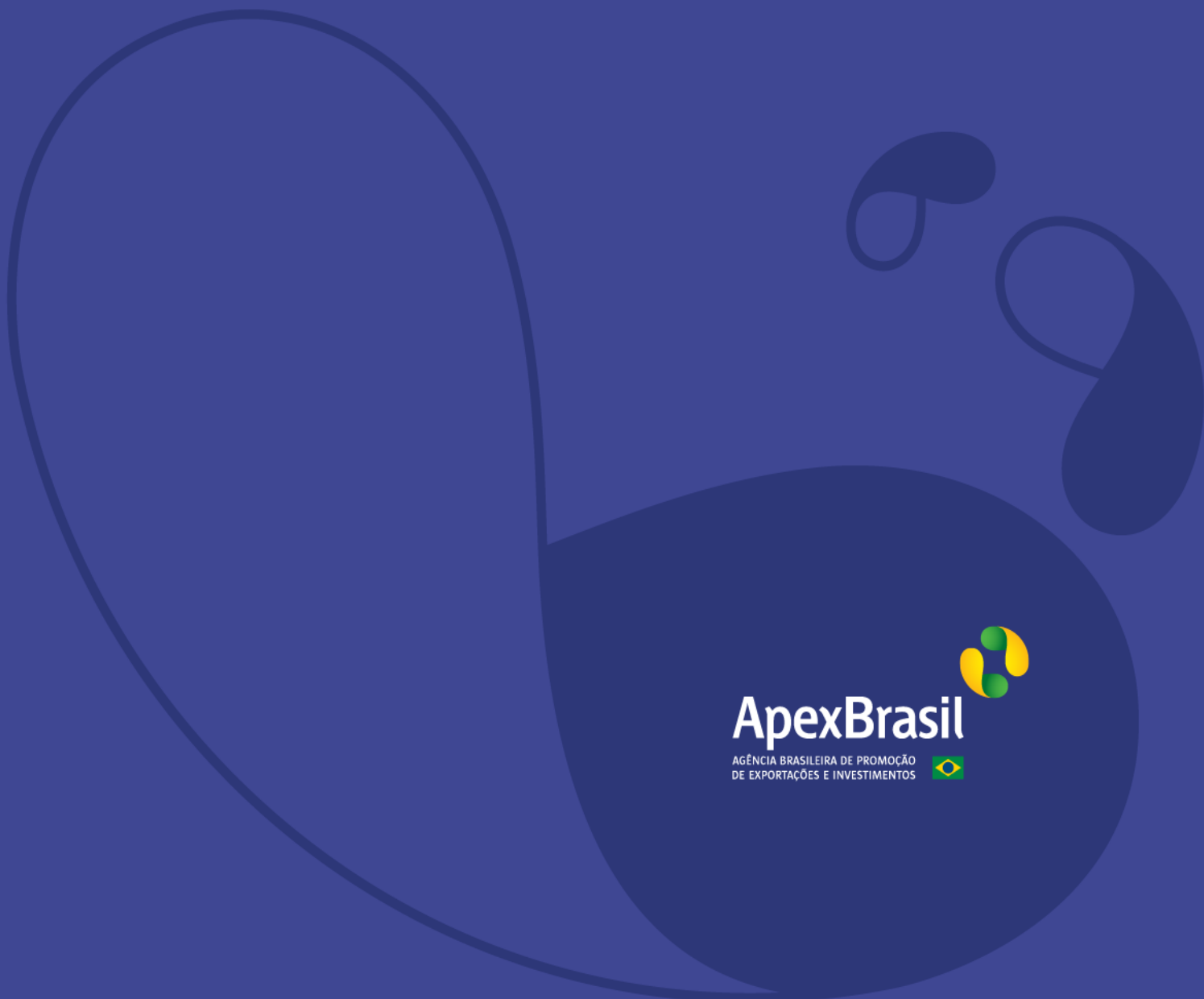




# AUSTRÁLIA

## Mercado de Moda Praia 2018





**Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos**  
PRESIDENTE – APEX-BRASIL

**Márcia Nejaim Galvão de Almeida**  
DIRETORA DE NEGÓCIOS – APEX-BRASIL

**Sueme Mori Andrade**  
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO – APEX-BRASIL

**Igor Isquierdo Celeste**  
COORDENADOR DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO – APEX-BRASIL

**Isabel Tarrisse da Fontoura**  
**Guilherme A. Lontra Nacif**  
ORGANIZAÇÃO/REVISÃO – APEX-BRASIL

**Euromonitor International**  
ELABORAÇÃO

**Renata Meirelles – Associação Brasileira de Estilistas (Abest)**  
**Lilian Kadissi – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit)**  
**Conselheiro Joaquim Pedro Penna – Consulado do Brasil em Sydney**  
COLABORAÇÃO

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,  
CEP 70.040-020 - Brasília - DF  
Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263  
[www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)  
E-mail: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)

© 2018 Apex-Brasil  
Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).  
Todos os direitos reservados.  
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

A Gerência de Estratégia de Mercado da Apex-Brasil, responsável pelo desenvolvimento deste estudo, quer saber a sua opinião sobre ele. Se você tem comentários ou sugestões a fazer, por favor, envie e-mail para [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)

# Índice

<b>SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>4</b>
<b>CONTEXTO DA AUSTRÁLIA.....</b>	<b>7</b>
DADOS GEOGRÁFICOS E DEMOGRÁFICOS.....	8
DADOS MACROECONÔMICOS.....	9
INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA.....	11
<b>FLUXO COMERCIAL DO SETOR DE MODA PRAIA.....</b>	<b>13</b>
VISÃO GERAL.....	14
IMPORTAÇÃO.....	15
PRODUÇÃO INTERNA.....	16
EXPORTAÇÃO.....	18
PRINCIPAIS ACORDOS COMERCIAIS.....	19
<b>MERCADO DE MODA PRAIA.....</b>	<b>21</b>
CONSUMO HISTÓRICO.....	22
ANÁLISE DE DEMANDA FUTURA.....	25
PRINCIPAIS IMPULSIONADORES DE DESEMPENHO.....	26
CATEGORIAS.....	27
CONCORRÊNCIA.....	32
DISTRIBUIÇÃO.....	36
EVENTOS DE MODA.....	43
PRECIFICAÇÃO.....	44
ANÁLISE DE OPORTUNIDADES.....	46
<b>REQUISITOS TÉCNICOS, LEGAIS E DE QUALIDADE.....</b>	<b>52</b>
VISÃO GERAL.....	53
<b>ANEXO.....</b>	<b>58</b>
DEFINIÇÕES.....	59
METODOLOGIA.....	60
FONTES CONSULTADAS.....	61
<b>SOBRE A APEX-BRASIL.....</b>	<b>64</b>
<b>SOBRE A EUROMONITOR.....</b>	<b>65</b>

## Apesar do crescimento lento, em virtude da maturidade do mercado, o segmento de trajes de banho premium ainda tem espaço para crescer

Condições macroeconômicas favoráveis na Austrália devem continuar a dar suporte ao consumo saudável e aos níveis de crescimento no curto e médio prazo. A expectativa é que o PIB real do país aumente em 2,6% em 2017, de 2,4% em 2016.

Espera-se que o mercado maduro de trajes de banho da Austrália continue a ser apoiado pelo crescimento populacional positivo. A renda disponível per capita deverá crescer em 0,6% em 2017, indicando taxa de consumo consistente.

No total líquido, a Austrália é um importador de trajes de banho, com valor importado de US\$ 91,32 milhões em 2016. Por outro lado, seu valor de exportação de trajes de banho totalizou somente US\$ 5,62 milhões. A China é a principal parceira de importação da Austrália, contribuindo com participação de 83% em 2016, enquanto o Brasil representou apenas 0,05%.

O mercado de moda praia na Austrália alcançou US\$ 621,1 milhões em 2016 e está vivenciando crescimento lento devido à maturidade do mercado. Embora exista uma ameaça crescente de falsificações e concorrência intensa, a inovação de produtos e a maior demanda por produtos sofisticados devem ser os principais vetores para os próximos anos e a expectativa é que o mercado ainda cresça no período projetado.

Principais argumentos para os exportadores interessados no mercado de moda praia australiano:

- O mercado de moda praia é muito fragmentado, com cinco *players* principais (Billabong, Rip Curl, Seafolly, Bras N Things e Speedo) representando apenas 35% da participação de mercado. Os trajes de banho femininos continuam a ser o principal foco das marcas em virtude da maior participação de mercado, de 64%.
- A utilização de distribuidores ou atacadistas é prática comum no mercado de trajes de banho na Austrália. A crescente importância de ter uma presença de varejo em vários canais incentivou as marcas e os varejistas do segmento a aumentarem seus investimentos em estratégias multicanal, com um foco particular em sua presença digital, uma vez que os consumidores continuam a favorecer a conveniência oferecida pelo varejo on-line.
- Marcas premium tendem a ter maior penetração em boutiques de moda, mas as vendas no varejo também são relevantes nas vendas tradicionais de moda praia padrão (ou seja, lojas de departamento, lojas on-line etc.)
- Para entrar com êxito no mercado de trajes de banho femininos premium, a utilização extensiva de mídia social, a elaboração de designs exclusivos e a utilização de agentes ou distribuidores são cruciais.
- Existem várias oportunidades para exportadores de moda praia, especialmente no domínio dos trajes de banho femininos premium, em que há uma infinidade de pequenas grifes, incluindo *players* latino-americanos que tornaram-se bastante bem-sucedidos e foram adquiridos por grandes grupos financeiros que já possuíam marcas importantes de moda praia (Seafolly).

## A Austrália é um importador líquido de moda praia com concorrência intensa de marcas locais e regulações rigorosas de rotulagem

### 1

#### Visão geral do país

As perspectivas econômicas no curto e no médio prazo são positivas. A expectativa é de que o PIB real aumente em 2,6% em 2017, com o crescimento proveniente dos segmentos de mineração e de construção. A dívida externa líquida é relativamente alta, mas há risco cambial limitado e o setor financeiro é robusto.

A renda disponível per capita deverá crescer em 0,6% em 2017, indicando taxa de consumo consistente.

### 2

#### Fluxos comerciais

A Austrália é um importador líquido total de trajes de banho com valor importado de US\$ 91,32 milhões em 2016 e valor de exportação de US\$ 5,62 milhões.

A Ásia é sua maior parceira importadora, representando 96% do valor total importado de trajes de banho.

### 3

#### Tamanho do mercado e tendências

O mercado de moda praia na Austrália alcançou US\$ 621,1 milhões em 2016, apresentando uma taxa média de crescimento anual de 0,7% entre 2017 e 2020. Os trajes de banho femininos permaneceram como a principal categoria, com uma contribuição de 64,3% das vendas em 2016, enquanto os trajes de banho masculinos totalizaram 26,0%.

### 4

#### Normas e Regulação

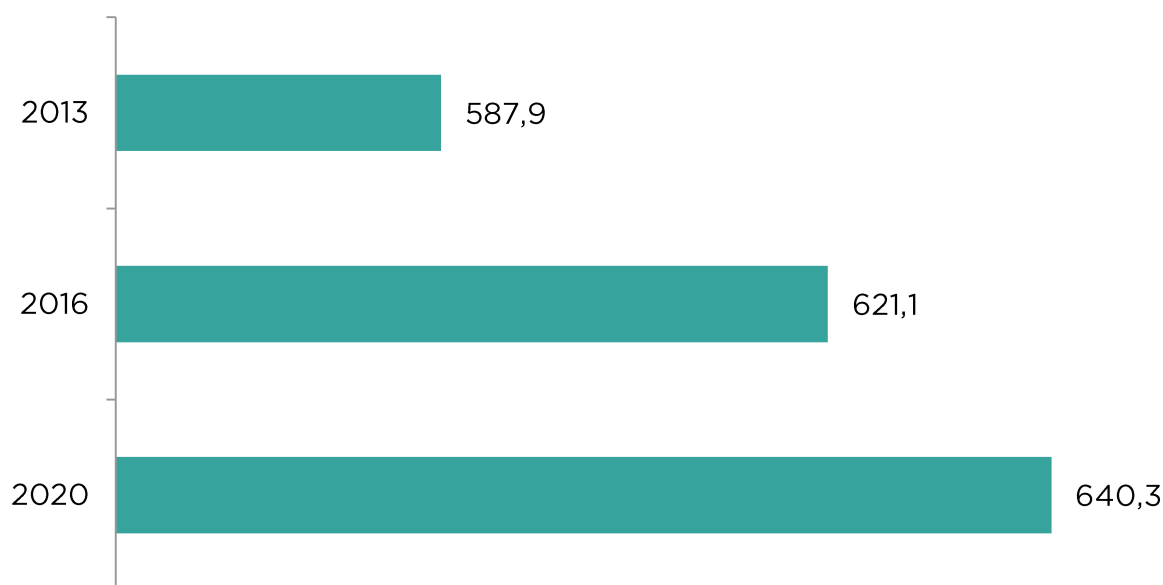
O Brasil não possui acordos comerciais com a Austrália. As taxas alfandegárias gerais para a importação de trajes de banho na Austrália são de 5% com IVA de 10%. A Austrália é um mercado bem regulado e controlado, com exigências rigorosas de rotulagem de têxteis.

