Junior, esteve presente, nesta terça-feira (14/04), na cerimônia de abertura do Rio Fashion Week, realizada no Palácio da Cidade, em Botafogo, que contou também com um desfile da marca Osklen. O evento simbolizou o retorno do Rio de Janeiro ao calendário nacional da moda e reuniu importantes representantes do setor.

Promovido pelo Senac RJ em parceria com a Prefeitura do Rio de Janeiro, o Rio Fashion Week reforça o papel da cidade como referência na economia criativa e na geração de oportunidades de negócios. A



Divulgação

Antonio Queiroz com o prefeito Eduardo Cavaliere, na abertura

iniciativa integra qualificação profissional, inovação e empreendedorismo, contribuindo para o fortalecimento da cadeia produtiva da moda no estado.

“O Rio Fashion Week reafirma o potencial da cidade como um dos principais polos criativos do Brasil e destaca a relevância da moda como motor de

desenvolvimento. Um evento dessa magnitude vai além das passarelas, pois impacta diversos segmentos, como hotelaria, gastronomia, transporte, audiovisual e serviços especializados. Isso resulta na criação de empregos, aumento da renda e aquecimento da economia local. Além disso, valoriza talentos, incentiva a inovação e fortalece a identidade cultural do Rio. Ações como essa são essenciais para consolidar a cidade como um ambiente propício à economia criativa e ao surgimento de novos negócios, contribuindo de forma efetiva para o desenvolvimento econômico e social do estado”, destacou Florencio.