

**Objeto***Brasil*<sup>®</sup>

**20** ANOS



Objeto*Brasil*®

*Feito no Brasil* - Desde 2002

acreditando numa *moda*

para mulheres possíveis.

**20** ANOS

ObjetoBrasil®

# A nossa *história.*

Acreditamos em criar  
uma moda *possível.*

Com desenhistas,  
modelistas, contadores,  
técnicos, carregadores,  
operadores, pensadores,  
estilistas, criadores,  
engenheiros, motoristas,  
administradores...

*Aqui, todo mundo faz moda.*



## Uma *carta* aos nossos 20 anos.

Em primeiro lugar gostaria de agradecer a toda e cada pessoa que fez parte da história da Objeto Brasil até hoje. Foi pelo trabalho, dedicação e brilho no olho empenhados diariamente na nossa empresa que conseguimos chegar aos nossos vinte anos tendo tantas fases, conquistas e vitórias. Obrigado por serem parte da realização de um sonho.

A Objeto Brasil surgiu em dois de maio de 2002 a partir da ideia de ter o meu próprio negócio. Iniciei com a produção de uma pequena coleção com 25 modelos de roupas, que foram vendidas inicialmente no Brás, um movimentado bairro de São Paulo conhecido pelo comércio de roupas. Durante um ano nos dedicamos a trabalhar vendendo camisetas com estampa, apliques e transfer exclusivamente no Brás, o que nos abriu muitas portas e oportunidades.

A partir daí, iniciou-se um trabalho de private label, no qual criamos peças para as mais renomadas cidades do Brasil, como o Rio de Janeiro e São Paulo, e tivemos a oportunidade de atender magazines e boutiques como Leader, Pernambucanas, Riachuelo, Renner, Pão de Açúcar, Farm, TNG Electric, Maria Filó, entre tantas marcas que admiramos.

Durante 10 anos ficamos focados exclusivamente em private label e nos especializamos em produções robustas, com qualidade técnica e apelo comercial. Mas, em dado momento, sentimos a necessidade de criar inovações na Objeto Brasil e, a partir de 2012, iniciamos um trabalho intenso com marcas próprias, mesmo que em menor expressão quando comparado ao private label — por bastante tempo, 70% da nossa produção era dedicada à produção externa e 30% para nossas marcas.

Com investimentos cada vez mais fortes nas marcas, hoje 70% da nossa produção na fábrica já é destinada a elas, o que representa uma grande conquista e nos direciona ao caminho que queremos seguir no futuro: ter as nossas marcas cada vez mais reconhecidas no mercado, com apelo de estilo e sucesso comercial.

Com os nossos vinte anos de história e os dez anos do início das nossas marcas, projetamos novos investimentos em lojas próprias, físicas e online, a fim de consolidar as marcas da Objeto Brasil nacionalmente e ampliar ainda mais a nossa participação no mercado brasileiro.

Toda essa história que aconteceu e a história que iremos ainda viver só é possível com a presença de uma equipe esforçada, atenta e sonhadora; por isso, novamente, muito obrigado por serem parte da Objeto Brasil e por estarem diariamente dedicados a construir esse sonho em cada detalhe.

*André* Ricardo Manzke

Fundador e Presidente da Objeto Brasil

Começamos a nossa *história*  
em uma garagem, fomos  
a um galpão, depois mais um...  
Começamos com duas pessoas,  
fomos a *cinco, dez, cinquenta, cem...*  
Começamos fazendo *regatas*,  
fizemos *camisetas e camisas*,  
e ao longo do caminho  
fomos adquirindo o conhecimento  
necessário para confeccionar  
*vestidos, calças,*  
*macacões, casacos...*

E, desde sempre, prezamos  
pelo que é *diferenciado*.

Quando **2002** tudo

Nos nossos primeiros anos de história vivemos algumas das nossas maiores descobertas. Vivemos momentos de muita dedicação e aprendizado, desvendando o negócio da moda e da indústria têxtil em cada etapa da cadeia produtiva.

Desde o início, cada pessoa foi essencial ao nosso crescimento. Costumamos dizer que, lá atrás, por mais intenso e desafiador que fosse realizar as nossas tarefas diárias em poucas pessoas, nos divertimos muito. Nós rimos muito uns com os outros, curtimos e aproveitamos tudo o que vivemos.

*Acreditamos em viver com bom humor. É isso que fez — e faz — tudo valer a pena. Ter histórias para contar, como as deste livro de 20 anos.*

Chegamos aqui por meio de muito sorriso no rosto, olho no olho e trabalho para ser feito com excelência. Construimos um ambiente familiar, acolhedor e inspirador. Aqui, nós sempre buscamos por mais e estamos juntos de quem sonha o nosso sonho: o de criar uma moda possível que chega aos *quatro cantos do país*.

**2012** *começou.*

Quando tudo começou, em 2002, dedicamos o nosso trabalho a criar peças de moda a empresas de renome nacional e internacional, que chegam nos quatro cantos do país.

Olhar para trás é um exercício interessante e, para nós, cria essa sensação boa de nostalgia. Conseguimos enxergar o nosso início, em que tudo acontecia na garagem da casa do André — a fábrica e o administrativo, era tudo ali.

Tudo passava pelas nossas mãos. Buscar tecidos, comprar fios, falar com as costureiras, levar caixas de roupas, conversar com clientes... E assim fomos crescendo. As famosas camisetas com estampa em transfer foram se tornando produtos mais complexos, também.

De repente, com o nosso primeiro cliente — Leader Magazine, no Rio de Janeiro — estávamos produzindo muito mais do que era possível imaginar até então. Assim, chegamos a uma conquista incrível: construir o nosso primeiro galpão. Nesse momento, a Pernambucanas integra a nossa trajetória como um novo cliente também.

De uma, duas, três pessoas, fomos nos tornando dez, doze, quinze... Na nossa equipe se sobressaiu sempre o espírito de colaboração, entrega e compromisso.

Tempo vai, tempo vem, conquistamos, também, um novo cliente muito importante para a nossa história: a Riachuelo. Com eles, conseguimos chegar ainda mais longe no país e sedimentar o caminho que estávamos construindo.

## A cada passo, uma conquista.

E assim fomos tomando uma forma mais robusta. Mais um galpão, na rua Erich Dallmann (nº32), um lugar que também conta muito sobre quem somos e é muito simbólico para nós.

Com a Renner, uma grande parceira até os dias de hoje, tivemos um grande pedido — esse foi histórico! — de regatas 1x1 sem lycra. Como adoramos uma boa história e falar dos bons momentos, garantimos que todo mundo já ouviu falar dessa regata por aqui...

Extra. Carrefour. Marisa. Maria Filó. Eclectic. Farm. Foram muitas parcerias de sucesso que se

criaram aqui dentro, com muitas relações e amizades queridas que foram cultivadas nessa história.

A primeira loja com produtos Objeto Brasil. A compra da primeira máquina de corte automática. A compra de mais um galpão. A criação do RF ID. O recorde de faturamento mensal em número de peças — 1.057.050 peças! Muitas memórias, muitos desafios e uma sensação constante de não querer estar parado; nossa vontade é estar evoluindo.



Temos muito orgulho em contar tudo o que vivemos juntos para construir a Objeto Brasil nesses dez primeiros anos de história. A chegada na nossa primeira década de existência simbolizou o nosso crescimento e a preparação para enfrentar um grande desafio e um novo capítulo dessa história: *criar marcas próprias*.



“A Objeto *Brasil* é transformação. Desde o momento em que eu conheci o André e em que eu comecei aqui, a Objeto Brasil está sempre se *transformando*. É a toda hora. É uma transformação constante buscando a melhoria de tudo, de produto, de *pessoas*, de empresa, de tudo. Sempre em busca da melhoria. Eu projeto mais transformações e *realizações* dentro da Objeto Brasil. Acho que a gente está caminhando muito *bem* e isso é uma grande conquista e *vitória*. À frente e avante!”