O registro de design na Austrália pode ser demorado e necessita ser renovado a cada cinco anos.

**O mercado de trajes de banho deverá continuar a apresentar crescimento positivo, ao passo que o preço médio de mercado está subindo devido à demanda por melhores produtos e design**

Gráfico 1: Histórico e projeção\* de vendas de Moda Praia (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2016 – Valores em termos constantes, preços ao consumidor



Fonte: Euromonitor

### Principais tendências

- A crescente demanda por produtos de melhor qualidade e designs mais originais para os trajes de banho femininos e masculinos está conduzindo o preço médio de mercado.
- Expansão das marcas em plataformas multicanais com foco crescente no varejo on-line.
- A Seafolly é a terceira marca mais importante no mercado, mas a que deve obter o maior ganho de participação de mercado.

### Principais motivadores de compras para os usuários finais

- Os trajes de banho femininos permanecem o principal contribuinte para o mercado de trajes de banho, pois as mulheres são mais atentas à moda.
- A mídia social se tornou uma criadora de tendências, particularmente para os trajes de banho femininos.
- O mercado premium é principalmente orientado pela demanda por maior valor do dinheiro, bem como pelo desejo de designs exclusivos de trajes de banho.

\* O ano de 2020 refere-se a projeções



CONTEXTO DA AUSTRÁLIA

## CONTEXTO DA AUSTRÁLIA

### DADOS GEOGRÁFICOS E DEMOGRÁFICOS

#### A população está aumentando e a taxa de fecundidade é um pouco mais elevada que na maioria dos países desenvolvidos

Com cerca de 3.680 km de sua ponta oriental ao seu extremo ocidental, a Austrália é a segunda maior ilha do mundo. O país situa-se a aproximadamente 1.000 km da Nova Zelândia e cerca de 500 km ao sul da Indonésia. Assim, seu clima varia do subtropical no norte a regiões significativamente mais frias no sul.

A população da Austrália está aumentando constantemente e atingiu 24,3 milhões de pessoas em 2016, acima dos 19,0 milhões em 2000. A idade média em 2016 foi de 37,4 anos – 2,0 anos mais alta que em 2000. Esse número subirá para 39,5 anos até 2030. A população de pessoas com mais de 65 anos mais do que dobrou desde 1980 e totalizou 3,7 milhões em 2016 (15,1% da população total). Até 2030, a participação será de 18,7%

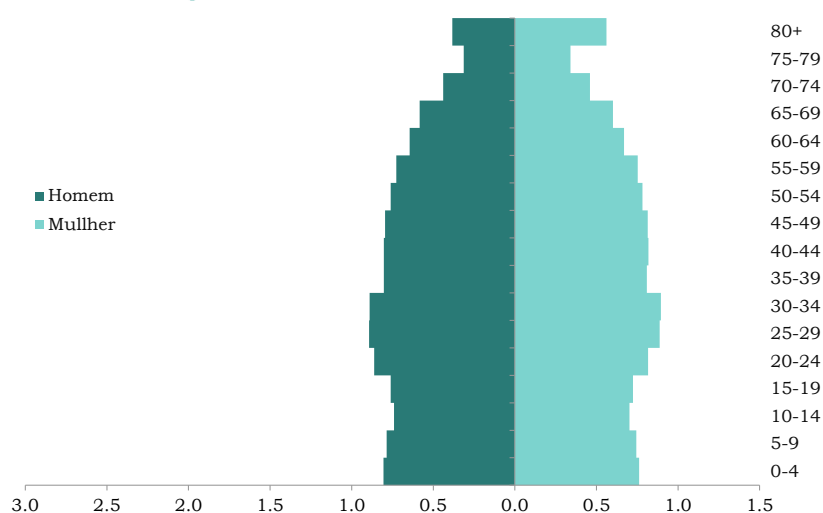
A taxa de fecundidade tem se mantido relativamente estável ao longo do tempo e um pouco superior em relação à maioria dos países industrializados. Atualmente, a taxa é de 1,9 nascimentos por mulher (ligeiramente menos que o nível de substituição) e deve diminuir muito pouco no período de 2015 a 2030. A imigração é um fator de contribuição importante para o crescimento da população. Mais de um quinto de todos os australianos nasceram no exterior e mais de um quarto daqueles nascidos na Austrália têm pelo menos um dos pais nascido no exterior. A maioria dos imigrantes atualmente vem da Ásia.

A distribuição geográfica da população é incomum devido ao fato de que partes do país são pouquíssimo habitadas, povoadas apenas por pequenas e dispersas comunidades nativas. Na maioria dos estados – incluindo New South Wales, Victoria, South Australia e Western Australia – a grande maioria dos residentes estão concentrados nas grandes cidades.

#### Geografia



#### Demografia



Fonte: Euromonitor

População total: 24,128 milhões



## A Austrália permanecerá livre de recessão e a projeção é de crescimento contínuo

Os setores de construção e de mineração são os principais fatores econômicos

- A Austrália completará 26 anos de crescimento livre de recessão em 2017. O PIB real aumentará em 2,6% em 2017 – acima dos 2,4% de aumento em 2016.
- A dívida pública totalizou A\$ 695.4 bilhões (US\$ 513.9 bilhões) em 2016. Esse valor representa 41,1% do PIB. A dívida pública (em termos reais) aumentará 7,4% em 2017. A dívida externa líquida é relativamente alta, mas há risco cambial limitado e o setor financeiro é robusto.
- Os setores de construção e de mineração foram os principais fatores econômicos. No entanto, o ritmo atenuou-se no período de 2013 a 2016 conforme os preços das *commodities* reduziram e as exportações desaceleraram. Enquanto o setor de mineração perdeu 22.000 empregos entre 2013 e 2015, saúde e serviços comunitários criaram novos postos que somaram quase o dobro de trabalhadores em comparação àqueles perdidos na mineração. A desvantagem dessa mudança estrutural é o medo crescente de que algumas empresas de mineração estejam agora incorrendo estresse financeiro.
- A taxa de poupança da Austrália é uma das mais elevadas de todos os países desenvolvidos. Em 2016, a poupança representou 14,2% da renda disponível e a taxa será a mesma em 2017.
- A renda disponível per capita chegou a A\$ 46,471 (US\$ 34,342) em 2016. Em 2017, o indicador crescerá 0,6% em termos reais.

Figura 1: PIB\* (US\$ Bi, 2016 fixo, valores constantes)

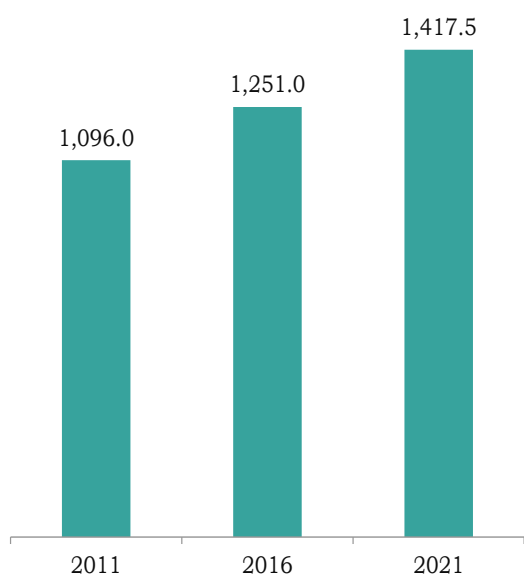


Figura 2: PIB\* per capita

2016  
US\$  
51.847



2021  
US\$  
54.098



Figura 3: Inflação 2016

1,3%  
Inflação

Fonte: Euromonitor

\* O ano de 2021 refere-se a projeções

## A participação do setor manufatureiro no PIB tem diminuído em virtude do alto custo de se fazer negócios localmente

### A Austrália tem recursos naturais abundantes

A participação do setor manufatureiro no PIB tem diminuído e atualmente equivale a 6,0% do PIB total, ao passo que 8,5% do mercado de trabalho é empregado no setor. O alto custo de se fazer negócios na Austrália favorece os importadores e prejudica os exportadores. As decisões da GM (Holden), da Toyota e da Ford Australia de fecharem suas fábricas australianas durante os próximos anos é um retrocesso. Esse retrocesso também está afetando os setores têxtil, de vestuário e de calçados. Todos os integrantes do setor manufatureiro sofrem por causa do pequeno mercado interno, dos altos salários e da decisão de Camberra de encerrar as subvenções corporativas. O valor real da produção industrial bruta caiu 1,0% em 2016.

Os setores manufatureiros australianos de têxteis, de vestuário e de calçados abrangem uma gama de produtos diferentes que incluem têxteis, vestuário de calçados prontos para uso. No entanto o emprego dentro desses setores caiu consideravelmente nos últimos anos. Enquanto em 2013 o setor empregou cerca de 38 mil pessoas na Austrália, em 2016, após acentuado corte nos empregos, o total ficou abaixo da marca de 33 mil.

Segundo autoridades do governo australiano, empresas australianas de sucesso nesse setor redirecionaram sua produção de bens de *commodities* para produtos especializados de maior valor agregado, que se diferenciam pelo design e pela inovação. Isso inclui, entre outros exemplos, têxteis de proteção inteligentes para uso de militares, compostos têxteis para aplicações aeroespaciais e da marinha e têxteis de filtração para aplicações de água e energia.

O turismo tem representado 3%-4% do PIB na maioria dos anos. O valor real das receitas turísticas subiu 4,7% em 2016 e espera-se um crescimento de 4,8% em 2017. Os turistas asiáticos (principalmente chineses) são os principais. O número de turistas chineses que visitam a Austrália mais do que dobrou, para 1,2 milhão. Apesar das adversidades, o setor bancário deve continuar a desfrutar de fortes lucros. O investimento no setor de serviços precisa subir para alcançar sua contribuição para o PIB.

A agricultura emprega 3,1% do mercado de trabalho. A Austrália possui alguns dos produtores rurais mais eficientes do mundo. O país é o terceiro principal exportador de carne bovina do mundo e o quarto principal exportador de grãos. Cerca de dois terços da produção do setor agrícola são exportados. No entanto, a agricultura requer até 70% dos escassos recursos de água do país. Dezenas de empresas chinesas investiram no setor agrícola da Austrália durante os últimos anos, incitando funcionários do governo australiano a cortar bruscamente o limite para a inspeção dos investimentos estrangeiros em terras agrícolas pelos reguladores.

A Austrália tem recursos naturais abundantes. O país é o principal exportador de carvão do mundo (30% do total global), tem quase 40% do urânio recuperável do mundo, além de ser um grande exportador de gás natural liquefeito. Além disso, a Austrália é o principal produtor de cobre, de minério de ferro, de manganês, de níquel, de chumbo, de calcário e de pedras preciosas. No entanto, um colapso nos preços mundiais de muitas *commodities*, como o minério de ferro, expôs as vulnerabilidades. O valor real da produção da mineração caiu 7,9% em 2016.

## O transporte rodoviário, aéreo e aquático vem aumentando o volume de negócios da indústria

Na Austrália, o transporte rodoviário representou o principal modo de transporte. O volume de negócios da indústria tem aumentado devido à demanda crescente nos setores de transporte rodoviário de passageiros e de mercadorias.

