

# BFSHOW chega com novidades na 6ª edição

Mostra setorial inicia nesta segunda-feira, no Distrito Anhembi, em São Paulo/SP, com 350 marcas expositoras

**MICHEL POZZEBON**

michel.pozzebon@gruposinos.com.br

A cada edição, a BFSHOW tem apresentado crescimento, seja em área expositiva, número de expositores e marcas, e de visitação nacional e internacional. E na visão do head do evento na NürnbergMesse Brasil, Felipe Marchioni, é aí que mora o desafio na organização da 6ª edição da mostra, que começa nesta segunda-feira (18), no Distrito Anhembi, em São Paulo/SP. “A feira se consolidou muito rápido, então, para quem organiza o evento é sempre desafiador conseguir manter a feira no patamar que ela alcançou, especialmente considerando que o ano para o fabricante de calçados não está sendo fácil, especialmente pelas vendas no varejo. Então, preparamos esta edição de maio, entendendo este momento do fabricante”, comenta.

Marchioni aponta que a organização “conseguiu entregar uma feira (6ª edição) praticamente do mesmo tamanho” da edição de maio de 2025. “Então, não apontamos nenhum crescimento, mas conseguimos trazer coisas novas e de certa forma compor o evento também com a adição de novos expositores no lugar de outros que não conseguiram vir nesta edição”, cita.

## Evento setorial

Diante do momento desafiador para o setor calçadista, Marchioni sustenta que eventos como a BFSHOW se tornam ainda mais essenciais. “Os eventos são um momento importante para o fabricante mostrar o que ele produziu. E é nesse momento de dificuldade que temos que investir para buscar novos clientes, para reforçar a relação com clientes usuais e para conseguir fazer bons negócios e se manter à frente da dificuldade que o mercado tem enfrentado.”

A 6ª edição da BFSHOW segue até quarta-feira (20) reunindo 350 marcas expositoras e projetando receber 12 mil visitantes.



DIVULGAÇÃO

Ao longo de três dias de programação, evento projeta receber a visitação profissional de 12 mil pessoas



É sempre desafiador para a organização manter a feira no patamar que ela alcançou.

**FELIPE MARCHIONI, HEAD DA BFSHOW NA NÜRNBERGMESSE BRASIL**

## Evento terá espaço para oficinas de live commerce

Uma das novidades da 6ª BFSHOW é o Live Commerce BFSHOW, oficinas práticas e interação com especialistas em vendas digitais e que destaca a modalidade de venda on-line que combina transmissões ao vivo com e-commerce, uma técnica que permite a compra instantânea de produtos durante a realização da transmissão. Tendência global que ganhou força durante a pandemia, o live commerce, além de humanizar as vendas, tem uma taxa de conversão de seis a dez vezes maior do que as vendas tradicionais por e-commerce, conforme pesquisa da Nuvemshop. A iniciativa reúne três grandes parceiros: TikTok Shop, Shopee e o grupo Nós Somos Moda. Em uma programação durante os três dias, eles estarão em um

ambiente patrocinado pelo Sebrae Nacional, que combina aprendizagem e aplicação prática. No espaço, os participantes poderão acompanhar conteúdos e também vivenciar, na prática, como estruturar e executar transmissões voltadas à venda de produtos.

Segundo a gerente de Relacionamento e Negócios da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Letícia Sperb Masselli, que adiantou a novidade no primeiro episódio do Papo Exclusivo, novo podcast do Jornal Exclusivo (mais informações na página 2 desta edição), as oficinas de live commerce da BFSHOW foram criadas para aproximar lojistas das estratégias, ferramentas e plataformas que estão transformando as vendas no ambiente digital.

## Feira terá 75% da produção nacional

A 6ª BFSHOW tem 75% da produção anual do setor - de mais de 900 milhões de pares - representada. Chamando a atenção para a força da indústria brasileira, o presidente-executivo da Abicalçados, Haroldo Ferreira, destaca as expectativas positivas para a mostra. “A BFSHOW é o grande momento de encontro da nossa indústria com o mundo, gerando sempre expectativas muito positivas não somente no mercado interno, mas também internacional”, comenta. Na

edição de maio, no ano passado, foram mais de R\$ 240 milhões em negócios internacionais.

O CEO da NürnbergMesse Brasil, João Paulo Picolo, ressalta que as expectativas positivas são refletidas pelo engajamento das empresas brasileiras, de todos os polos, portes e segmentos produtivos. “A BFSHOW é a grande vitrine do calçado brasileiro para o mundo. Um evento que reúne o melhor da indústria e oferece a compradores oportunidades de networking qua-

lificado, experiências e bons negócios”, frisa.

Entre os big players expositores da 6ª BFSHOW está a Alpargatas (São Paulo/SP), que lança na mostra 100% de sua nova coleção de verão. Segundo Monize Sales, gerente de Trade Marketing do Canal Especializado da empresa, a participação na feira é “momento importante que une negócios, posicionamento de marca e fortalecimento do relacionamento B2B com os principais clientes”.

## ESTANDES COLETIVOS

A presença dos estandes coletivos na BFSHOW tem reforçado a tendência da força conjunta como estratégia de competitividade. E, segundo o head do evento na NürnbergMesse Brasil, Felipe Marchioni, entre as novidades da participação coletiva nesta edição da mostra estão os polos da Paraíba e de Santa Catarina (São João Batista/SC). “Os estandes coletivos são uma vitrine conjunta para pequenos e médios fabricantes, com ampla visibilidade, otimização de investimentos e que tem o papel de fortalecer a identidade produtiva nacional”, menciona. Entre outros polos, que participam com estande coletivo, estão Rio Grande do Sul, Três Coroas/RS, Jaú/SP, Franca/SP, Nova Serrana/MG e Ceará.

## NOVIDADE NO ESTANDE

Uma das novidades do estande do Exclusivo na 6ª BFSHOW é a realização de fotos profissionais. Um fotógrafo estará disponível, nos dois primeiros dias da feira, para fotografar gratuitamente os visitantes que tiverem interesse em fazer o registro fotográfico para atualizar, por exemplo, suas fotos de currículo e/ou perfil do LinkedIn. Uma ação semelhante havia sido realizada em março, durante a 49ª Fimec, em Novo Hamburgo/RS.

## VISITAÇÃO OTIMIZADA

O acesso facilitado a marcas de todos os segmentos e polos produtivos brasileiros é um dos grandes diferenciais destacados pelos visitantes profissionais da BFSHOW, ao lado da setorização do pavilhão – o que, segundo os compradores, otimiza a visitação nos três dias de programação. “A BFSHOW vem se consolidando como um dos principais momentos do ano para o nosso mercado. A feira é uma oportunidade de olhar os produtos, alinhar estratégias com fornecedores e já começar a desenhar os próximos ciclos de compra com mais segurança. Toda a estrutura oferecida pela mostra facilita muito o processo de tomada de decisão”, afirma Rouget Ortiz, comprador de calçados masculinos das Lojas Pompéia (Porto Alegre/RS).