Fernanda Grauppe *Manzke*

Vice-presidente e Setores de Produto, Qualidade e Marketing

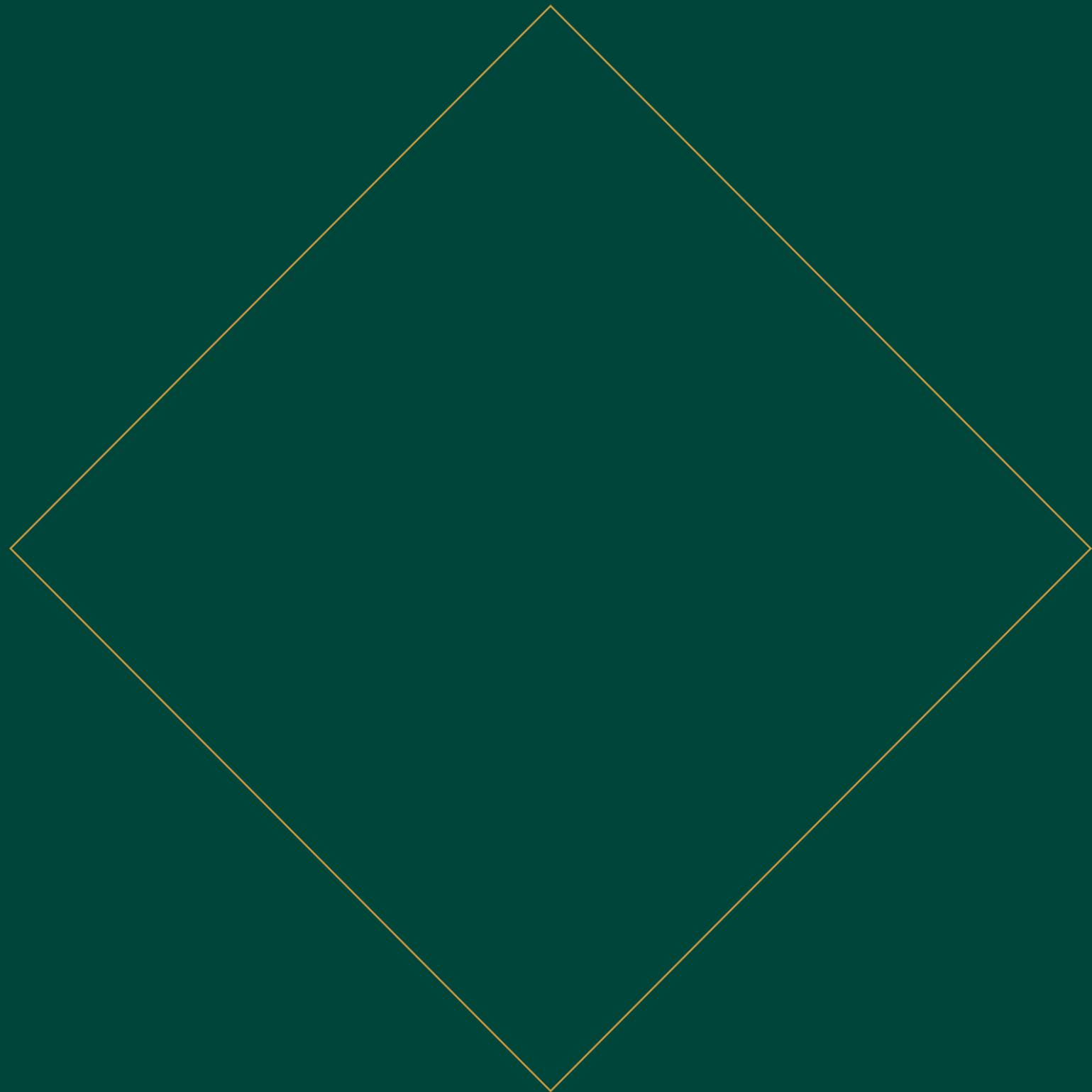
“Eu tenho muito *orgulho* em pertencer a todos os anos da Objeto *Brasil* e olhar para trás para ver o quanto nós *crecemos*, o quanto a empresa se transforma... A palavra é transformação. Começamos muito pequenos, era muito desafiador. Era um galpão com uma mesa de corte, um escritório com quatro mesas e muita força de *vontade*. O André é uma pessoa muito inspiradora. Ele tinha um *sonho*, muita vontade e *brilho* no olho. E eu fui junto.”

Magali Grauppe *Gebien*

Setor de Marketing

“Na Objeto *Brasil* eu vejo que não é só sobre *moda*, dinheiro ou venda. Eu vejo preocupação com as *pessoas*. Cada vez que eu estou com alguém da empresa eu vejo aquele brilho nos *olhos*, aquele cuidado com algo que não é nosso, mas que faz parte da *gente*. Isso acontece comigo e eu vejo isso nas *pessoas* que trabalham internamente na Objeto Brasil; isso é *sensacional*. Em um tempo em que as *pessoas* muitas vezes não se importam, fazer parte de uma empresa que tem esse valor *humano*, essa vontade de fazer a coisa acontecer, é *contagante*. Eu simplesmente amo trabalhar aqui.”

Thiago *Sachetto* Representante Comercial



*2011*

Recorde: maior  
*faturamento*  
mensal  
em número  
de peças.

*1.057.050*

peças.

O que a *moda* significa  
na vida das *pessoas*?

“Hoje eu posso dizer que a *moda* é um todo. Eu acho que quando a gente fala de *moda* a gente fala de momento econômico e *cultural*, por exemplo. A moda está sempre muito ligada ao que está acontecendo no *mundo*, então quando existe uma forte *tendência*, ela sempre vai vir do consumo, do comportamento das *pessoas*, de um filme, de um momento que está sendo vivido pelas *pessoas*. A moda reflete muito o que a gente está vivendo hoje.”

**Fernanda** Grauppe Manzke

Vice-presidente e Setores de Produto, Qualidade e Marketing

“O papel da *moda* é um papel descontraído, *feliz*, sustentável, fazendo com que as *pessoas* se sintam *bonitas* e de bem com a *vida*.”

*André* Ricardo Manzke  
Fundador e Presidente



“A *moda* nos permite inovar muito. Não só em peças, mas também em *tecidos*, em maquinário... O mundo da *moda* hoje não abrange só *vestir* a pessoa, mas o que vestir, como vestir, como cuidar do *planeta* pensando na moda. A gente tem muitos produtos *sustentáveis* aqui, por exemplo, isso vem muito ao *encontro* da relação de estilo de vida das pessoas com o *estilo* de *roupa* com que *elas* se vestem.”