Quanto ao transporte aéreo, observa-se também um volume crescente de negócios, graças ao número crescente de visitantes provenientes da China e à recuperação do mercado interno de viagens aéreas. No entanto, apesar desse crescimento dos viajantes aéreos, as companhias aéreas australianas não investiram na expansão da frota em 2016, uma vez que os programas de ajustes da frota continuam.

O transporte aquático também apresenta um volume de negócios crescente em virtude da expansão das exportações de *commodities* e de GNL (gás natural liquefeito). A Austrália é altamente dependente do transporte aquático, que corresponde a 99% dos fluxos de exportação e importação do país.

### Transporte rodoviário de cargas e passageiros

O volume de negócios do setor cresceu 8% em 2016, atingindo um valor de A\$ 59 bilhões (US\$ 44 bilhões) no ano. O transporte rodoviário de cargas representou uma participação dominante de 83% do volume de negócios em 2016, ao passo que o transporte de passageiros programado e não programado representou 11% e 6%, respectivamente. As estradas representaram o principal modo de transporte na Austrália devido à rede ferroviária subdesenvolvida e às vantagens do transporte rodoviário em termos de preço, velocidade, conveniência e confiabilidade.

O transporte rodoviário de mercadorias expandiu 8% em 2016. Os setores industriais, de atacado e de varejo foram os maiores compradores dos serviços de transporte rodoviário em 2016. O setor manufatureiro na Austrália declinou, conforme indicado pelo Índice de Produção Manufatureira. O índice situou-se em 90,5 pontos em 2016, abaixo dos 94,6 pontos em 2015. Uma série de setores australianos, como o automotivo, recuaram em 2016 e, conseqüentemente, necessitaram de menos serviços de transporte.

Não obstante, a expansão do atacado e do varejo ajudou as empresas de transporte a compensarem as perdas decorrentes do setor manufatureiro. Em 2016, os mercados australianos de atacado e de varejo expandiram 3% e 2% em termos de volume, respectivamente. Os setores de varejo e de atacado apresentaram aumento do volume de negócios de 1% e de 2% respectivamente em 2016, gastando, portanto, mais em transporte rodoviário. O setor de comércio eletrônico cresceu continuamente em 2016 (devido em parte ao crescimento no uso de dispositivos móveis) e dependeu fortemente dos serviços de correio rodoviário, deste modo, conduzindo o crescimento de volume de negócios do transporte rodoviário. A partir de 2016, o varejo on-line na Austrália cresceu 16%, para A\$ 21 bilhões (US\$ 16 bilhões).

## O aumento das exportações impulsionou o crescimento do transporte aquático

### Transporte aéreo

O setor registrou uma expansão de volume de negócios de 4% em 2016 e atingiu um valor de A\$ 25 bilhões (US\$ 19 bilhões). O crescimento foi impulsionado pelo número crescente de passageiros das companhias aéreas, em grande parte graças aos fluxos crescentes de entrada de turistas e à recuperação da demanda nas rotas internas. A recuperação das indústrias de extração de energia ajudou a elevar a demanda por viagens domésticas.

O número de passageiros das companhias aéreas nos nove principais aeroportos australianos cresceu 2% em 2016, chegando a um total de 130,8 milhões. Em grande parte, o aumento dos fluxos de passageiros foi impulsionado pelo número crescente de turistas, com um aumento de 5% nos desembarques aéreos na Austrália em 2016 que foram de 7,7 milhões. O mercado de viagens aéreas para o exterior também apresentou bom desempenho, com o número de embarques aéreos tendo atingido 16,9 milhões, um crescimento de quase 3% em 2016.

A fim de reduzir custos e melhorar a qualidade dos serviços, as companhias aéreas australianas têm investido cada vez mais em soluções digitais. Por exemplo, durante o período de 2014 a 2016, a principal companhia aérea, a Qantas, investiu em sua estratégia digital, em análise de dados e em programas de fidelidade, medidas que provavelmente reforçarão sua posição on-line. Com novas ferramentas de análise de dados, a Qantas está bem posicionada para ter um entendimento claro das necessidades e preferências dos viajantes australianos e oferecer produtos e serviços mais personalizados.

### Transporte aquático

O setor de transporte aquático australiano cresceu 4% em 2016, totalizando A\$ 4,0 bilhões (US\$ 3 bilhões). O crescimento foi em grande parte resultado do aumento de 4% das importações no ano. O minério de ferro e o carvão foram as principais *commodities* enviadas da Austrália, ao passo que as exportações de GNL tiveram o maior crescimento, aumentando 8% em 2016. As taxas de embarque voláteis e o excesso de capacidade do transporte de mercadoria seca a granel limitaram em grande medida os investimentos em frota, de modo que apenas oito novos navios foram adicionados à frota comercial australiana.

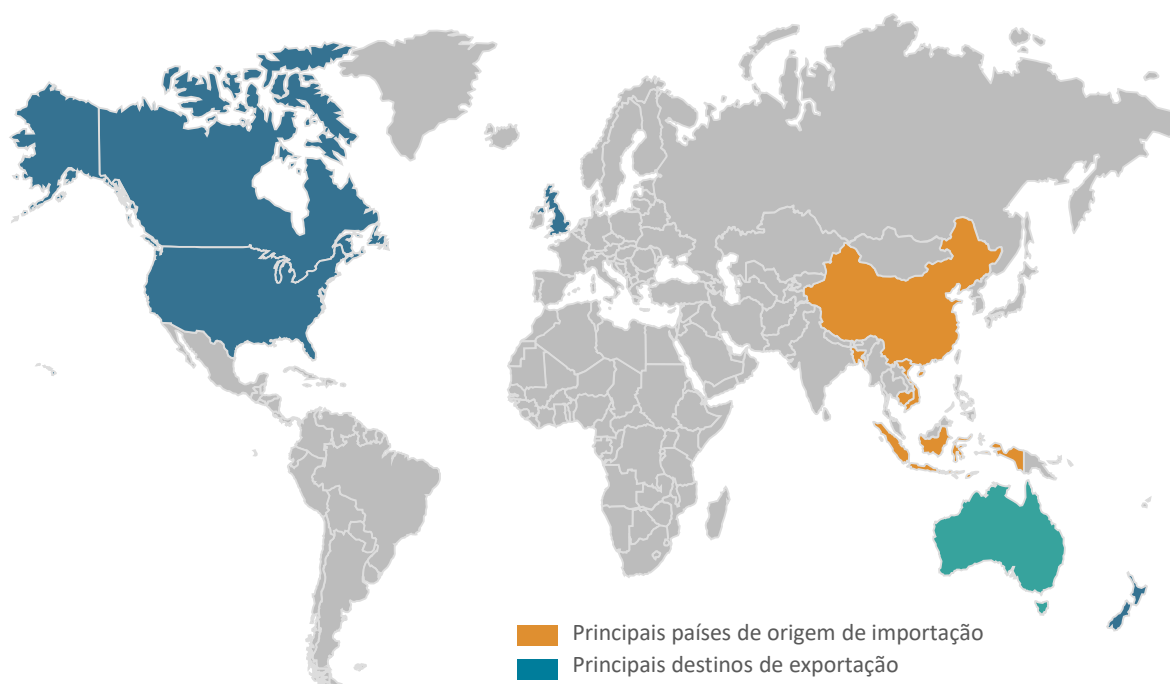
O minério de ferro foi a principal *commodity* exportada da Austrália; desta forma, um aumento próximo de 5% nas exportações em 2016 contribuiu significativamente para o crescimento do setor de transporte aquático. A Austrália permaneceu o principal exportador de minério de ferro no mundo, enviando 802 milhões de toneladas de minério em 2016. No entanto, apesar do aumento de 5% dos preços do minério de ferro em 2016, os investimentos na exploração do minério de ferro na Austrália permaneceram em níveis históricos mínimos, uma vez que as empresas se concentraram na redução de custos e na manutenção dos ativos existentes. Isso indica que o crescimento das exportações foi temporário, considerando que as exportações podem declinar no futuro devido a investimentos insuficientes em novas reservas de minério de ferro.



FLUXO COMERCIAL DO SETOR DE MODA PRAIA

Os parceiros asiáticos representaram quase 95% de todas as importações de moda praia

### FLUXO COMERCIAL AUSTRALIANO DO SETOR DE MODA PRAIA



#### Importação do setor de Moda Praia, 2016 US\$ 91,32 Mi

China	83,00%
Indonésia	3,29%
Bangladesh	3,15%
Camboja	2,46%
Vietnã	1,81%

#### Exportação do setor de Moda Praia, 2016 US\$ 5.62 Mi

Nova Zelândia	32,60%
EUA	25,24%
China, Hong Kong SAR	8,20%
Reino Unido	7,05%
Canadá	5,27%

Fonte: Comtrade

## A China é uma fonte significativa de importação de trajes de banho na Austrália

Em 2016, o valor total do comércio de trajes de banho importados alcançou US\$ 91,32 milhões, sendo a Ásia o principal parceiro de importação, representando 96% do valor total importado de trajes de banho.

A China é a principal parceira de importação, contribuindo com participação de 83%, enquanto o Brasil representou apenas 0,05% de todas as importações australianas de moda praia. As exportações de trajes de banho do Brasil para a Austrália alcançaram US\$ 46.909 em 2016.

### Principais Produtos

- Maiôs, shorts (calções) e sungas de banho de fibras sintéticas, de uso feminino (código SH 6112.41), representaram 70,94% das importações australianas de moda praia em 2016, atingindo US\$ 64,78 milhões.
- Com 8,7% de participação nas importações totais de moda praia, maiôs, biquínis, shorts (calções) e sungas de banho, de uso masculino (código SH 6112.11), foram o segundo produto mais relevante importado pela Austrália, chegando a um valor de US\$ 7,92 milhões.
- Maiôs, shorts (calções) e sungas de banho de fibras sintéticas, de uso masculino (código SH 6112.31), representaram 8,07% das importações australianas de moda praia em 2016, com valor de US\$ 7,37 milhões, tornando o segmento o terceiro mais relevante de todos os produtos importados de moda praia.
- Com 5,37% de todas as importações de moda praia, maiôs, shorts (calções) e sungas de banho de outros materiais têxteis, de uso feminino (código SH 6112.49), foram o quarto produto mais relevante importado pela Austrália, atingindo US\$ 4,91 milhões.
- Maiôs, biquínis, shorts (calções) e sungas de banho, de uso feminino (código SH 6112.12) representaram 4,71% de todas as importações australianas de moda praia em 2016, com US\$ 2,04 milhões.

### Principais países de origem (importação)

- A China concentrou 83% de todas as importações de moda praia pela Austrália em 2016, totalizando US\$ 75,80 milhões. Quase 74% de todas as importações chinesas foram do código SH 6112.41.
- A Indonésia concentrou 3,3% de todas as importações de moda praia pela Austrália em 2016, totalizando US\$ 3,01 milhões. Os trajes de banho do código SH 6112.41 representaram 53% das importações de moda praia da Indonésia.
- O Bangladesh representou 3,2% de todas as importações de moda praia pela Austrália em 2016, totalizando US\$ 2,87 milhões. Nesse ano, 62% dos artigos de moda praia importados do Bangladesh foram do código SH 6112.11.
- O Camboja representou 2,5% de todas as importações de moda praia pela Austrália em 2016, totalizando US\$ 2,25 milhões. Os trajes de banho do código SH 6112.41 representaram 77% das importações de moda praia do Camboja.
- O Vietnã representou 1,8% de todas as importações de moda praia pela Austrália em 2016, totalizando US\$ 1,66 milhão. Do total da moda praia importada do Vietnã, 52% foram do código SH 6112.31.

## O fato de a produção *off-shore* se tornar prática comum não afeta os critérios de compra dos consumidores australianos

### A produção *off-shore* tornou-se uma prática comum de mercado

A maioria das marcas comerciais de trajes de banho na Austrália fabrica e armazena seus estoques no exterior a fim de reduzir o custo de produção e atender à crescente demanda. A maioria das unidades de fabricação está localizada na China, ao passo que os armazéns geralmente estão localizados na China continental ou em Hong Kong.

