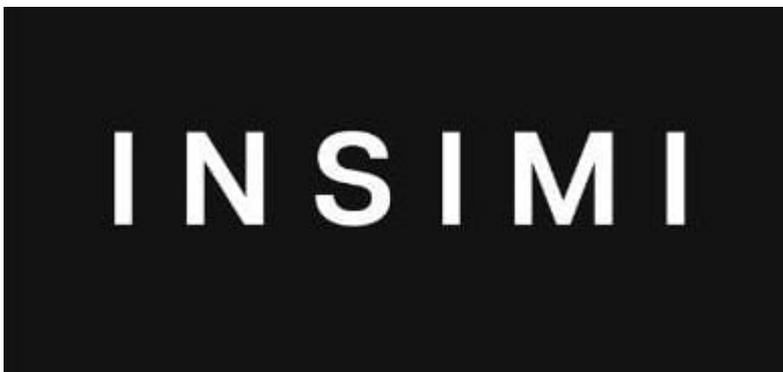


INSIMI quer ser a primeira marca de roupa com produtos que não perdem valor e melhoram a vida dos consumidores

29 de Outubro, 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 “**INSIMI**”.



Entrou no mercado em outubro de 2021 e o foco consiste na criação de peças de roupa que combinem inovação e tecnologia para melhorar a vida das pessoas de uma forma exclusivamente sustentável. Para **Ivanoel Rodrigues**, co-founder da INSIMI, “vestir é mais do que só estar apresentável: é estar confortável e poder confiar que o que se tem vestido, é uma extensão da própria pessoa, uma segunda pele”. E é precisamente aí que se insere a INSIMI: “Na criação de peças de roupa inteligentes, que aumentem o conforto, que sejam duráveis e que provem existir uma alternativa sustentável para a indústria da moda”. Não é por acaso que a assinatura da marca é “Upscale Standards”: “É isso que queremos fazer com todas as peças que criamos”. Acresce que, as “alternativas existentes no mercado da moda sustentável ainda são diminutas” e, embora, comecem a aparecer “mais opções” nesta área, “continua a faltar uma abordagem funcional e sustentável ao vestuário”, refere o responsável.

Mas, como surgiu a ideia de combinar “inovação”, “tecnologia” e “criatividade” com roupa? Ivanoel Rodrigues lembra que tudo começou num encontro entre amigos: “O jantar estava pronto, e Karyna (uma amiga) chegou com as mãos cheias de roupa nova que tinha comprado. As perguntas surgiram: Porque é que ela precisava de mais roupa? E estas roupas eram de qualidade?”. Foi a partir daí que o jantar ganhou um tema de fundo: “a moda (in)sustentável”. A experiência de um amigo (Gilles) que tinha regressado de uma viagem feita à Ásia serviu também de “alerta” para o restante grupo, começando a partilhar “muitas preocupações” sobre o impacto da indústria do

fast fashion, tendo visto “imensa pobreza” e o “impacto do transporte de toneladas de roupa descartada para países em desenvolvimento”. Além disso, o “amigo Gilles” partilhou uma outra necessidade que está no ADN da INSIMI: “Roupa fiável com menos lavagem e manutenção, coisas que não são fáceis de realizar quando se está tanto em viagem de lazer como de trabalho”. Depois de muitas horas de debate, chegou-se à conclusão de que o “sobreconsumo” tem um impacto ambiental e social muito nefasto, sendo necessária uma mudança para melhorar o estatuto da moda. Curiosamente, o interesse em criar uma empresa de moda foi mútuo: “Após uma longa discussão, centrada na procura de uma solução para estes problemas, decidimos – (Karyna, Gilles, Ivanoel) – criar a INSIMI”, afirma.