*Denise* Just Woide

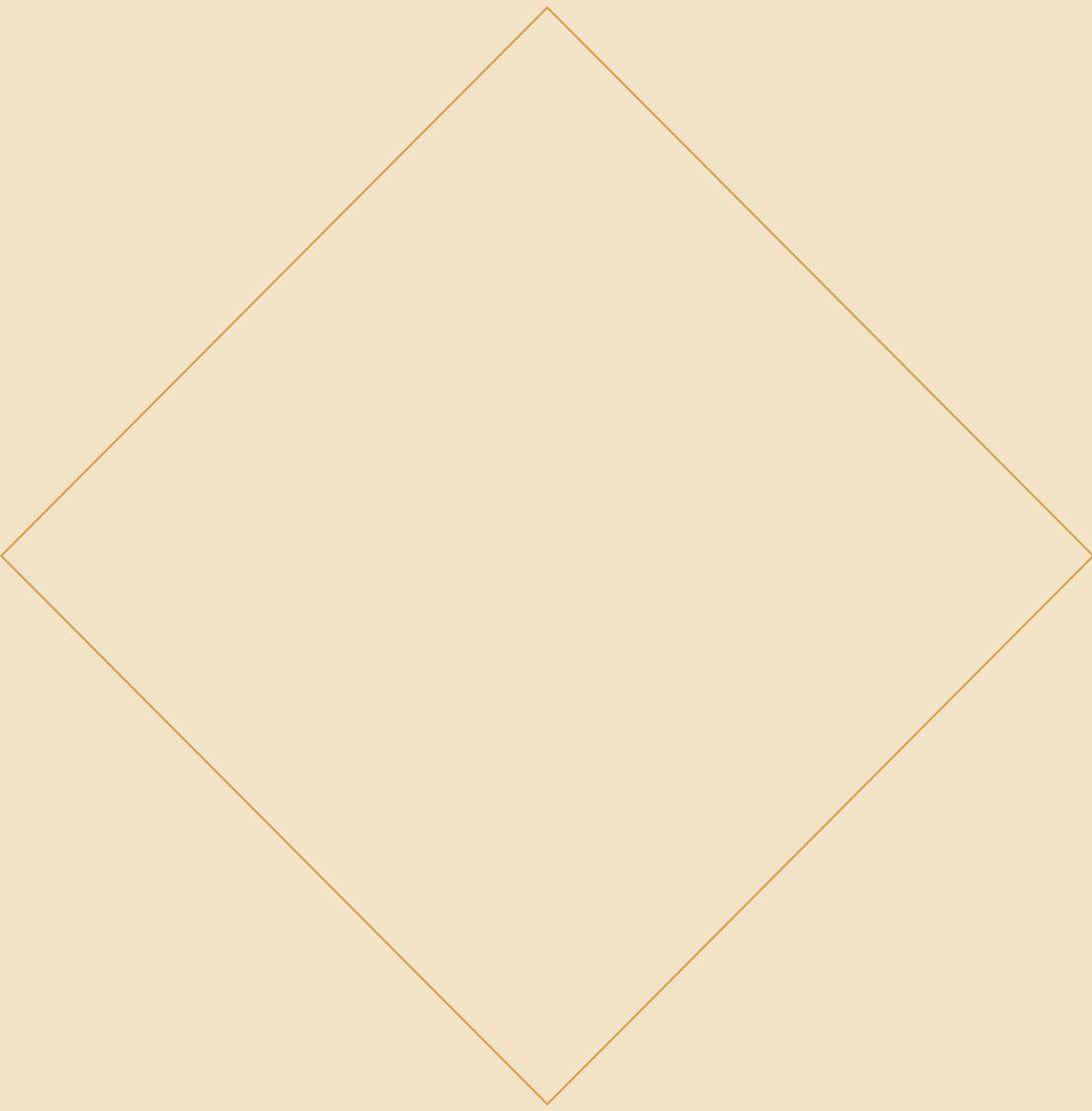
Setor de Custos

“A *moda* tem como papel principal transmitir a forma de *ver* o mundo das pessoas no seu dia a dia. Ela transmite os sinais da tua *personalidade*, ela expressa a tua *essência*, o *humor* em que tu estás naquele dia... Ela tem o poder de representar quem tu és e como está se *sentindo*, muitas vezes de uma forma sutil, mas para quem presta atenção nos detalhes, tem muito *significado* em cada peça de roupa que a *gente* escolhe para *vestir*”.

*Fernanda* Marutti Setor de Estilo







“Faço a minha *entrega* diária baseada na filosofia da Objeto *Brasil*, porque sou *apaixonada* por moda. Entrego os produtos que costuro com *excelência* para elevar a *autoestima* das *mulheres* que usarem a *marca*.”

*Elisângela* Wilhelm Hamann

Setor de Costura de Amostra



“O papel da *moda*  
é levar criação,  
*inspiração*  
e felicidade.”

*Roberta* Grauppe

Loja da Doce Trama em Blumenau

“Moda é o ar que  
respiramos, está na *alma*...  
O nosso papel  
é *interpretar* e traduzir  
no produto e nos processos  
o que é necessário  
e, ao mesmo *tempo*,  
o que é *possível*, com  
foco no nosso *cliente*  
e no resultado.”

*Maria* Eunice Brych

Setor de Desenvolvimento de Produto





“O *papel* da moda no dia a dia das *peessoas* é o de possibilitar bem-estar ao vestir um produto que agrada. A *moda* é bem importante para transformar um momento *casual* ou um momento formal em algo *gratificante*. Para mim, o papel da *moda* é desafiador, porque a gente se depara dia a dia com cada vez mais matérias-primas diferentes, *modelos*, malhas diferentes, então o nosso desafio é superar os produtos *diferenciados* que existem no mercado.”

Márcio da Silva

Setor de Qualidade

“A *moda* de uma maneira geral tem a capacidade de conectar a personalidade da *pessoa* com cada estilo, ela ajuda na construção da *identidade* pessoal de cada um. Para mim, a moda significa me sentir bem, confortável, *confiável* e segura com minha personalidade e estilo; é por meio dela que passamos a mensagem que queremos que as *peessoas* tenham de nós.”

Sonia Regina Starke

Loja da Briard em Pomerode

“A *moda* fala muito sobre as pessoas. Consegue dizer como as pessoas estão no seu dia a dia, falar sobre as *escolhas* das pessoas... Engloba muita coisa, cria linguagens, altera *comportamentos*, muda a economia. A *moda* é muito mais do que uma vestimenta, é parte de um contexto *maior*.”

Simone Dalpiaz

Setor Private Label





A moda para mulheres *possíveis*.

A moda para mulheres *reais*.

A moda para mulheres *versáteis*.

A moda para mulheres *intensas*.

A moda para mulheres *criativas*.

A moda para mulheres *brasileiras*.

Na Objeto *Brasil* acreditamos em criar uma moda *possível*. Com desenhistas, modelistas, costureiras, analistas, *estilistas*, assistentes, expedidores, auxiliares de *produção*, vendedores, representantes, designers, *engenheiros*, administradores... Aqui, cada *pessoa* é fundamental para tudo o que fazemos e está presente em cada etapa, cada processo, cada *conquista*. Cada fração que constitui o todo. O nosso todo. Isso também é *moda* e isso torna a moda *possível*.

1º de julho de 2022. A equipe interna da Objeto Brasil e os representantes comerciais se unem para celebrar a conquista das metas de venda do trimestre e do semestre.





SIRUBA  
INDUSTRIAL SEWING MACHINE

ATENÇÃO  
Agulha em movimento, não tocar!

www.silmaq.com.br  
SILMAQ

Modelamos.

Cortamos.

Desenhamos.

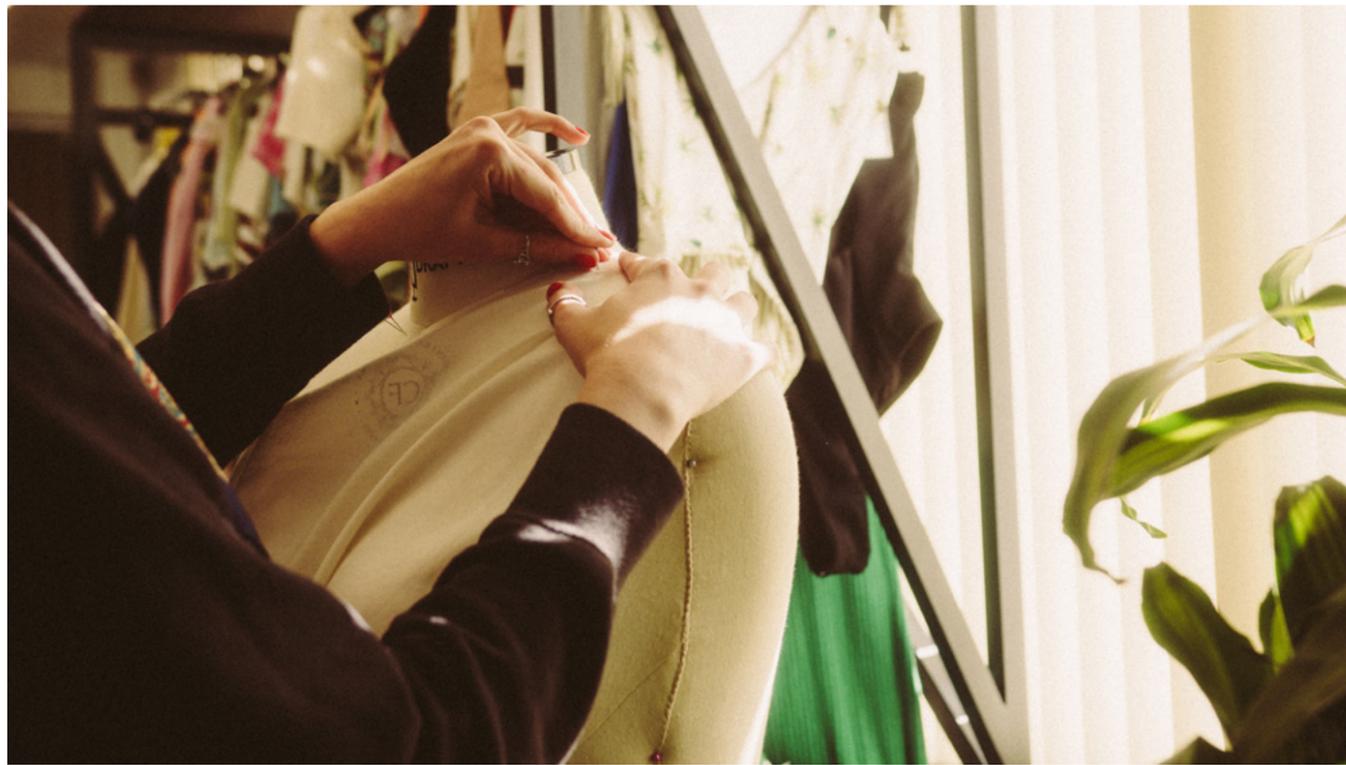
Costuramos.