Algumas marcas menores, como a Baku e a Finch, ainda fabricam alguns produtos localmente. A marca Bondi afirma que todos os seus produtos são fabricados no próprio país.

A Jets, uma marca *premium* australiana de trajes de banho, realizava 100% de sua produção localmente. No entanto, devido à crescente demanda, tanto na Austrália quanto globalmente, a marca realocou a maior parte de sua produção para a China no intuito de atender à crescente demanda.

### Entre os australianos, o país de origem dos produtos não é um critério importante na compra de trajes de banho.

A produção no exterior não tem um grande impacto nos critérios de tomada de decisão dos consumidores australianos quando realizam compras de trajes de banho. A maioria dos consumidores não tem a expectativa que os trajes de banho devam ser fabricados localmente. Por outro lado, os turistas geralmente procuram por marcas ou produtos que sejam produzidos localmente.

### Fornecimento de produtos

A maioria das marcas locais genéricas emergentes de trajes de banho, como a Tiger Lily, também concebem seus modelos localmente. Já as marcas maiores, como a Seafolly, podem empregar designers estrangeiros em uma base de coleção por coleção. Para algumas marcas de trajes de banho competitivas e orientadas para o esporte, como a Speedo, as inovações em relação a tecidos e produtos para melhor desempenho de natação são feitas por equipes de desenvolvimento de produtos internas. Por outro lado, marcas de trajes de banho genéricas tendem a adquirir tecidos de fabricantes localizados no exterior.

Quais são os principais compradores/usuários finais do setor analisado?

Atacadista

Grandes multimarcas ou varejistas não especializados

Agentes/distribuidores

Quais são os principais setores industriais que fornecem para o setor analisado?

Empresa de embalagem

Matérias-primas (têxtil, banda de rodagem, peças não têxteis)

Empresa de logística

Designers terceirizados

Fabricante de OEM



## **A produção manufatureira *offshore* acontece principalmente na China. Os benefícios são a redução de custo e a disponibilidade para suportar a crescente demanda**

### Fabricação de produtos

A Austrália é um país importador líquido de trajes de banho. Os trajes de banho importados representaram 94% do valor comercial total da Austrália, refletindo a produção de trajes de banho local muito baixa no país. Os cinco principais mercados de destino das exportações representaram 78,36% do valor total de trajes de banho exportados pela Austrália em 2016.

Apesar de uma série de marcas australianas estarem presentes no mercado local e internacional, como é o caso da Billabong, da Rip Curl, da Speedo, da Seafolly, da Bondi Bather, da Baku e da Slix, para citar algumas, a maior parte dessas marcas fabrica seus produtos no exterior, principalmente na China e na Indonésia. No entanto, algumas marcas maiores, como a Jets, também produzem uma pequena porcentagem de seus produtos localmente.

Embora algumas das marcas menores, como a Triangl, tenham 100% de seu modelo de negócio de fabricação *offshore*, outras, como a Baku, a Finch e a Chillipop ainda têm parte de sua fabricação realizada localmente. Entretanto, há casos de marcas australianas que têm a totalidade de seus processos de design e fabricação realizada localmente. Esse é o caso da Bondi Bather e da Slix.

O alto custo da produção e da mão de obra, bem como regulamentações mais rigorosas de fabricação, resultaram na realocação das fábricas das marcas maiores de trajes de banho. Isso aconteceu principalmente para tornar as marcas mais competitivas em termos de preços, bem como para atender à crescente demanda nos mercados locais e internacionais.

### Inovação

Com a maioria dos processos de fabricação tendo sido movidos para o exterior, as empresas com uma grande parte de sua produção baseada localmente têm focado em produtos inovadores. Uma história de sucesso é a fabricante Zhik, baseada em Sydney, que produz vestuário de desempenho para atletas envolvidos em esportes aquáticos (por exemplo, velejo, *stand up paddle*, kitesurf etc.) e oferece produtos como peças de parte de cima e de parte de baixo de neoprene e de elastano híbrido para mulheres.

### Produtos feitos de maneira ética

A crescente demanda por trajes de banho feitos eticamente abriu novas oportunidades para as pequenas marcas se diferenciarem. A Ethical Clothing Australia trabalha ativamente com a indústria local, fornecendo certificações para *players* nos negócios de têxteis, de vestuário e de calçados que queiram cumprir com processos de produção mais transparentes.

## Trajes de banho de uso feminino são os principais produtos de exportação para a categoria de trajes de banho

As exportações totais de moda praia somaram US\$ 5,62 milhões, com os cinco principais destinos de exportação representando 78% do valor total exportado de trajes de banho. Os principais destinos de exportação são a Nova Zelândia e os EUA, onde as marcas Australianas de trajes de banho femininos têm uma posição mais forte no mercado.

### Principais Produtos

- Maiôs, shorts (calções) e sungas de banho de fibras sintéticas, de uso feminino (código SH 6112.41) representaram 53,52% de todas as exportações Australianas de moda praia em 2016, alcançando US\$ 3,01 milhões.
- Maiôs, shorts (calções) e sungas de banho de outros materiais têxteis, de uso feminino (código SH 6112.49) representaram 19,93% de todas as exportações Australianas de moda praia em 2016, totalizando US\$ 1,12 milhão.
- Maiôs, biquínis, shorts (calções) e sungas de banho, de uso feminino (código SH 6112.12) representaram 13,61% de todas as exportações Australianas de moda praia em 2016, com US\$ 0,76 milhão.
- Maiôs, biquínis, shorts (calções) e sungas de banho, de uso masculino (código SH 6112.11) representaram 5,68% de todas as exportações Australianas de moda praia em 2016, alcançando US\$ 0,32 milhão.
- Maiôs, shorts (calções) e sungas de banho de fibras sintéticas, de uso feminino (código SH 6112.31) representaram 5,06% de todas as exportações Australianas de moda praia em 2016, alcançando US\$ 0,28 milhões.

### Principais países de destino

- Em 2016, a Nova Zelândia foi o principal destino exportador de moda praia Australiana, representando 32,60% de todas as exportações de moda praia do país em 2016, somando US\$ 1,83 milhão. Em 2016, 42% da exportação de moda praia para a Nova Zelândia foram do código SH 6112.41.
- Os Estados Unidos foram o segundo principal destino de exportações, representando 25,24% de todas as exportações de moda praia da Austrália em 2016, alcançando US\$ 1,42 milhão. Em 2016, 52% das exportações de moda praia para os EUA foram do código SH 6112.41.
- Hong Kong SAR, região da China, foi o terceiro principal destino de exportação de moda praia Australiana, representando 8,20% de todo o valor comercializado. Em 2016, 91% das exportações de moda praia para Hong Kong foram do código SH 6112.41.
- As exportações para o Reino Unido representaram 7,05% de todas as exportações de moda praia da Austrália, alcançando US\$ 0,40 milhão. Desse valor, 56% foram do código SH 6112.41.
- O Canadá importou 5,27% de todas as exportações de moda praia da Austrália em 2016. O valor total comercializado foi de US\$ 0,27 milhão. No ano, 89% da moda praia exportados para o Canadá foram do código SH 6112.41.

## A maioria dos principais parceiros de importação e de exportação da Austrália se beneficiam de tarifas favoráveis, tornando-as mais competitivas em termos de preços

A Austrália tem acordos comerciais com a maioria das economias asiáticas, com tarifas de importação e de importação favoráveis. As tarifas de importação referentes aos trajes de banho e em relação aos seus principais parceiros comerciais, que é o caso da Nova Zelândia e da China, foram fixadas em 0%. De forma semelhante, as exportações australianas de trajes de banho para os principais destinos asiáticos se beneficiam de tarifas igualmente atraentes (0%, ou com expectativa de cair para 0% nos próximos anos).

De acordo com o Departamento de Relações Exteriores e Comércio do governo australiano, a tarifa total de importação para produtos sob os códigos SH 6112 e SH 6211 é de 10%. São aplicados descontos, conforme acordos comerciais específicos.

### Acordo de livre comércio ASEAN entre a Austrália e a Nova Zelândia (AAN ZFTA)

- O acordo abrange Austrália, Nova Zelândia, Brunei, Birmânia, Malásia, Filipinas, Cingapura, Vietnã, Tailândia, Laos, Camboja e Indonésia.
- As tarifas de importação atuais são de 10% para esses países, com exceção da Nova Zelândia, da Malásia, de Cingapura e da Tailândia. As tarifas desses países serão eliminadas a partir de janeiro de 2020 em diante.

### Acordo Comercial sobre Relações Econômicas entre Austrália e Nova Zelândia (ANZCERTA)

- Estabelece tarifa de 0% para importações de trajes de banho para a Austrália e exportações da Austrália.
- Os setores têxteis e de vestuário compõem 5,5% do total das exportações da Nova Zelândia para a Austrália em 2015.

### Acordo de livre comércio entre a China e a Austrália (ChAFTA)

- As tarifas de importação para os trajes de banho diminuíram para 0% em 1º de janeiro de 2017.
- As tarifas de exportação atuais para os trajes de banho feitos de fibras sintéticas são de 7,0%. As tarifas de exportação atuais para os trajes de banho feitos com outros materiais têxteis são de 6,4%. Ambas as tarifas de exportação serão reduzidas a 0% em 1º de dezembro de 2019.

### Acordo de livre comércio entre Cingapura e Austrália (SAFTA)

- Desde de 1º de janeiro de 2016, as tarifas de importação e de exportação de trajes de banho de e para a Austrália diminuíram para 0%.

## Na América do Sul, a Austrália tem acordos comerciais com o Chile, mas nenhuma parceria com o Brasil

### Acordo de livre comércio entre a Tailândia e a Austrália (TAFTA)

- A tarifa atual para importação para a Austrália é de 10%. Essa tarifa será reduzida para 5% em 2018-2019.
- A tarifa de 0% para importações de trajes de banho para importações e exportações de e para a Austrália serão impostas em janeiro de 2020.

### Acordo de livre comércio entre a Malásia e a Austrália (MAFTA)

- No âmbito do MAFTA, as tarifas para importações e exportações de trajes de banho da Austrália diminuíram para 0%.

### Acordo de parceria econômica entre o Japão e a Austrália (JAEPA).

- Antes do JAEPA, as tarifas base para as importações de trajes de banho eram de 10%. As tarifas foram gradualmente reduzidas desde janeiro de 2015. Atualmente, a tarifa está em 2% e a próxima revisão definida para abril de 2018 reduzirá a tarifa para 0%.

### Acordo de livre comércio entre a Austrália e o Chile (ACIFTA)

- Tarifa de 0% para importações de trajes de banho a partir de janeiro de 2016 em diante.

