

Greenkiss: “Mais do que uma marca de roupa, é uma forma de estar na vida”

30 de Setembro, 2021

A Economia Circular está, hoje, subjacente em muitas empresas. Produtos sustentáveis, amigos do ambiente e com um ciclo de vida longo são, cada vez mais, uma opção. Há também quem ponha em prática estes conceitos e desenvolva os seus próprios produtos. Com o objetivo de dar “voz” a projetos de cariz sustentável, a Ambiente Magazine dá a conhecer mais uma iniciativa, desta vez, é o projeto “**Greenkiss**”.



“O projeto surgiu há 10 anos quando registei a marca Greenkiss, mas só foi executado em plena pandemia, em finais de 2020. Quando registei a marca, já a pensava tal e qual como é atualmente”, começa por contar **Fátima Campos**, fundadora da Greenkiss. A inspiração e a ligação à Natureza surgiram numa das visitas que fez à feira *Première Vision*, em Paris: “Quando vi uma revista chamada “Bloom”, que era somente inspirada em imagens ligadas à natureza, com folhas, flores, plantas e jardinagem, fiquei cheia de vontade de fazer roupa assim”. Desde os 17 anos que Fátima Campos desenha coleções para outras marcas, nunca tendo, por isso, conseguido verdadeiramente fazer aquilo que mais gosta: “Quando trabalhamos para outras marcas, temos de ir ao encontro dos gostos e das vontades (das marcas) e tinha cada vez mais vontade de fazer roupa que tivesse a ver comigo”. E assim nasce a Greenkiss: “Mais do que uma marca de roupa, é uma forma de estar na vida”.

Inspirada na natureza, as peças da Greenkiss são idealizadas numa “viagem” entre sentidos e emoções: “Aliamos a elegância ao conforto, desde o *loungewear* ao *homewear* casual e *fitness*, passando sempre pela versatilidade das peças”. A mulher Greenkiss “é aquela que se move de casa para a rua, ou até mesmo para o ioga/*fitness*, podendo sempre estar vestida de Greenkiss em todas as ocasiões com total conforto”. E um bom exemplo disso é que “podemos usar um fato de banho na rua, combinado com uma saia ou uma calça de ganga” ou mesmo “usar um dos nossos pijamas, que, com acessórios, se tornam vestíveis na rua. Tentamos sempre passar esta mensagem nas nossas redes sociais com vídeos ou imagens ilustrativas”.



Com este projeto, a fundadora da Greenkiss pretende trazer uma perspectiva de sustentabilidade, com tudo o que esta implica: “Primamos pela ética laboral e, principalmente, pela escolha de matérias-primas nobres, com mais durabilidade, que nos propõem consumirmos menos e usarmos a versatilidade que cada peça Greenkiss nos oferece. As peças têm outra vida para além daquela a que se propõem”, sublinha. Desde o início que o “meio ambiente” sempre foi o principal foco: “Trabalhamos com todos os parceiros certificados Gots, ou seja, com o cuidado na utilização de água durante a produção, na ausência de pesticidas com o maior impacto ambiental e com toda a regulamentação das condições éticas dos nossos trabalhadores”. Acresce que, a produção é 100% nacional, assumindo um maior “controlo das condições em que as peças estão a ser produzidas e, consequentemente, gastar menos recursos naturais”. Dentro das preocupações ambientais, há um outro grande desejo: “Queremos que a Greenkiss seja uma marca absolutamente emocional, que nos leve para a tranquilidade da Natureza, com o apelo de olharmos mais para a Mãe Natureza e cuidarmos dela com amor”.

[blockquote style="2"]Pequenas mudanças podem ser determinantes neste processo[/blockquote]

Relativamente a balanços, apesar de ainda ser um “bebé”, a Greenkiss já começa a dar os primeiros passos: “Começamos a ter clientes fidelizadas, que estão alinhadas com o nosso caminho de menos consumo e melhor opção”. Por isso, nesta fase, o importante é mesmo “não perder o foco e os valores” que deram o nome à GreenKiss: “Com o tempo, iremos chegar a cada vez mais pessoas”, acredita. Num futuro cada vez mais incerto, onde os efeitos das alterações climáticas já se começam a fazer sentir, a Greenkiss surge também para alertar e consciencializar sobre o papel que cada cidadão pode desempenhar em prol de um ambiente mais risonho e verde: “Pequenas mudanças podem ser determinantes neste processo”, afinha.



Olhando agora às temáticas da Economia Circular e Moda Sustentável, Fátima Campos reconhece que, em Portugal, há uma maior consciência para a temática, mas que, ainda assim, há um longo caminho a percorrer: “O caminho faz-se caminhando. Claro que, comparativamente com outros países da Europa, ainda estamos atrasados nesta temática, mas acredito que, quando o país abraçar esta causa, iremos conseguir resultados extraordinários”. Ao país, falta “sensibilidade e educação”: “Quem tirou cursos superiores recentemente, provavelmente, já está mais informado e sensibilizado. Mas falta criar condições para que a população mais velha tenha também acesso a essa informação e creio que isso será um papel que o Governo e os restantes líderes políticos têm de ter nas suas propostas e nos seus planos estratégicos”.

Quais as perspetivas para o futuro sobre estas matérias?

“Temos mesmo de mudar comportamentos. Uma das expressões que acho que melhor traduz a situação atual é que não há um “Planeta B”. Não é um problema que irá só afetar os nossos filhos ou netos: vai também afetar-nos. Está mais perto do que qualquer um imaginou e já não há como negar. No entanto, acredito que pequenas mudanças coletivas podem surtir bons resultados e consumir menos, seja na moda ou noutra área qualquer, é uma das soluções”.