Confeccionamos.

ObjetoBrasil®









*Feito no Brasil - Desde 2002*

# Objeto *Brasil*®

*acreditando numa moda*

*para mulheres possíveis.*



A coragem  
em *mudar*  
nos trouxe  
um novo  
*momento*  
na nossa  
*história.*

2012 / 2022



*É um marco importante fazer dez anos.*

São dez anos de história, de casa, de experiência, de aprendizado, de relações, de dificuldades, de superações, de conquistas, de surpresas, de decisões.

A nossa natureza é estar em movimento; nunca queremos parar.

Por isso, completar tanto tempo de história — e enxergar tantos caminhos a percorrer — criou uma mudança única dentro da Objeto Brasil.

Estávamos inquietos e ávidos para dar alguns passos em uma direção diferente daquela que nos guiava até então...

Ao comemorar dez anos de empresa decidimos ter, também, outro motivo para celebrar: a abertura de um novo capítulo na nossa trajetória.

Sempre disseram que o nosso produto tem estrela; optamos por dar um brilho próprio para as nossas roupas.

Dar vida para as nossas ideias, as nossas cores, os nossos tecidos, as nossas texturas, a nossa matéria-prima, as nossas modelagens, as nossas estampas. O nosso DNA nas roupas que a gente coloca no mundo. Decidimos criar uma marca. Uma marca de moda feminina.

Em 2012 revisitamos o nosso propósito e demos uma nova vida para ele. Uma vida mais viva, mais latente e mais real. Um sonho, de tempos, que quisemos realizar. Porque a nossa moda é para mulheres que querem sentir a vida na pele.

*Criamos a Doce Trama.*

*A Lisamour.*

*A Sofie.*

*A Briard.*

Agora, celebrando vinte anos de história e dez anos do início das nossas marcas próprias, continuamos firmes e fortes na nossa missão de criar uma moda possível.

Ao lado de quem quer sonhar o nosso sonho com a gente, queremos levar a nossa moda o mais longe possível, alcançando mulheres reais nos quatro cantos do país.

Um novo momento na nossa *história*.



**DOCE TRAMA**  
Início da marca Doce Trama.

— Abril

“A palavra que define a Objeto Brasil é *transformação*.  
Transformação porque a empresa busca sempre atender *mercado*, colaborador... Ela é muito *rápida* e muito dinâmica, investe em todos os segmentos desde o *desenvolvimento* profissional de cada *colaborador* até pesquisa, tecnologia, maquinário, seja o que for. A transformação não é só da empresa, é como um todo. Começamos como confecção de private label e, de repente, surgiu o *sonho* de criar as nossas marcas próprias. Em 2012 começamos a fazer as nossas marcas e assim continuamos, chegando a ter a Grazi Massafera como garota propaganda. E assim vamos, buscando mais, buscando ser *melhores*... A Objeto Brasil é transformação.”

*Magali* Gruppe Gebien

Setor de Marketing

“Bom, o *momento* mais marcante pra mim na *Objeto Brasil* até hoje foi o surgimento da Doce Trama. Eu lembro até hoje de a gente escolhendo o nome da *marca*, criando um primeiro tema, montando um painel... Eu lembro de quando o primeiro catálogo chegou, aquela *emoção* de ver as fotos prontas, o catálogo prontinho, por mais *simples* que fosse naquela época, era incrível ver que a gente *conseguiu* concretizar aquele trabalho. Aquele sentimento da *primeira coleção* me marcou e vai me marcar para o resto da vida, vou guardar essa *experiência* para sempre no *coração*.”

Fernanda Marutti | Setor de Estilo

“Quando em agosto de 2019 teve a *coleção* Verão Resort da Doce Trama começou um grande *sonho*. Daquele momento em diante passamos a ser *desejados* pelos lojistas e consumidores finais. De lá pra cá, é uma *alegria* imensa chegar nos lugares, estufar o peito e dizer qual marca represento, isso pra mim é uma *satisfação* imensa. Ao ouvir as *pessoas* pedirem nossa marca dá até vontade de chorar de alegria! Em 7 anos que estou aqui, fiz parte dessa construção de *marca* e o que vivemos hoje dentro da empresa me dá muita *alegria* e *satisfação*. Sei o quanto as pessoas na Objeto Brasil merecem isso!”

Thiago *Sachetto* | Representante Comercial

## *Certificação* ABVTEX

Em 2012 passamos a ter a certificação da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), a entidade que congrega as mais representativas redes nacionais e internacionais de varejo de moda.

A certificação é uma grande conquista e demonstra o zelo da Objeto Brasil em estar atenta aos movimentos de mercado, garantindo condições de trabalho dignas dentro da empresa e com todos os parceiros e fornecedores com os quais trabalhamos, aplicando o olhar da sustentabilidade sobre toda a cadeia produtiva que abastece o segmento de moda.



### **SEDE**

Começou na garagem da casa do André.

2013



2013

**VENDAS**

Boom em faturamento de venda de magazine.

**CLIENTES**

Começamos a trabalhar com a sala jovem da Marisa.

**SEDE**

Compra do Galpão Studio (Bloco C). Outubro de 2013.

**LOJA**

Segunda loja com produtos Objeto Brasil. Pomerode.

2014

Marco *importante*

Início da marca Lisamour, marca própria especializada em moda plus size.

LISAMOUR



2014

**SEDE**

Abertura de mais uma filial para aplique e sublimação.

Recorde: maior *faturamento*  
anual em número de peças.

7.399.009  
peças.

## Marco *importante*

Início da marca Sofie, marca própria  
desenvolvida para público teen.

*sofie*



2015

### SEDE

Início da construção  
da nova sede.

### SEDE

Compra do galpão para  
processos de corte.

### MARCO IMPORTANTE

Compra do Galpão  
Studio (Bloco C).  
Outubro de 2013.



2016

**MAQUINÁRIO**

Começamos a fazer processos de sublimação.

**MARCO IMPORTANTE**

Nova sede.  
29 de julho de 2016.

“Dos momentos mais marcantes na Objeto *Brasil*, que foram vários, eu vejo a nossa nova sede como uma das maiores *conquistas.*”

*André* Ricardo Manzke  
Fundador e Presidente

“Acredito que um dos *momentos* que foram mais marcantes foi a transação do parque fabril novo, além das *chances* que a empresa ofereceu de *crescimento* e de evolução nos cargos por onde tive a *oportunidade* de mostrar meus *conhecimentos.*”

*Aguinaldo* Florão  
Setor Comercial

“O momento mais *marcante* foi quando fomos para a nova *sede* da empresa. Podermos ficar todos *juntos*, perto uns dos outros, além de ter toda essa estrutura *maravilhosa* onde a gente está. Para quem trabalhou na antiga empresa isso com certeza foi muito *marcante* e nos dá muito *orgulho*.”