### Acordo de livre comércio entre Coreia e Austrália (KAFTA)

- Antes do KAFTA, as tarifas de importação de trajes de banho eram de 10%. Desde dezembro de 2014, as tarifas foram reduzidas gradualmente. Atualmente, está em 1% e na próxima revisão, definida para janeiro de 2018, será reduzida a 0%.
- Tarifa de exportação de 0%

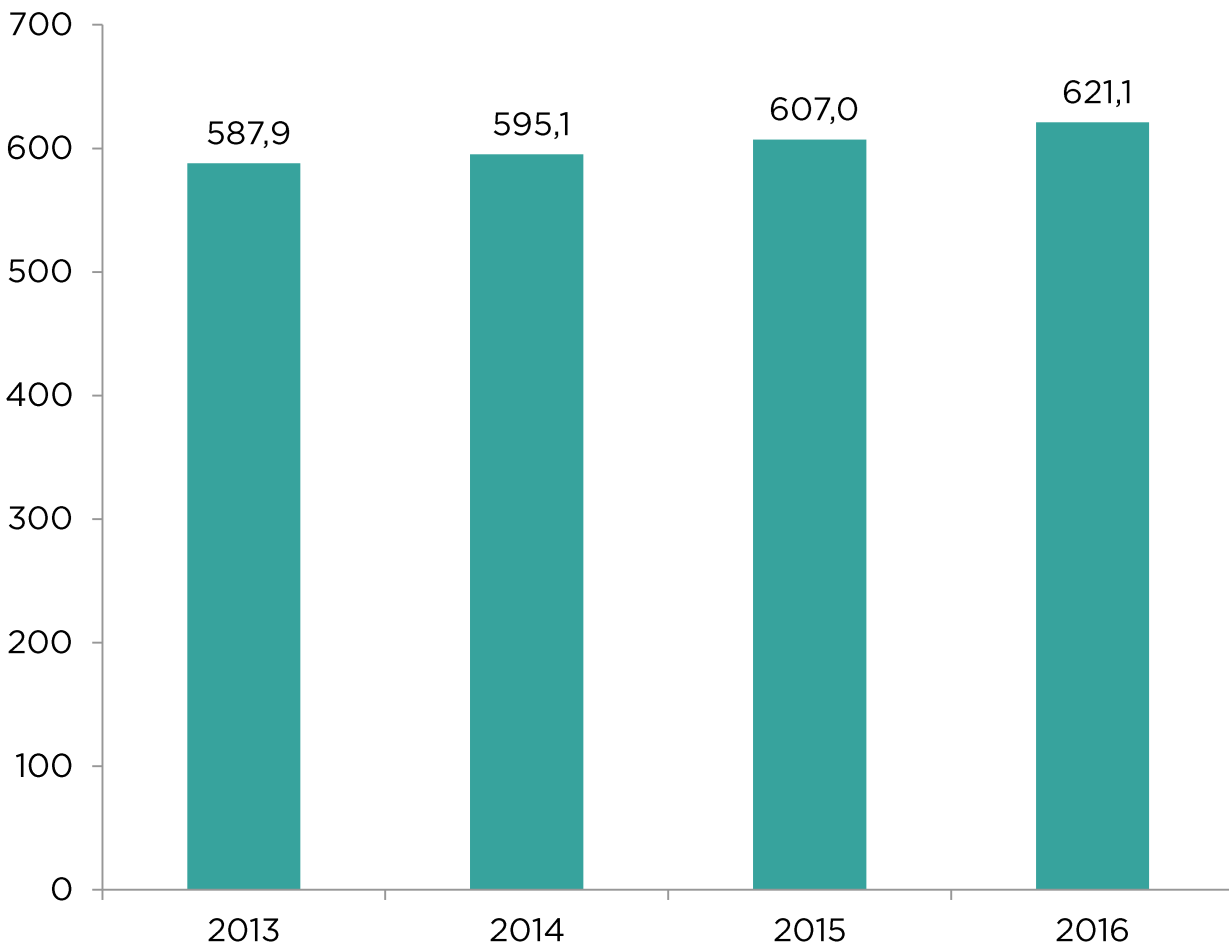


MERCADO DE MODA PRAIA

**O mercado maduro de moda praia na Austrália levou a um histórico de crescimento de estagnado a pequeno, conduzido principalmente pelas perspectivas econômicas positivas**

O mercado de moda praia (incluindo trajes de banho e *cover-ups*) na Austrália está atingindo a maturidade e vivenciando uma taxa média de crescimento anual lenta de 1,9% no período de 2013 a 2016. Produtos inovadores, a cultura de praia como uma identidade nacional australiana e a perspectiva de crescimento da economia no curto e no médio prazo deverão ser os principais condutores do mercado de trajes de banho.

Gráfico 2: Vendas em valor do setor de moda praia (US\$, em milhões)  
Notas: Câmbio Fixo, 2016 – valores em termos constantes, preço para o consumidor



Fonte: Euromonitor

## Para ganhar mais participação de mercado, os principais *players* estão expandindo para o varejo multicanal e consolidando marcas

### As empresas exploram os multicanais

- As empresas que operam no setor de moda praia adotaram as estratégias de varejo multicanal, combinando lojas de varejo, parcerias, bem como operações de comércio eletrônico.
- Devido ao crescimento do varejo on-line, muitas marcas também utilizaram os canais de comércio eletrônico, fornecendo frete gratuito e processos fáceis de devolução de produtos.
- O varejista on-line convencional de trajes de banho Triangl centrou-se em vender exclusivamente por meio do comércio eletrônico, utilizando o Instagram para aumentar o reconhecimento da marca e como vitrine dos produtos.
- Grandes marcas *premium* como a Jets ainda dependem mais fortemente de canais de varejo tradicionais (lojas de marca própria e varejistas multimarcas) como seus principais canais de distribuição. As vendas on-line representaram apenas 5%-10% das vendas de moda praia das marcas *premium*.

### Os principais *players* lideram os esforços de consolidação

- A consolidação de marcas e aquisição por fundos de *private equity* se tornaram comuns nos últimos anos.
- Embora o mercado ainda seja bastante fragmentado, espera-se que os principais *players* possam se fundir para expandir sua cobertura geográfica, chegando a grupos de consumidores mais amplos. Isso deve-se principalmente ao lento crescimento do mercado de trajes de banho e às tentativas dos *players* de se tornarem o polo para os trajes de banho.
- Duas empresas líderes de maiô, a Maaji, da Colômbia, e a Seafolly, da Austrália, fundiram-se por meio do acionista controlador L Catterton Asia em abril de 2017.
- Com essas duas marcas sendo líderes de mercado de dois destinos balneários diferentes, a Austrália e a América Latina, a L Catterton Asia visa criar a maior empresa independente de marcas de estilo de vida de praia, expandindo a cobertura geográfica.
- Segundo fontes do comércio, a Seafolly também tem comprado pequenos varejistas independentes a fim de reforçar seu canal de distribuição. Em 2015, um grupo de *private equity* de varejo adquiriu a Jets, e no começo de 2017, a Crescent Capital comprou a Tigerlily da Billabong.

Conforme as marcas expandem para plataformas multicanal para aumentar suas participações de mercado, as marcas convencionais e pequenas têm ainda mais probabilidade de aumentar sua utilização do comércio eletrônico e das mídias sociais, ao passo que as principais marcas *premium* devem permanecer fortemente dependentes das lojas físicas.

Devido à natureza fragmentada do mercado, a expectativa é que os grandes *players* se consolidem para expandir sua cobertura geográfica e canais de varejo, bem como a participação de mercado.

## Os jovens consumidores australianos são fortemente influenciados pelas tendências de mídia social

### Os trajes de banho com proteção solar ganham adeptos

- Com a crescente conscientização em relação à saúde, os trajes de banho com proteção UV parecem ter conquistado um nicho no mercado no final do período de análise de 2013 a 2016.
- A Bondi Beach, uma marca convencional de trajes de banho, lançou produtos apresentando material feito com uma alta classificação de proteção UV de 50+ para proteção solar, além de estampas exclusivas que podem se adaptar à personalidade dos usuários.
- Outras marcas convencionais que oferecem trajes de banho com proteção UV são a Platypus Australia e a Stinray.
- A Playypus Australia afirma que seus trajes de banho asseguram ao usuário uma proteção solar máxima, com um FPS (fator de proteção solar) de classificação 50+, que bloqueia pelo menos 97,5% da radiação ultravioleta nociva.
- Grandes marcas *premium* de trajes de banho, como a Seafolly, ainda têm que alcançar a tendência e comercializar isso tendo em conta que o mercado é de nicho e amplamente focado nos trajes de banho infantis.

### O traje de banho de uma peça volta à moda

- Com a onda propagada pelas mídias sociais de peças únicas reveladoras e de cortes altos, os jovens consumidores australianos exigem mais trajes de banho desse tipo. Muitos varejistas viram a ascensão das vendas de produtos de trajes de banho de uma peça em suas lojas e a maioria das marcas está lançando seus novos produtos de uma peça.
- Segundo muitos varejistas, a participação do volume de vendas de uma peça aumentou para quase 40%-50%. Isso deve-se principalmente ao distanciamento dos jovens consumidores dos biquínis.
- Além disso, as vendas de peça única têm sido capazes de manter seu impulso devido à crescente variedade de cortes, padrões e designs oferecidos por *players* locais e internacionais.
- Apesar de seu posicionamento inicial como estilo de traje de banho para consumidores mais velhos, os trajes de uma peça tomaram um rumo diferente devido à influência da tendência das mídias sociais, especialmente do Instagram. O corte de uma peça se tornou menos conservador e mais revelador, o segmento mudou seu foco para consumidores mais jovens e mais centrados em moda.

Os australianos preocupam-se há muito tempo com o câncer de pele e outros efeitos na saúde decorrentes do sol. Como têm uma cultura de praia profundamente enraizada, alguns *players* capturaram esse nicho de mercado e lançaram trajes de banho com proteção solar de FPS 50+. Atualmente, a tendência parece focar mais no vestuário infantil para torná-lo mais atraente para os pais.

Jovens consumidores australianos são fortemente influenciados pelas mídias sociais, especialmente pelo Instagram. Isso levou à volta da tendência da peça única, após a enorme sensação das mídias sociais conduzida por celebridades.

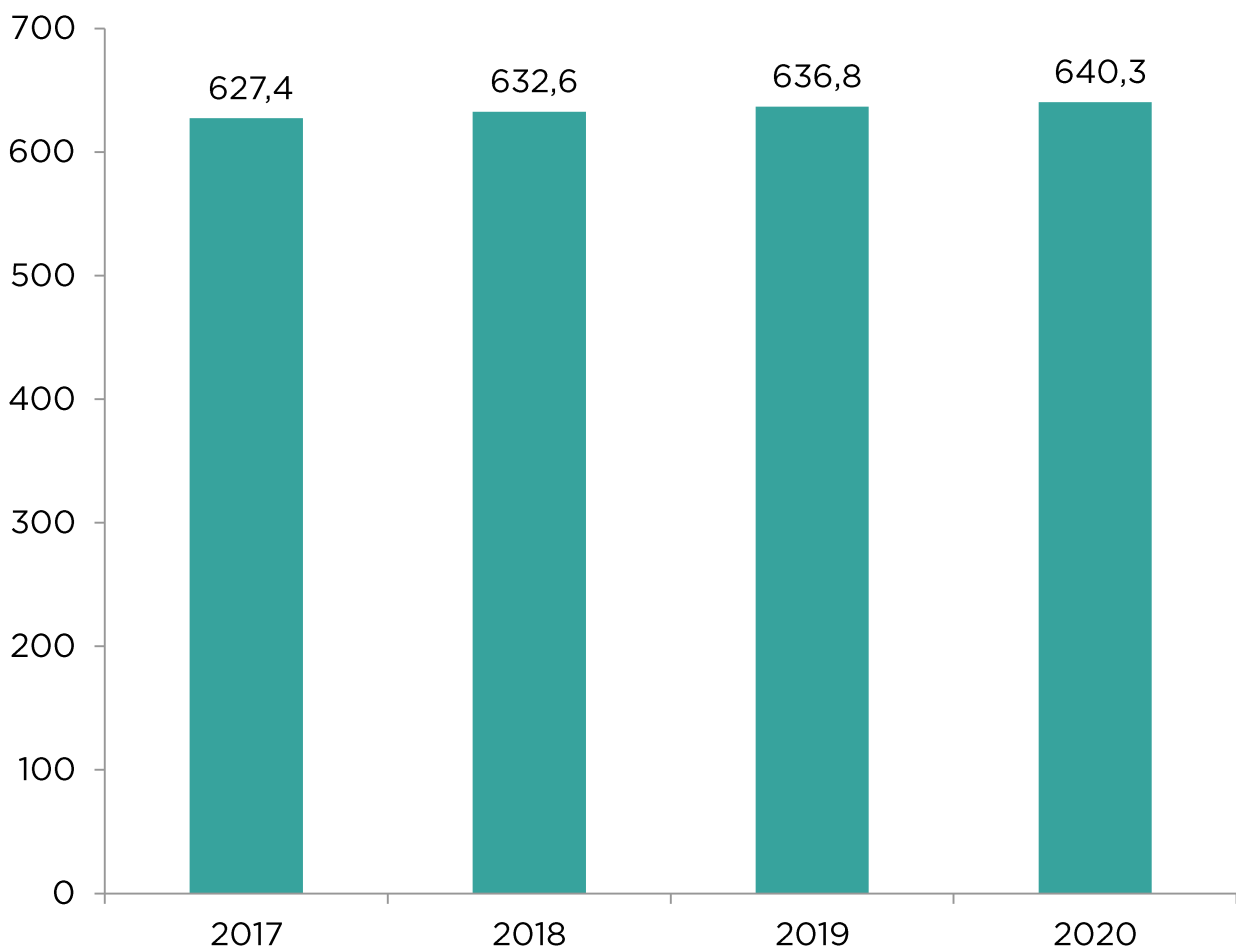


**O mercado maduro de moda praia da Austrália deve continuar apresentando crescimento positivo decorrente de inovações de produtos e novos modelos**

O mercado de moda praia na Austrália deve continuar crescendo, embora o crescimento seja pequeno em razão da maturidade do mercado e da visão menos otimista da situação econômica de longo prazo do país. A inovação de produtos e os modelos exclusivos oferecidos pelas marcas locais e internacionais devem ser os vetores principais do mercado australiano de trajes de banho.