No que à preservação do ambiente diz respeito a INSIMI tem como objetivo a criação de peças que tenham o menor impacto ambiental possível, aliando funcionalidade a sustentabilidade: “Isto foi conseguido já com a primeira peça, a primeira T-Shirt inteligente e sustentável”. Sendo a indústria da moda a quarta mais poluente, e aliada a produção de matéria-prima como o algodão, o cenário mostra-se ainda mais desastroso: “Isto é uma fonte de motivação para o trabalho diário realizado, atuar numa indústria que precisa urgentemente de melhores padrões ambientais e sociais, começando pela escolha de materiais, neste caso a escolha por algodão orgânico certificado”. Outro foco importante é a “redução do impacto negativo da cadeia de valor”, onde cadeias de valor longas e dispersas podem originar enormes custos ambientais para transporte e despacho dos produtos: “Atualmente, conseguimos realizar todas as operações de criação das primeiras peças em menos de 200km de distância, desde a criação têxtil aos acabamentos funcionais, 100% em Portugal”, declara. A redução da pegada ambiental do ciclo de vida da peça é outro objetivo da INSIMI: “Através de múltiplos tratamentos funcionais, as peças que construímos não necessitam de engomagem, neutralizam odores, fungos e vírus, reduzindo assim a necessidade de lavagem e aumentando o conforto ao mesmo tempo que diminui drasticamente a pegada ecológica durante todo o ciclo de vida das peças, que duram mais e precisam de menor manutenção”. Na vertente social a marca também incorpora vários objetivos, privilegiando, desde logo, “fornecedores nacionais”, que respeitem as “normas atuais ambientais, sociais e de governança”, sendo que, grande parte, operam com “energia de fontes 100% renováveis”, possuem “tratamentos de águas próprios” e são “reconhecidos pelo ISQ pelas suas

práticas e standards corretos”, destaca. Em suma: “A vantagem de uma peça INSIMI é este cuidado global em todos os passos da criação da peça, estando a comprar um produto Made in Portugal, ético, sustentável e feito com o objetivo de durar e apresentar a qualidade do primeiro dia durante toda a vida”, sustenta.

[blockquote style="2"]Ser uma B corporation[/blockquote]

Neste primeiro ano de atuação, já se pode afirmar um balanço bastante positivo: “Estamos com a primeira linha de roupa, as primeiras T-Shirts inteligentes e sustentáveis, em campanha de crowdfunding numa plataforma europeia focada em projetos sustentáveis, o Ulule (<https://ulule.com/insimi>), e estamos a atingir todos os objetivos traçados e com um feedback muito afirmativo”. A ideia de uma T-Shirt em algodão orgânico, anti odor e antibacteriana, termorreguladora, que não precise de ser passada a ferro e que dure por muito tempo sem perder forma ou cor é algo que, de acordo com Ivanoel Rodrigues está a ser recebido com muito agrado. Apesar do projeto ter surgido no contexto pandémico, o responsável refere que os parceiros envolvidos foram capazes de mostrar “resiliência” e “experiência” que, além de ter permitido desenvolver um produto, foi possível “testar e melhorar” até ao resultado final em “tempo record e com a qualidade *premium* desejada”.



“Criar a primeira t-Shirt inteligente e sustentável *made in* Portugal é apenas o início de uma longa jornada”, pois o grande desejo desta equipa é elevar os padrões da indústria da moda com grandes objetivos e ambições: “A nossa visão é criar um melhor futuro para a moda e ser a primeira marca de roupa com produtos que não perdem valor e melhoram a vida dos consumidores continuamente. É uma visão audaciosa, que irá requerer de nós continuar a inovar tanto no têxtil como no serviço ao cliente”. Após o lançamento da primeira linha de T-Shirts, o passo seguinte, tal como explica o responsável, é criar “mais escolhas de cores”, incluindo “peças multicoloridas para ocasiões específicas, com um design intemporal e o máximo conforto”, sempre com materiais e práticas sustentáveis. A criação de outras peças, como por exemplo, “calças, capuzes, t-shirts sem mangas e camisas de negócios” ou uma “uma linha de base que poderá incluir roupa interior” está, igualmente, nos “desejos” do grupo: “O objetivo é enriquecer todo o guarda-roupa para que este esteja em harmonia com os consumidores e

com o planeta". Por fim, a "certificação GOTS em todas as peças" e ser uma "B corporation" é outra ambição que, de acordo com Ivanoel Rodrigues, resultará de todos os "esforços de sustentabilidade" e, em simultâneo, da INSIMI ser uma marca cada vez mais "ecológica" e "sustentável". E se o futuro passa pela "circularidade", mantendo "toda a roupa fora dos aterros sanitários", esse futuro é também mais "artístico" e "rastreado": "O nosso desejo é incorporar tecnologia de ponta para passar de uma peça de vestuário depreciada para uma que aumente continuamente de valor", refere.