*Aline* de Oliveira  
Setor Comercial

“Para mim tem muitos *momentos* marcantes na Objeto *Brasil*. Num caráter de empresa a mais *marcante* foi quando a gente mudou para a *sede* nova. Tudo *lindo*, tudo organizado, cabia todo mundo *junto*... Isso foi um marco *gigante*.”

*Emanuelle* Sutil  
Setor de Estilo



2017



2018



Mais *de*  
**500.000**

peças por mês produzidas  
na Objeto Brasil



2020



2021

## Marco *importante*

Início da marca Briard, nova marca  
própria da Objeto Brasil.



Acreditamos em criar uma *moda possível* todos os dias.

**315** colaboradores

**216** mulheres (69%)

**99** homens (31%)

Mulheres *líderes*.

**66%** 66% dos cargos de lideranças são ocupados por mulheres.



# Fashion Revolution.

O Fashion Revolution é o maior movimento de ativismo da moda do mundo, fazendo campanha por uma indústria que valoriza as pessoas e o planeta acima do lucro e do crescimento.

A semana existe por uma indústria limpa, segura, justa, transparente e responsável.

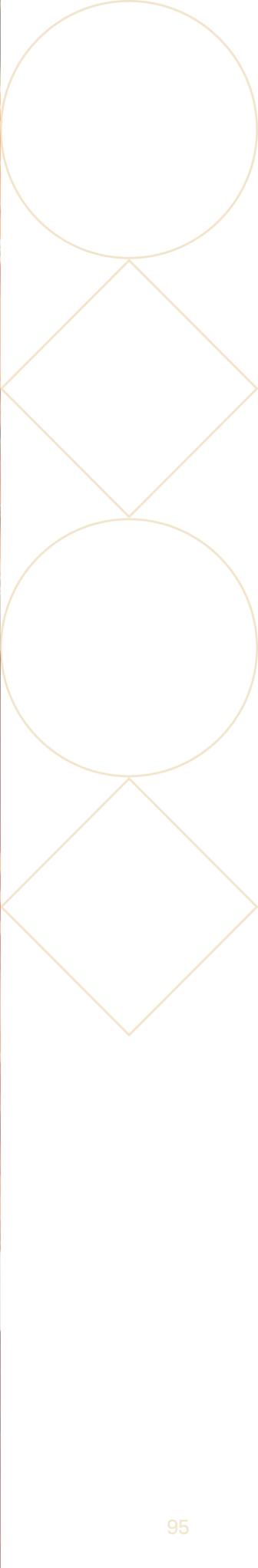
É feita por meio de pesquisa e informação, educação, colaboração e mobilização.

Um movimento global de pessoas que fazem a indústria da moda funcionar.

Nós somos as pessoas que usam roupas.

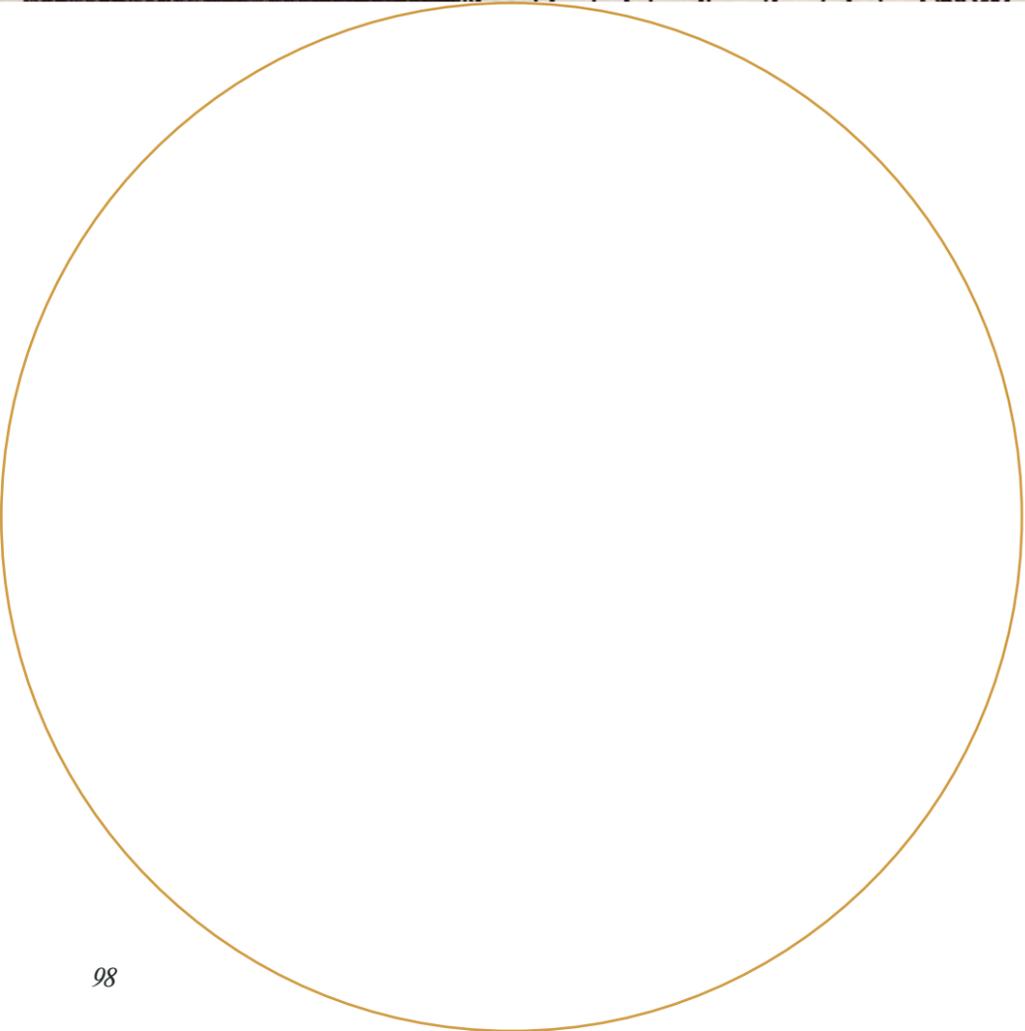
E nós somos as pessoas que as fazem.

A Objeto Brasil apoia essa causa e está participando deste movimento!



# Fashion *Revolution*



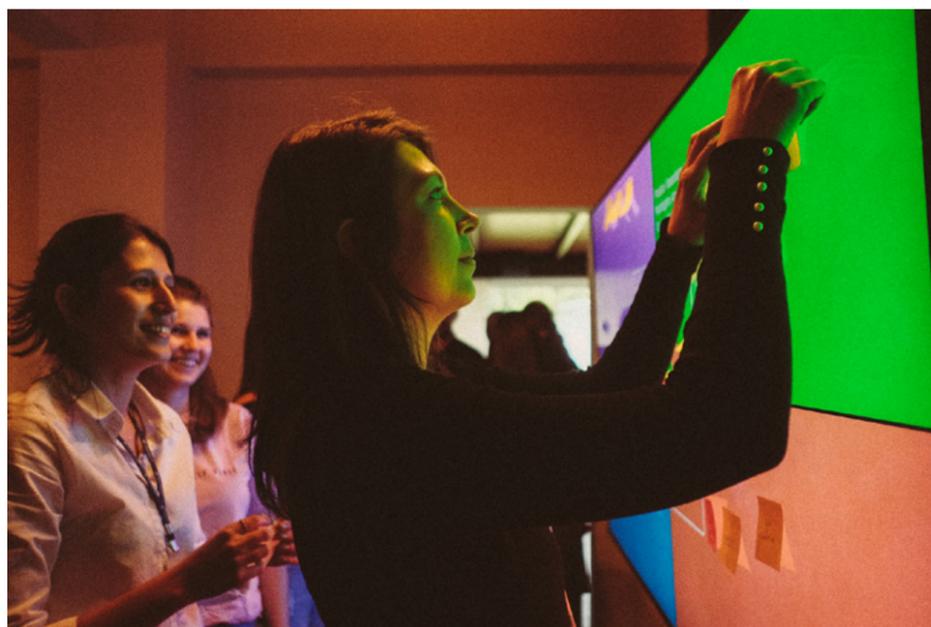


Nova identidade *visual*.