Gráfico 3: Projeção\* de vendas em valor do setor de moda praia (US\$ Mi)


Notas: Câmbio Fixo, 2016 – valores em termos constantes, preços ao consumidor



Fonte: Euromonitor


\*Os anos de 2017 a 2020 referem-se a projeções

**Apesar do lento crescimento do mercado, os mercados australianos *premium* e de nicho de trajes de banho devem continuar a apresentar crescimento positivo**



As inovações de produtos e a maior demanda por produtos mais sofisticados são os principais vetores de mercado

- Os consumidores estão procurando por trajes de banho de melhor qualidade, que deverão conduzir o crescimento de marcas mais *premium*.
- A expectativa é que o varejo on-line continue crescendo, considerando que um número maior de consumidores acha mais fácil e mais conveniente de comprar. Espera-se que isso seja mais reforçado pelas fáceis políticas de devolução oferecidas pelos varejistas on-line (ou seja, frete de retorno gratuito, maiores prazos para retornar itens etc.).
- A inovação de produtos em termos de tecidos, cortes exclusivos e padrões de design devem permanecer os principais vetores para o segmento *premium*.
- A crescente preferência por designs originais que proporcionam ao usuário o sentido de exclusividade e de individualismo. Por exemplo: a Tigerlily está crescendo rapidamente no segmento *premium* devido ao design e padrões exclusivos.
- Preocupações crescentes sobre a exposição ao sol levaram a um aumento na produção de vestuário de trajes de banho com proteção UV ao longo dos últimos anos. Essa tendência deverá continuar, especialmente tratando-se de saídas de praia, como *kaftans* e vestidos *maxi*.
- Conforme os homens australianos se tornam mais centrados na moda, as bermudas de surfe estão se tornando mais curtas, mas geralmente não acima do meio da coxa. Houve também um aumento nos *shorts* de natação de estilo europeu no mercado.



A maturidade do mercado, a crescente ameaça de falsificações e a concorrência intensa estão dificultando o crescimento

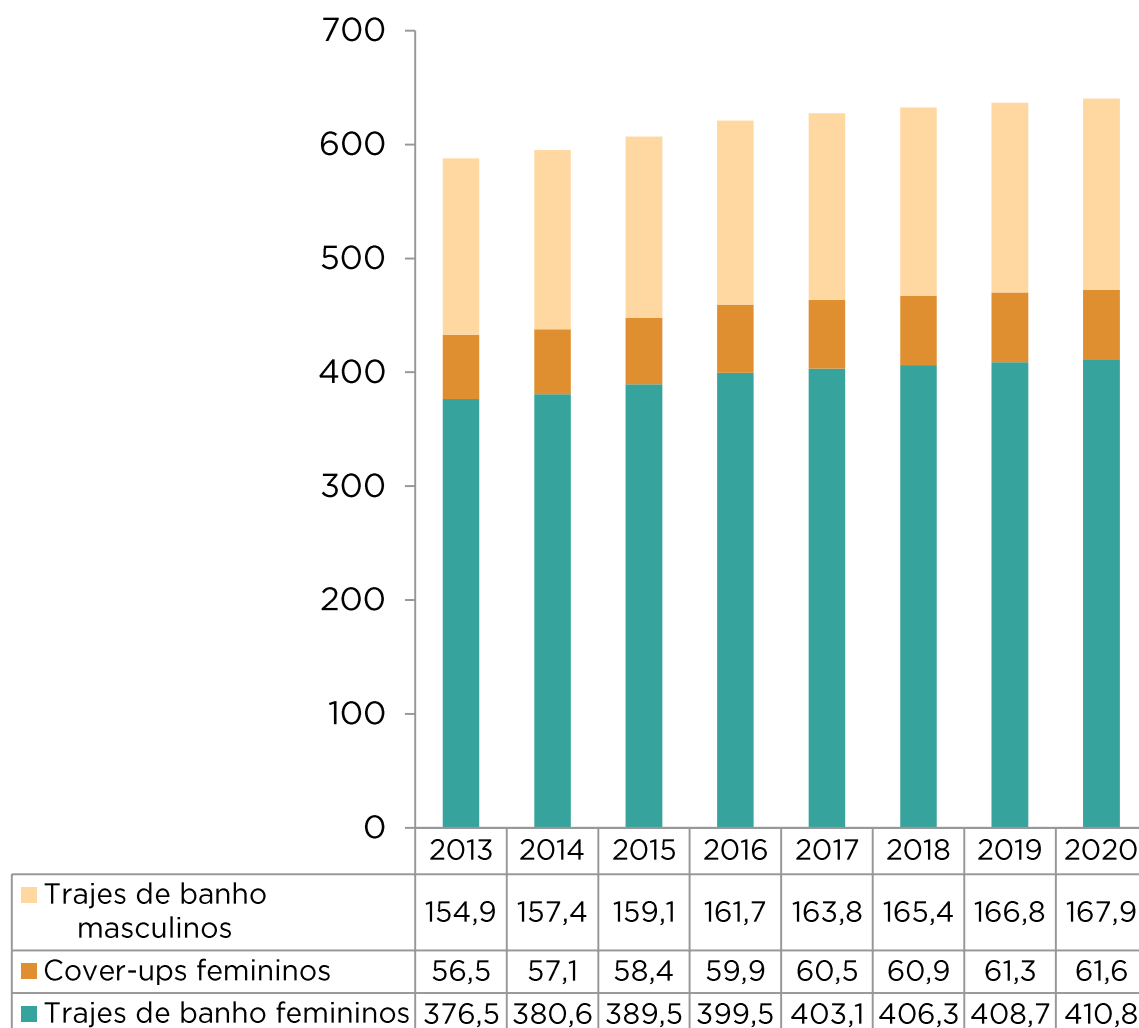
- O mercado de trajes de banho na Austrália está atingindo a maturidade, resultando em crescimento de mercado pequeno.
- O crescimento do varejo on-line levou a preocupações em relação ao influxo de produtos falsificados.
- Apesar da alta fragmentação do mercado, a maioria da participação de mercado ainda pertence às marcas australianas, que podem constituir desafios para que as marcas estrangeiras sejam bem-sucedidas no ambiente local de trajes de banho.
- Concorrência crescente de marcas não especializadas em trajes de banho como a H&M na faixa de preço popular. No entanto, o impacto para a moda praia *premium* deve ser mínimo.
- Existem vários esforços do governo australiano e das associações comerciais para promover produtos feitos localmente.

## Os trajes de banho femininos devem se manter como o subsegmento mais proeminente na Austrália

O subsetor mais relevante, de trajes de banho femininos, deve permanecer como foco principal das marcas. No entanto, conforme o mercado amadurece, espera-se que a taxa média de crescimento anual desacelere para uma taxa projetada de apenas 0,6% entre 2017 e 2020. O crescimento dos trajes de banho masculinos e dos *cover-ups* femininos também deverá permanecer estagnado.

Gráfico 4: Histórico e projeção\* de vendas em valor do setor de moda praia (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2016 – Valores em termos constantes, preços ao consumidor



Fonte: Euromonitor

\*Os anos de 2017 a 2020 referem-se a projeções

## Peças únicas voltam à moda para o verão de 2017

### Trajes de banho femininos

Os trajes de banho femininos são a principal categoria de moda praia na Austrália, representando 64% das vendas em 2016. Essa categoria tem crescido consistentemente ao longo dos últimos anos (2013-2016), registrando um aumento de vendas de 2,6% em 2016. No entanto, as perspectivas de crescimento são menos positivas para os próximos cinco anos. Um crescimento mais lento é esperado, a uma taxa de 0,9% para 2017 e uma taxa média de crescimento anual de 0,5% para o período de 2017 a 2020.

Alguns dos tipos populares de trajes de banho femininos para a temporada de 2017 incluem laços marcantes, recortes, partes de baixo ousadas, peças únicas elegantes, maiôs de ombro único e blusas de amarração. Entre eles, o biquíni de uma peça tem sido particularmente forte esse ano. Marcas *premium* como a Stella McCartney, a Jets e a Seafolly acrescentaram mais maiôs de uma peça em suas novas coleções. Além disso, houve um influxo de marcas acessíveis como a Cotton On Body, a Supre e a Boohoo, que aproveitaram da tendência lançando maiôs de uma peça por menos de US\$ 40.

A Une Piece, marca voltada para peças únicas, lançada em dezembro 2016, teve mais de 500 mulheres registrando-se para comprar antes que o produto fosse colocado à venda. O maiô de US\$ 150 oferece proteção solar e uma funcionalidade de definição de forma, por meio do uso de 28 peças de tecido em cada maiô para torná-lo moldado ao corpo.

A marca australiana de trajes de banho Zulu and Zephyr previu o retorno das peças de corte alto, que fazem as pernas parecerem mais longas e vestem bem a maioria das formas de corpo, bem como estilos simples de uma peça em cores de bloco como centáurea azul e verde oliva.

Em termos de estilos, as tendências em ascensão que foram vistas em 2017 são cores neutras, minimalistas, extravagantes e tiras ousadas.

Para a cor natural ou estilo tribal, o uso de cáqui, vinho, *blush* e cores neutras têm sido mais comuns. O Milot Fixed Tri Bikini da Tigerlily é um bom exemplo que ilustra o uso de cores naturais. Visuais minimalistas também estão ganhando popularidade com trajes de banho pretos de uma peça de volta à moda. O Melrose One-Piece da Nookie Beach é um bom exemplo.

Além das cores, estilos extravagantes que envolvem o uso de elementos como laços e tecidos texturizados com uma aparência de lingerie infiltraram-se no *prêt-à-porter* durante a temporada 2017, com os consumidores os combinando com roupas de estilo boêmio. O crochê em pastel claro e tons neutros também devem permanecer forte neste próximo verão. Os exemplos incluem o Ruffle Plunge One-Piece da Jets e o Crochet Chevron Bikini in Dove da Suboo.

Além disso, listras ousadas combinam cores como vermelho e azul marinho ou azul marinho e verde, valorizando a tendência do *color blocking*. Os exemplos incluem estampas listradas e calcinhas de biquíni de cintura alta da Stella McCartney e da marca Solid & Stripe, baseada em Los Angeles.

## As lojas físicas ainda são os principais canais de distribuição

### Trajes de banho femininos (continuação)

A maioria dos *players* segmentam suas clientes-alvo em duas principais categorias: jovens (de adolescentes até 35 anos) e acima de 35 anos.

A categoria jovem geralmente procura por peças cavadas, frente única e menos estruturadas, ao passo que a categoria acima dos 35 anos geralmente procura por trajes de banho mais estruturados e é mais propensa a comprar artigos de uma peça.

A loja física de varejo ainda é o canal de distribuição proeminente para produtos de trajes de banho na Austrália. Entre elas, as lojas de varejo especializadas contribuíram com uma participação mais alta nas vendas de varejo em relação ao mercado de trajes de banho. Na Austrália, em comparação com as principais marcas, as marcas pequenas e recém-fusionadas dependerão menos fortemente das lojas físicas devido aos elevados custos de distribuição.

Embora marcas convencionais e de massa possam ser extensivamente encontradas em lojas de departamento e lojas multimarcas especializadas, as marcas *premium* também têm suas próprias boutiques autônomas ou dentro de seções específicas de lojas de departamento.

Apesar do acentuado aumento global do varejo on-line, ele ainda compõe apenas uma pequena participação das vendas no varejo no mercado de trajes de banho da Austrália. Devido a questões de higiene e de preocupações com a qualidade do produto, os consumidores australianos são mais dispostos a comprar de marcas bem conhecidas ou de varejistas como a Iconic.