Portugal é a alternativa próxima e compreensível na mudança para uma moda mais verde, mais inclusiva e mais sustentável

Avaliando a situação portuguesa em matérias de economia circular, Ivanoel Rodrigues não tem dúvidas do papel determinante que Portugal tem, nomeadamente, por ser um destino de referência para a criação de roupa, calçado e afins: "Temos visto muitas empresas apostarem e investirem em melhorias dos processos, da tecnologia e na educação dos seus colaboradores e parceiros para alcançarem melhores resultados ao nível da sustentabilidade". E a localização é vista como um "ponto forte", sendo "muito central" e com uma "capacidade de exportar" para todo o mundo: "Nos últimos anos o número de fornecedores de têxteis sustentáveis tem vindo a aumentar, o que demonstra não só a aposta como a forte procura deste segmento". Depois, estar perto do mar e do oceano é outra vantagem: "Hoje em dia, temos uma enorme produção de matérias e fibras recicladas, muitas delas criadas a partir de plástico no oceano, mas também uma grande aposta na diversificação dos matérias e fibras, sendo o exemplo mais sonante a crescente produção de cânhamo, que apresenta uma pegada ecológica muito pequena em relação a outras fibras têxteis, mas também maior durabilidade e uma enorme versatilidade". Apesar do caminho ser longo, o responsável considera que o "estatuto nacional de produtor, exportador e longa experiência com a área da moda" permite que muitas grandes marcas, "pressionadas pelas más práticas e abusos em países mais desfavorecidos", vejam Portugal como a "alternativa próxima e compreensível na mudança para uma moda mais verde, mais inclusiva e no geral mais sustentável".

Olhando, por sua vez, ao papel dos "líderes políticos" sobre estas matérias, Ivanoel Rodrigues acredita que passa muito pela "influência", pela "promoção" e pela "educação para uma melhor produção", mas maioritariamente para "um melhor e mais responsável consumo". Num país onde a moda é um "tópico de interesse", o responsável acredita que, "curiosamente", o facto da produção têxtil e de calçado em Portugal se encontrar muito concentrada em alguns concelhos apresenta uma "boa perspectiva" de positiva evolução: "A tendência de descentralização, em marcha há alguns anos, permitirá que o poder local destes polos empresariais têxteis responder e guiar mais direta e rapidamente a transição para uma moda mais sustentável". Na visão do co-founder da INSIMI as "entidades reguladoras e de certificação" quem mais facilmente consegue impactar o setor: "E no geral, têm feito um trabalho satisfatório, com a recente fabricação de máscaras para o Covid-19 como um exemplo da nossa capacidade de liderança e direção, quando corretamente orientados". Obviamente que "nem tudo são rosas", e o "curto percurso" de Portugal na área

da moda é, em alguns casos, prova disso: “Temos casos assustadores de empresas que não procuram seguir práticas corretas e sustentáveis, bem pelo contrário, mas certamente todas as áreas têm os seus *outliers*”.

Quais as perspectivas para o futuro sobre estas matérias?

“O futuro reserva algumas mudanças no consumo de moda. A transmissão de informação rápida e gratuita veio permitir uma maior disseminação do conhecimento acerca das pobres condições de vida dos trabalhadores da área da moda e calçado nos países em desenvolvimento, onde há casos de abusos, exploração infantil e perigosas práticas ambientais. Isto tem vindo a criar uma tendência de procura por soluções mais justas e sustentáveis, e marcas como a INSIMI, que procuram melhorar o status têm vindo a surgir como resposta. A legislação internacional tem acompanhado esta tendência, já que os números do impacto nocivo da moda “descartável” são demasiado grandes para serem ignorados pelos decisores políticos, embora muito lentamente. A recente pandemia também veio trazer mudanças nas escolhas do consumidor, que passou a valorizar mais atributos como o conforto e a durabilidade, dando força ao segmento da moda de conforto e focada na usabilidade e não tanto no visual. Acreditamos que a moda sustentável será mais adotada quanto mais acessível for, e embora exista alternativa para o fast fashion, os preços ainda não são acessíveis ao consumidor geral. Certamente que uma maior procura irá incentivar a um aumento da oferta e assim a uma diminuição geral dos preços destas alternativas mais amigas do ambiente. Tudo será um processo liderado pelos consumidores, que têm a responsabilidade de mudar o mundo para melhor, uma peça de roupa de cada vez”.