Uma *marca* para mostrar quem *somos*, a que *viemos* e para onde *vamos*.

Expressar a nossa identidade é muito importante para nós. Sentimos a necessidade de traduzir a nossa essência, os nossos valores, as nossas cores e formas de uma outra maneira; de um jeito que nos conecte com o que existe de mais verdadeiro em nós. Em 2022 decidimos passar por um processo de mudança e descoberta, buscando criar uma identidade visual coerente com o nosso momento, a nossa história e o nosso futuro.



ObjetoBrasil®

ObjetoBrasil®

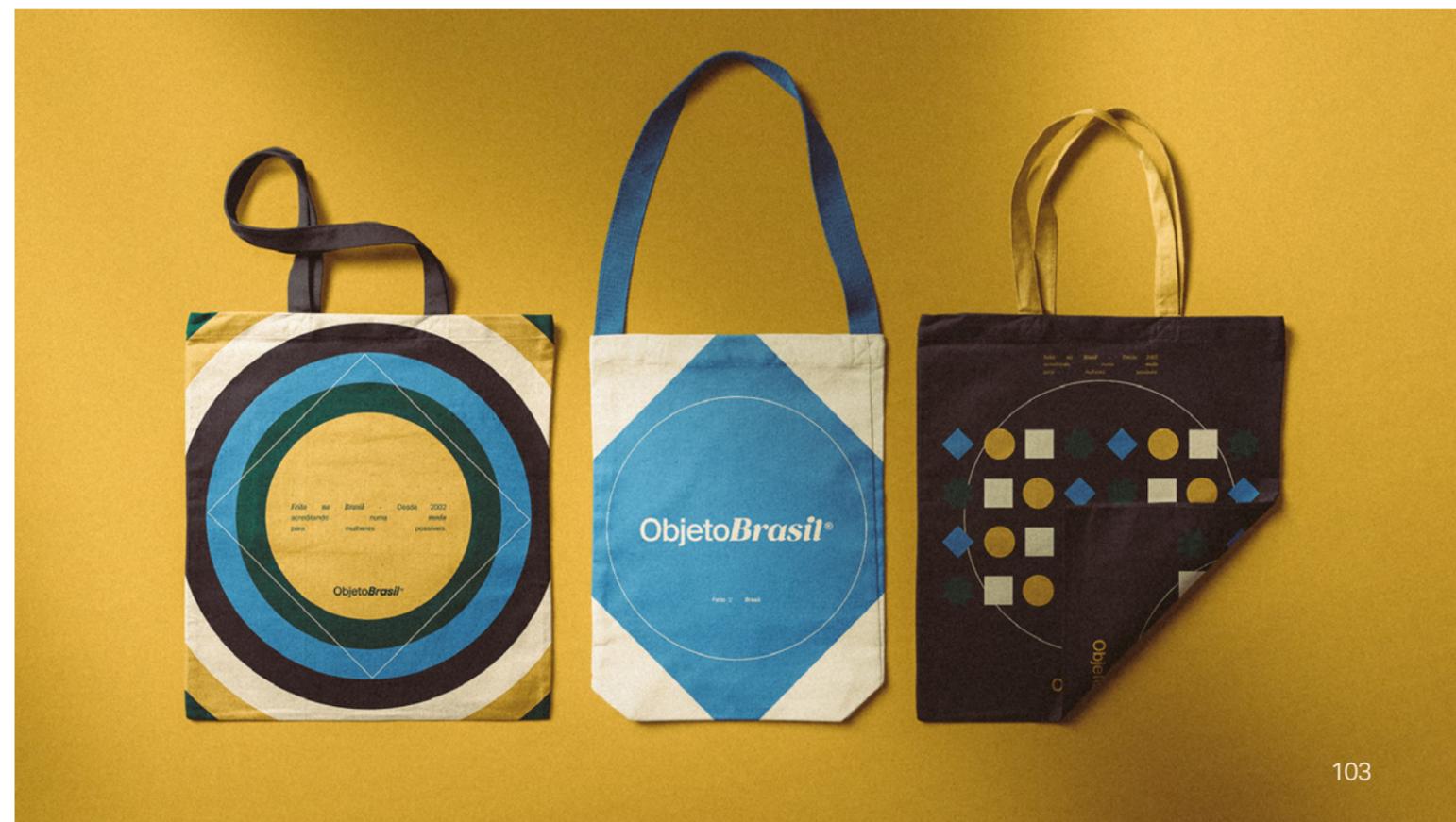
ObjetoBrasil®

ObjetoBrasil®

ObjetoBrasil®

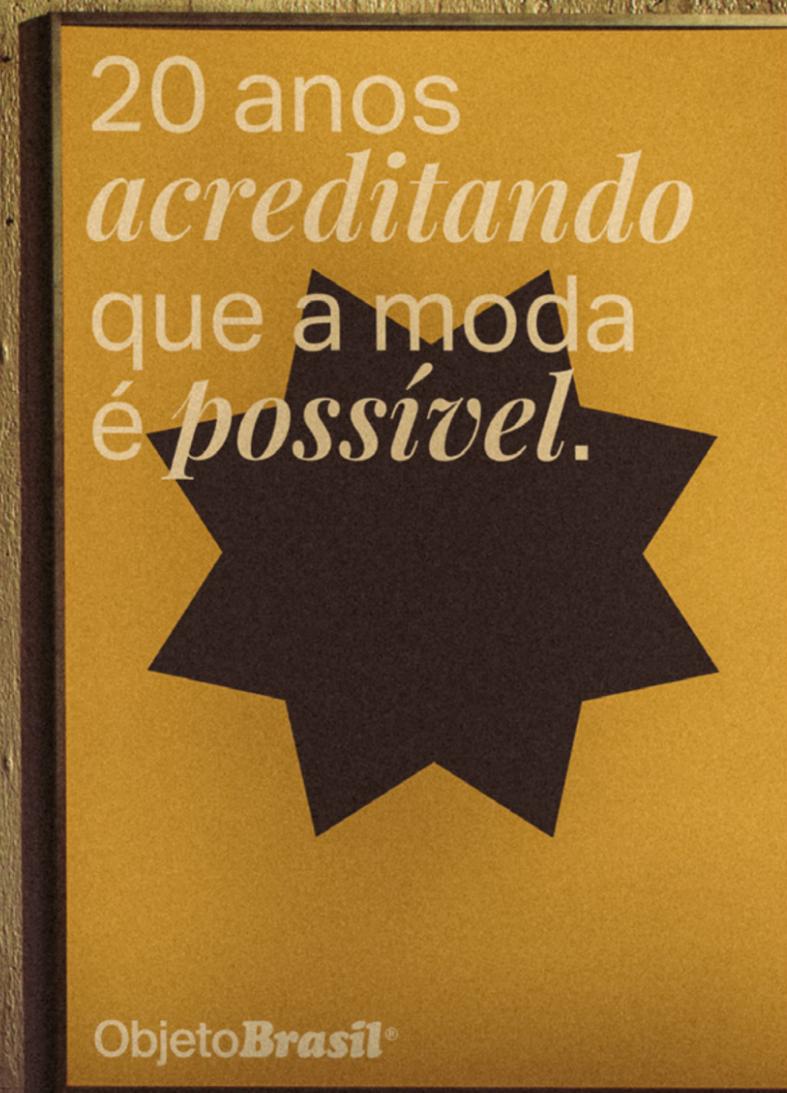
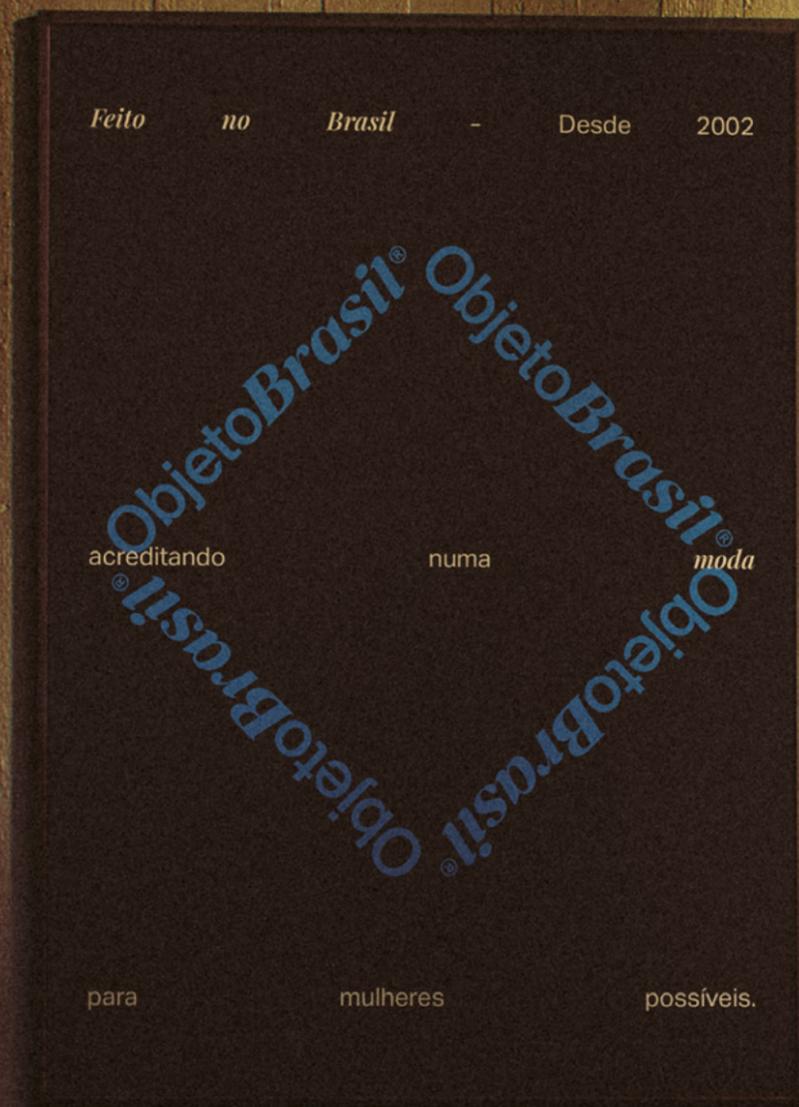
A nossa identidade tem a ver com as pessoas que edificam diariamente o que somos e o que queremos ser. É uma soma de tudo o que fomos até agora e de tudo o que nos tornamos; e, também, tudo o que desejamos nos tornar. É a expressão das