O varejo on-line também é extensivamente usado por marcas de trajes de banho convencionais pequenas e recém-surgidas como a Triangl. Isso deve-se ao menor custo de operação. Juntamente com esforços agressivos de marketing de mídia social, essas marcas pequenas que dependem somente do varejo on-line estão ganhando gradualmente uma posição mais forte nos mercados local e internacional de trajes de banho.

Lojas multimarcas especializadas, como a Swimwear Galore, e lojas não especializadas de varejo, como a David Jones e a Iconic, também são consideradas canais de distribuição importantes para os trajes de banho na Austrália. Esse varejistas geralmente têm marcas de trajes de banho convencionais e *premium* para suprir o maior grupo de consumidores possível.

Considerando que os consumidores buscam produtos que possam diferenciá-los e refletir melhor suas personalidades, pequenas marcas como a Triangl e a Bondi Bather estão oferecendo edições limitadas para todas as suas coleções. Essas edições limitadas oferecem aos consumidores um maior sentido de satisfação uma vez que garantem que suas peças próprias não são comercializadas em massa.

## Apesar de os *cover-ups* serem parte da cultura dos frequentadores de praia, um número crescente de marcas de trajes de banho estão os lançando

### Cover-ups femininos

Os *cover-ups* são um item comum na coleção de moda praia dos consumidores australianos, sendo que são muitas vezes usados por cima do traje de banho para dar um visual recreativo e proteger contra o sol. Essa categoria é pequena se comparada com os trajes de banho femininos e masculinos, mas foi responsável por US\$ 59,9 milhões em 2016, valor de vendas US\$ 3,4 milhões mais elevado em comparação a 2011. Nos próximos anos, as projeções indicam que as vendas de *cover-ups* aumentarão, mas a um ritmo menor em comparação aos anos anteriores.

Há uma grande variedade de marcas e estilos de *cover-ups* no mercado australiano. Estilos típicos incluem *kaftans*, camisas de praia, calças de praia, *tops cover-up* e quimonos. Os *kaftans* (vestidos soltos e longos) parecem ser o estilo mais popular porque podem ser usados para diferentes ocasiões, não somente na praia, mas também como vestido de dia ou de noite, em ocasiões casuais e formais.

Os canais de distribuição para *cover-ups* femininos são semelhantes aos dos trajes de banho femininos, que incluem lojas de departamento, boutiques e varejistas on-line. Os varejistas on-line multimarca tendem a distribuir *cover-ups* de um grande número de marcas, variando das mais acessíveis, como a Jendi, às *premium*, como a Seafolly e a Camilla.

O preço dos *cover-ups* pode variar significativamente, de menos de US\$ 40 para as marcas acessíveis, a mais de US\$ 400 para um *kaftan* da Camilla. Os principais fatores que resultam na diferença de preços entre *cover-ups* padrão e *premium* são a percepção de qualidade do produto, o nível de artesanato e o diferente posicionamento da marca, que leva a diferentes experiências do consumidor.

As estampas são uma importante característica dos *kaftans*. A marca australiana, Embellished Kaftans, por exemplo, fornece uma ampla gama de *kaftans* versáteis para adequar-se a diferentes estilos de vida das mulheres. Cada impressão digital é inspirada por destinos exóticos de toda a Austrália. A empresa também usa tecidos não prejudiciais à pele e luxuosas misturas de seda para oferecer maior nível de conforto.

A marca *premium* Camilla é conhecida por suas coleções vibrantes de *kaftan* com estampas características, como a coleção Chinese Whispers, a coleção From Rio with Love e a coleção Jambo Jambo, inspirada em elementos culturais de locais exóticos.

As australianas estão cada vez mais à procura de *cover-ups* que sejam fáceis de usar, favoreçam as formas do corpo, proporcionem conforto ou tenham padrões que combinem com seus trajes de banho. Também há uma crescente demanda por *cover-ups* que possam ser usados como roupas comuns, e não de moda praia, como vestidos.

O vestido *maxi*, um vestido longo esvoaçante informal com uma parte superior justa e parte inferior solta e esvoaçante, também foi popular entre os *cover-ups* australianos. A Seafolly é um dos principais vendedores dentro desse domínio de *cover-ups*, e seus designs de estampas lisas são populares nessa categoria.

## Embora a funcionalidade ainda seja o principal critério de compra para os trajes de banho masculinos, os consumidores exigem melhor design e conforto

### Trajes de banho masculinos

Em 2016, as vendas de trajes de banho masculinos totalizaram US\$ 161,7 milhões, com a Billabong sendo a principal marca, seguida de perto pela Rip Curl. Em lojas multimarcas, os trajes de banho masculinos têm produtos e designs mais limitados a oferecer quando comparados aos trajes de banho femininos.

As subcategorias populares de trajes de banho masculinos no mercado da Austrália incluem roupas de mergulho, sungas, bermudas de surfe e camisas de surfe. Há um número relativamente grande de *players* no mercado de trajes de banho masculinos na Austrália.

Algumas das categorias de trajes de banho masculinos, como calções de banho, são muito versáteis e podem ser usadas diariamente ou para lazer. Além das marcas comuns de natação e de surfe como a Speedo, a Rip Curl e a Quiksilver, e as marcas de trajes de banho masculinos como a Nikben, a Tom & Teddy, a Okanui e a Venroy, essa versatilidade atraiu marcas de designers ao *mix*.

Ted Baker, Tommy Hilfiger, Lacoste, Polo Ralph Lauren e Paul Smith são algumas das marcas de designers que oferecem linhas de calções de banho. Marcas menores baseadas na Austrália, algumas com um foco no surfe, também têm uma presença no ambiente de trajes de banho masculinos *premium*. Affends, Deus Ex Machina, The Rocks Push e The Critical Slide Society são algumas delas, que têm preços mais altos em comparação com a maioria das linhas da Billabong e da Rip Curl.

Os preços para os trajes de banho masculinos variam de menos de US\$ 40 para as marcas mais acessíveis, como a Rip Curl e a Quiksilver, a preços acima de US\$ 100 para marcas como Scotch & Soda, Ted Baker, The Upside, e Paul Smith.

As preferências dos consumidores para os trajes de banho masculinos se tornaram mais sofisticadas nos últimos anos. Como as mulheres, os homens estão comprando diferentes estilos de trajes de banho, dependendo da ocasião. A escolha de trajes de banho dos homens não são mais limitadas a *shorts* de natação para a piscina e o guarda-roupa está expandindo para abordar os interesses em relação à qualidade do tecido, nível de conforto e diferentes estilos.

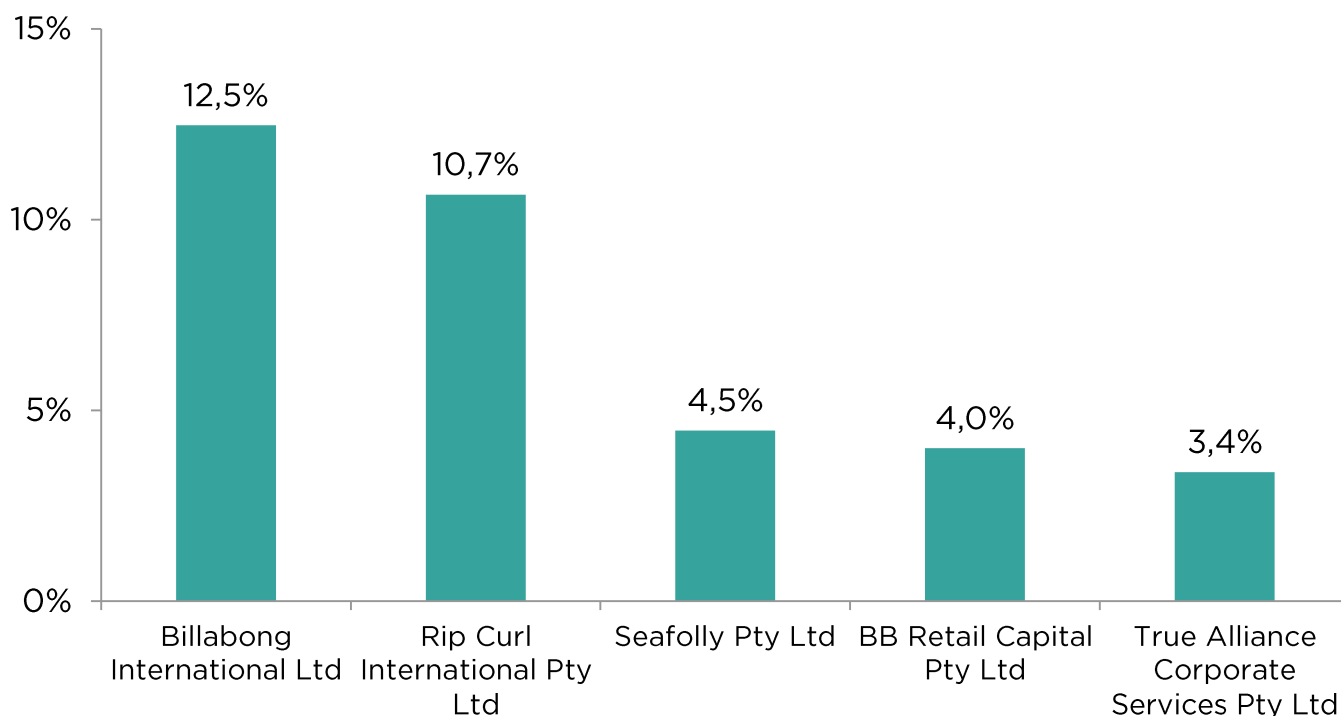
Uma das principais tendências é voltada ao uso de múltiplas finalidades, uma vez que trajes de banho masculinos são vistos como mais que somente uma peça funcional ou roupa para natação. Estilos de secagem rápida são populares, uma vez que os consumidores desejam usar suas bermudas de surfe para qualquer coisa, de sessões de surfe a churrascos e passeios, como festivais de música.

Calções de natação se tornaram tão versáteis que o uso de sungas (trajes de banho masculinos justos) ou roupa íntima não é mais necessário. Muitos dos trajes de banho têm agora um forro de malha.

De acordo com fontes de marcas de trajes de banho masculinos, os consumidores estão procurando bermudas de surfe mais sofisticadas e sob medida. Elas são ligeiramente mais curtas e mais justas que as bermudas de surfe tradicionais e vêm em desenhos e padrões mais coloridos. A Venroy, por exemplo, oferece bermudas de surfe feitas com tecidos exclusivos incrivelmente macios e estampas com estampas exclusivas da marca.

## A Billabong e a Rip Curl ainda são as empresas que mais contribuíram com participação de mercado em 2016

Gráfico 5: Participação das vendas em valor do setor de moda praia no varejo por principais empresas (%)  
Notas: Câmbio Fixo, 2016 – Valores em termos constantes, preços ao consumidor



Fonte: Euromonitor

- A Billabong e a Rip Curl são grandes *players* na categoria de trajes de banho, uma vez que ambas as marcas são muito consumidas entre os surfistas e têm posicionamento de mercado *premium*.
- A Billabong e a Rip Curl também têm forte presença de marca nos trajes de banho masculinos e femininos, ao passo que a Seafolly foca nos trajes de banho femininos.
- A Seafolly tem expandido sua presença no mercado da Austrália de forma bastante agressiva, conforme visto em sua fusão com a Maaji e a aquisição de lojas independentes de varejo.
- A BB Retail Capital é uma empresa de *private equity*. É um dos principais acionistas da Brass N Things, uma cadeia de lojas de varejo focada no vestuário, incluindo trajes de banho.
- A True Alliance é um dos principais distribuidores na Austrália, sendo a marca nacional proprietária da Speedo.

Número aproximado de empresas atuantes em 2016

# 40



## Enquanto a Billabong luta para recuperar sua participação de mercado, a Seafolly está expandindo agressivamente sua marca e portfólio

### Billabong

A Billabong é a líder de mercado de trajes de banho femininos e masculinos. Como a empresa esperava a volta do estilo brasileiro de biquínis, da cintura alta e das peças de inspiração retrô, agora, ela está trabalhando rápido para mudar seus produtos a fim de recuperar a perda do primeiro semestre do ano.