ideias que colocamos em prática, dos processos diários que passam pela nossa fábrica, pelos lugares em que as nossas roupas chegam. Na Objeto Brasil, todo mundo faz moda. E nós acreditamos em criar uma moda possível.





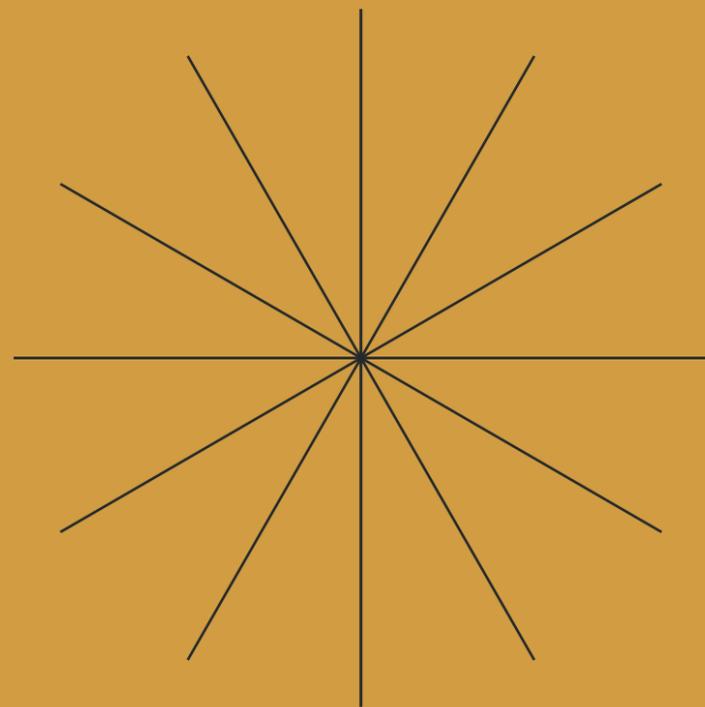
A moda está no nosso DNA.  
A moda feminina está na nossa  
essência. E a nossa bandeira  
é a de criar uma moda possível.  
Queremos fazer uma moda que  
seja gentil com pessoas reais.  
Com mulheres reais.  
Uma moda real para mulheres  
possíveis. Uma moda real  
para mulheres brasileiras.



De norte a sul, de leste a oeste, criamos uma moda presente nos quatro cantos do Brasil. O Brasil é o que carrega a nossa expressividade, é de onde vêm as nossas cores, estampas, formas e vibração. Azul, branco,

amarelo, verde, preto. Carregamos as cores da nossa bandeira na nossa essência. Quadrado, retângulo, curva, círculo, estrela. Carregamos as formas da nossa bandeira na nossa identidade.





“Eu acredito que a *moda* deve ser livre e que as *pessoas* podem usar o que quiserem. Sou defensora do “faz o que te faz *bem*” e assim também é com a forma de se vestir. Penso que devemos celebrar a *beleza* da individualidade, fugir de padrões, criar uma moda democrática, sem julgamentos e acessível.”

*Priscila* Orsi Setor de Marketing

“Uma moda *possível* para mim se fundamenta no princípio de que todas as *pessoas*, independentemente da classe *social*, possam ter acesso à *moda*. Que não faça distinção, filtre ou selecione por *classe* social e todo mundo consiga realmente ter acesso à moda. Eu *acredito* que uma moda possível pode trazer uma *realização* e bem-estar para todas as *mulheres* deste mundo, independente de classe *social*.”

Charles Hornburg Setor de Produção

“Ao meu ver, a moda *possível* é a que se encaixa no seu *estilo*, na sua personalidade — tanto ao se *vestir*, como na maneira como você se sente. É a possibilidade de você se enxergar nas propostas ofertadas pela *moda* ou por uma determinada marca.”

Paula Daniela Piske Setor Financeiro

“Uma *moda* possível é aquela com preço *acessível*, justo, boa *qualidade* e com engajamento voltado à *sustentabilidade*.”

Márcio da Silva Setor de Qualidade

“Uma moda *possível* é aquela que é acessível a todos os *públicos*, que traz diversidade — inclusive nas modelagens — e se adapta a vários corpos, tem um custo *justo*, uma cadeia produtiva correta, que é menos poluente, que é menos descartável... Que irá trazer *melhorias*.”

Emanuelle Sutil Setor de Estilo

Em *comemoração* aos 20 anos da Objeto Brasil criamos um filme para expressar a nossa *personalidade*, a nossa essência e *visão* de futuro.

Comemorar as nossas duas décadas de história fez sentido quando imaginamos falar do futuro, emitindo a mensagem que está nos guiando: a de criar uma moda possível, que chegue a mulheres reais nos quatro cantos do Brasil.

Neste filme estão as pessoas que tornam essa realidade possível aqui dentro, as pessoas que criam, colaboram e fazem parte da nossa essência.



Assista  
ao filme  
de 20 anos.

Há 20 anos  
*acreditando*  
em uma moda  
para mulheres  
*possíveis.*

“Eu, sendo *estilista*, sempre pensei que a *moda* é para as pessoas poderem experimentar o que tem de novo, para poder se divertir, para se *empoderar*, para se gostar mais mesmo. No meu dia a dia é uma forma de a vida não cair na mesmice, porque cada vez que a gente cria e *desenha* uma coleção nova é um novo desafio, precisamos encontrar novidades... Então é um ciclo que nunca acaba e que ajuda a me *renovar*.”

*Bárbara* Stemposki    Setor de Estilo





Em duas décadas a gente vive muito de tudo. E se pergunta: o que nos trouxe até aqui? A gente acreditou que é possível. É assim que a gente se encontrou.

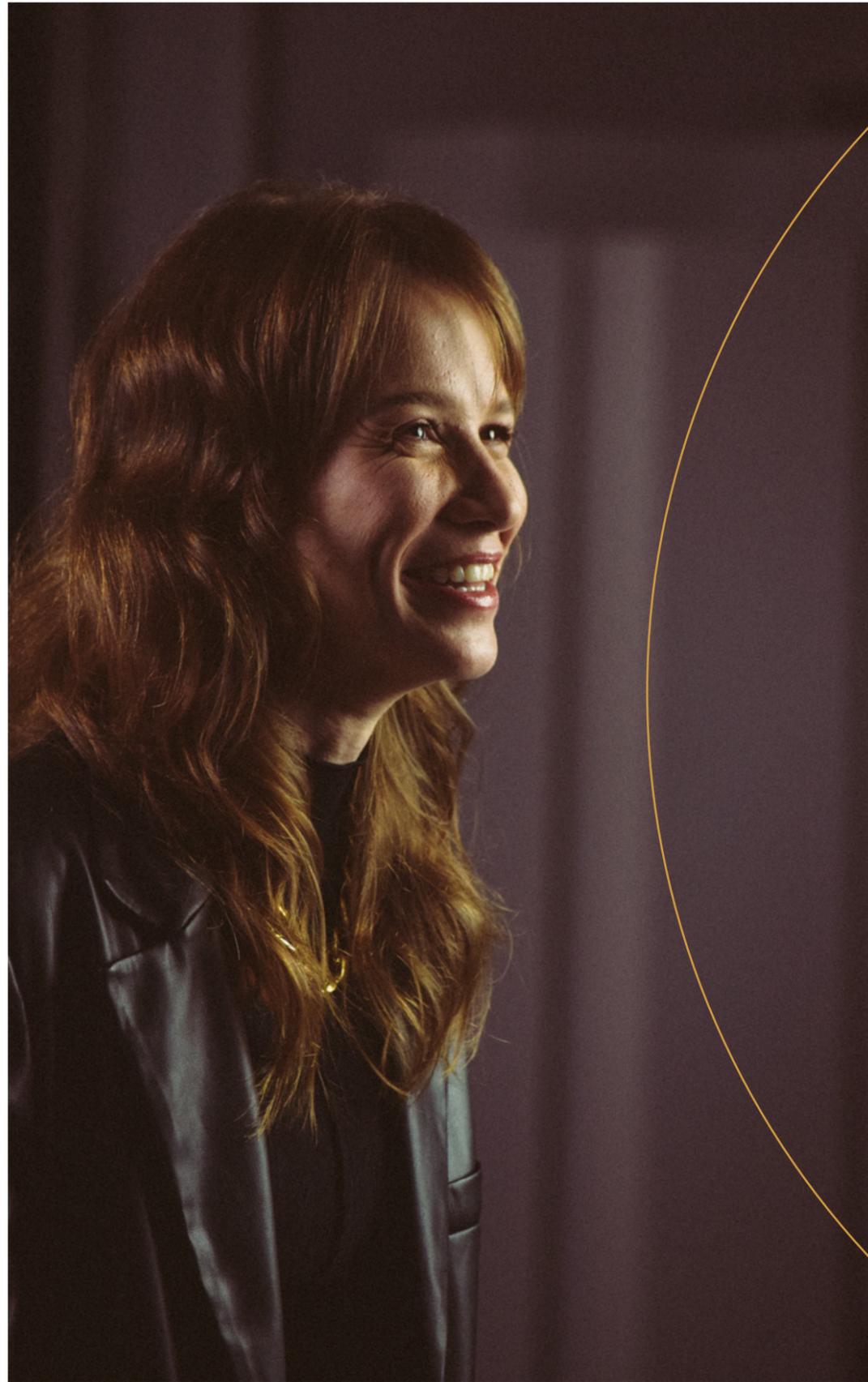
Numa cor — ou em várias.  
Num estilo — ou em muitas modelagens.  
Num caminho — ou em todos os que nos trouxeram até aqui.  
Numa inspiração — que vem do nosso nome e do nosso lugar no mundo.

Brasil é movimento, textura e vida.  
E é da nossa bandeira que trazemos nossas cores e formas.

De norte a sul, de leste a oeste,  
criamos uma moda presente nos quatro cantos do Brasil.

“A bandeira da empresa é realmente a de uma moda *possível*. Encaixa muito com o que eu penso: a moda tem que ser acessível para todo mundo. Para uma *pessoa* que tem menos condições financeiras e para quem tem mais condições financeiras, para todos os tipos de *corpos*, que se adapte melhor ao que o público necessita e, principalmente, que faça com que quem use essa peça se sinta mais *bonita*. Quando a *autoestima* é elevada a gente se sente muito *melhor*.”

*Emanuelle* Sutil    Setor de Estilo





Este é o início de muitos  
começos. Duas de mais décadas  
que virão.

A nossa energia grita por mais.  
E a gente só tá começando.

Desde o início acreditamos  
que é possível. E é isso que  
torna a nossa moda possível.

Uma moda para mulheres  
versáteis, reais, modernas,  
protagonistas, inspiradoras,  
fortes e criativas. Para mulheres  
brasileiras. Uma moda para  
mulheres possíveis.

O nosso sonho envolve muitas  
pessoas. Porque a nossa moda  
é feita por quem conhece os  
detalhes de cada trama, tecido,  
linha e costura. Aqui, cada  
pessoa é fundamental para  
o todo. O nosso todo.

“Moda *possível* é um  
produto acessível, de boa  
*qualidade*, sustentável,  
que as *pessoas* têm  
*orgulho* de produzir  
e consumir.”

*André* Ricardo Manzke  
Fundador e Presidente



"Moda não quer dizer só roupa *sofisticada* ou roupa pra festa. A *moda* é aquilo que te faz sentir *bem*. Não importa se ela é uma *pessoa* nos padrões de *beleza* ou não, o importante é ela se *sentir* bem. Estar na moda é se sentir bem e *encontrar* em marcas as *roupas* que você gosta, que têm bom caimento, boa modelagem, com *cores* que te cativam. Para mim, *moda* é isso".

*Denise* Fontanella da Silva

Setor de Qualidade



Feito

no

Brasil

Desde

2002

acreditando

numa

moda

para

mulheres

possíveis.





Objeto*Brasil*®

**20** ANOS



Assista  
ao filme  
de 20 anos.

# Créditos

DIREÇÃO *Criativa* E PRODUÇÃO EXECUTIVA  
Molde — Insight, Estratégia e Design

DIREÇÃO DE CONTEÚDO E *redação*  
Carla Mereles

DIREÇÃO DE *arte* E DIAGRAMAÇÃO  
Marlon Bruno da Silva

TIME *criativo* DO PROJETO  
Carla Mereles, Eugênia Moser,  
Guilherme N. Hack, José Luiz Day, Marina Testoni,  
Marlon Bruno da Silva, Robson Stédile

PRODUÇÃO *gráfica*  
Alexandre Kumm, Marina Testoni,  
Marlon Bruno da Silva

FOTOGRAFIAS  
José Luiz Day, Marlon Bruno da Silva,  
Guilherme N. Hack  
Arquivo da Objeto Brasil



*Feito*

*no*

*Brasil*

-

Desde

2002

**Objeto***Brasil*<sup>®</sup>

acreditando

numa

*moda*

objetobr.com.br

para

mulheres

possíveis.