### Rip Curl

A marca é fortemente voltada para surfistas e pode ser considerada uma das marcas de trajes de banho de "moda de rua" entre os jovens consumidores. A empresa ganhou seis prêmios no Surf & Board Sports Industry Awards em 2017 e permanece como uma marca reconhecida de surfe e estilo no mercado australiano.

### Seafolly

Os produtos da Seafolly são vendidos em 41 países por meio de varejistas líderes, grandes sites on-line, em suas 32 lojas próprias e por meio de sua própria operação de comércio eletrônico. Recentemente, a marca expandiu sua linha de *cover-ups* para incluir vestuário para atividades esportivas, seguida por *resort wear premium* como vestidos e macacões.

### Bras N Things

A nova coleção de 2017 da Bras N Things focou em tons de preto, branco, desenhos e cores marinhas. A marca também oferece variedade de cortes e designs com o objetivo de combinar diferentes tipos de corpo de consumidores. Muitos dos designs de trajes de banho da marca lembram lingerie.

### Speedo

A Speedo (True Alliance) é a quinta marca na classificação de trajes de banho do mercado australiano. A empresa tem enfrentado uma diminuição na popularidade devido à concorrência de outras marcas de trajes de banho orientadas para os esportes, como a Arena. A Speedo é uma marca de trajes de banho orientada para o esporte com uma exposição mínima ao segmento de traje de banho de lazer geral.

## A Billabong e a Rip Curl dominaram os segmentos de trajes de banho femininos e masculinos

As vendas de trajes de banho masculinos e femininos são lideradas pela Billabong e pela Rip Curl. Embora o mercado de *cover-ups* seja muito fragmentado, com a maioria dos *players* ainda lutando para identificar seus concorrentes, observa-se um número crescente de marcas de trajes de banho entrando no segmento.

Trajes de banho femininos	Trajes de banho masculinos
Billabong	Billabong
Rip Curl	Rip Curl
Seafolly	Speedo
BB Retail Capital	Hot Springs
Speedo	AussieBum

- A Billabong e a Rip Curl são mais conhecidas por suas categorias de surfe, bem como pelo estilo de moda de rua, concebido para adolescentes e jovens adultos.
- A Seafolly é uma das marcas líderes em trajes de banho femininos na Austrália com uma grande rede de distribuição, lojas de marca única, bem como forte presença on-line.
- Os *players* australianos têm conhecimento limitado das marcas de trajes de banho brasileiras, portuguesas e colombianas, com exceção da Maaji, a marca convencional de moda praia líder da Colômbia que foi adquirida pela Seafolly em 2017. Fontes confirmaram que a Maaji tinha exposição pequena até a aquisição pela Seafolly.
- O segmento de *cover-up* feminino é muito fragmentado com muitos *players* no mercado, e nenhum líder estabelecido no segmento.

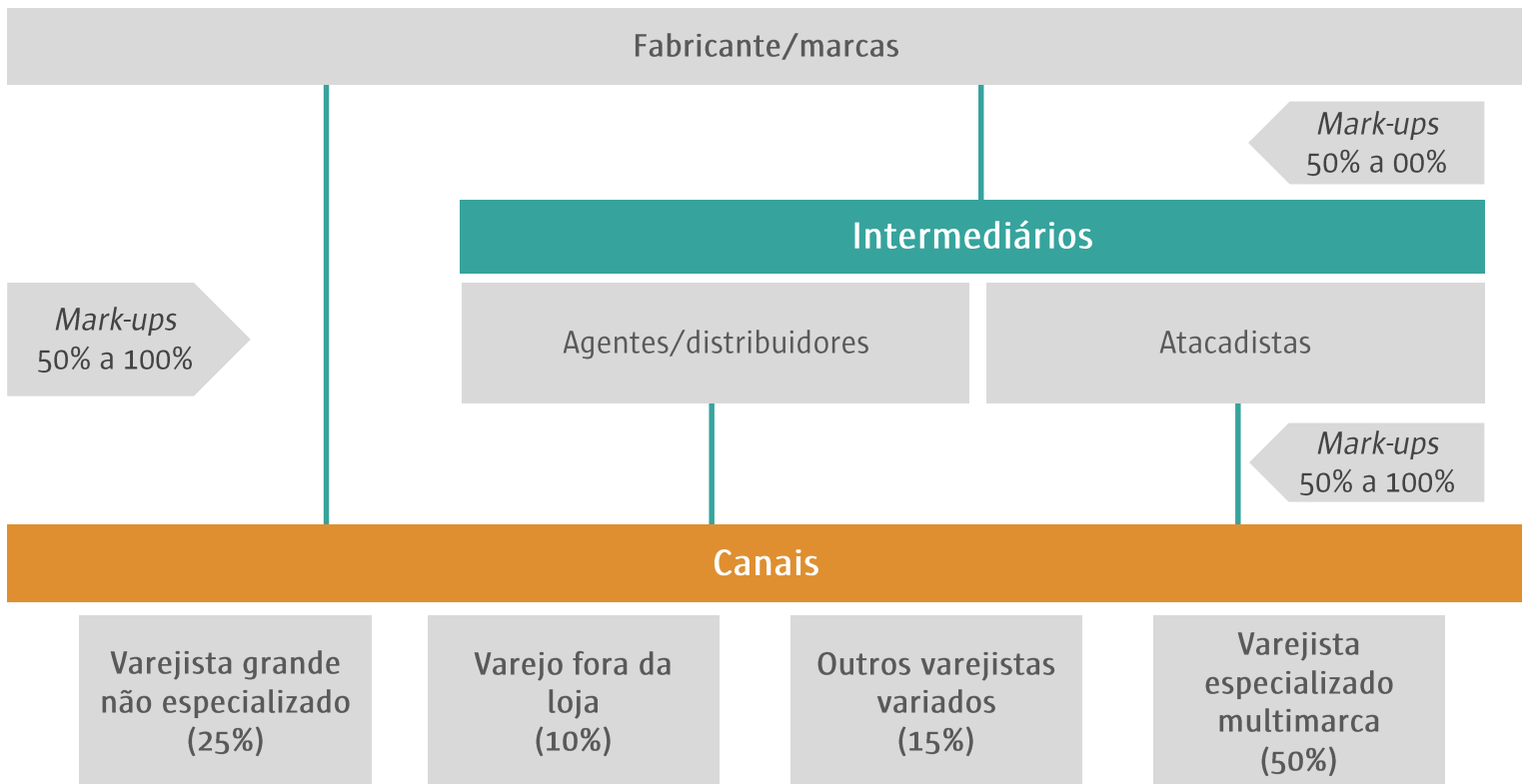
## A maioria das marcas de trajes de banho *premium* são focadas nos trajes de banho femininos

A maioria dos *players* de trajes de banho femininos *premium* também tem *cover-ups* em seus portfólios de produtos. Os exemplos incluem a Seafolly, a Sunseeker a Tigerlily e a Camilla.

Trajes de banho femininos <i>Premium</i>	Trajes de banho masculinos
Seafolly	Billabong
Sunseeker	Rip Curl
Milea (Seafolly)	Speedo
Baku	Quiksilver
Piha	Hurley

- O segmento *premium* feminino de *cover-up* é fragmentado, com alguns *players premium* de trajes de banho, como a Seafolly, oferecendo vestuário pós-praia com foco em vestidos *maxi*, e a Camilla com seus *kaftans* vibrantes.
- Há uma série de *players* locais no segmento *premium* feminino de trajes de banho com forte presença de marca, como a Seafolly, a Sunseeker e a Milia. O rápido crescimento da Tiger Lily está sendo principalmente conduzido por seu exclusivo design e cores. No entanto, a marca ofereceu somente um número limitado de tamanhos.
- O segmento *premium* masculino de trajes de banho tem marcas genéricas e orientadas para os esportes. As linhas *premium* dos principais *players*, como a Billabong, a Rip Curl e a Speedo, qualificam-se como produtos *premium* devido a pontos de preço. No entanto, essas marcas geralmente têm uma ampla gama de produtos em seus portfólios abrangendo principalmente produtos com preços padrão.

O uso de distribuidores ou atacadistas para reduzir o risco e melhor expandir a rede de distribuição é prática comum no mercado de trajes de banho da Austrália



- Lojas de varejistas grandes não especializados, como a David Jones e a The Iconic, geralmente compram diretamente das marcas. Os produtos são transportados diretamente do exterior (se fabricados no exterior) ou de armazéns baseados localmente para os compradores.
- Os atacadistas geralmente têm seus próprios armazéns no exterior, normalmente perto da base de fabricação, como a China e Hong Kong. Os produtos são enviados diretamente para os compradores dos armazéns *offshore* dos atacadistas. Os atacadistas e os agentes geralmente mantêm tanto as marcas convencionais quanto as marcas *premium*.
- O varejista não especializado e os varejistas especializados multimarca de trajes de banho geralmente têm um portfólio de *mix* de produtos de marcas *premium* e convencionais.
- Os *showrooms* são geralmente usados pelos atacadistas para exposições dos produtos aos varejistas multimarcas e não especializados de pequeno porte, que podem ver as coleções e fazer pedidos. Porém, as fontes não indicaram os *showrooms* como um *player* relevante na cadeia de abastecimento da moda praia *premium*.
- Os varejistas geralmente compram à vista e em seguida refazem os pedidos semanalmente.
- A moda praia é um mercado altamente sazonal na Austrália, com fontes afirmando que até 70% das vendas de moda praia ocorrem no verão.

## Sydney está vivenciando um aumento das taxas de disponibilidade de varejo

### Panorama do varejo

A Austrália é um dos países mais urbanizados do mundo, com cerca de 89% da população vivendo em áreas urbanas. O crescimento da população tende a ser mais proeminente nos subúrbios, cidades do interior, áreas urbanas edificadas e ao longo da costa. Os varejistas seguiram um padrão semelhante, com a maioria dos negócios de varejo também concentrada em áreas urbanas. Assim, a maioria dos australianos não tem que se deslocar por longos percursos para comprar.

O orçamento do varejo de trajes de banho na Austrália é caracterizado pela prática de intenso desconto de preços. Embora esse tipo de prática não seja nova, ela tem se tornado a norma em uma série de setores varejistas devido à intensificação da concorrência. No entanto, apesar dessas práticas de cortes de preços em outras categorias, os segmentos de trajes de banho convencionais e *premium* têm visto aumento no preço dos produtos. Isso deve-se principalmente à demanda crescente dos consumidores australianos por produtos de melhor qualidade. Muitas fontes esperam que os preços continuem a subir ainda mais.

### Aumento na disponibilidade no varejo no Sydney Central Business District (CBD)

A taxa de disponibilidade do varejo no Sydney Central Business District (centro comercial de Sydney, conhecido pela sigla CBD) subiu de 1,8% para 2,6% em 2017. O aumento no nível de disponibilidade decorreu da intensa concorrência em Sydney com a ascensão de grandes varejistas internacionais e o varejo on-line. Ambos levaram ao fechamento de muitas lojas de varejo. Os exemplos incluem a Kit & Ace, a Payless Shoes e a David Lawrence. A taxa de disponibilidade do centro comercial em Sydney permaneceu estável em 2,3% em 2017.

O aumento na taxa de disponibilidade abre uma oportunidade para novos operadores entrarem nas áreas de varejo firmemente mantidas, especialmente ao longo da Pitt Street, da Park Street e do Martin Place. Vestuário, calçados e bens leves compõem 39% do *mix* de locação no CBD de Sydney. Os shopping centers ainda são os que mais contribuem para a participação do segmento.

O Pitt Street Mall se manteve como o maior varejista de excelência, com as locações para o varejo variando entre US\$ 7.700 e US\$ 15.000 por m<sup>2</sup>. No entanto, o aluguel fora de Pitts St. geralmente varia entre US\$ 3.800 e 5.400 por m<sup>2</sup>. A futura oferta de varejo no CBD de Sydney deve aumentar com o desenvolvimento de projetos na George St., acrescentando outros 5.000 m<sup>2</sup> à oferta de varejo atual. Esse projeto focará na expansão da área nobre de varejo da George St.

Algumas das lojas de trajes de banho localizadas nas áreas do CBD de Sydney são a Sunburn QVB e a Camilla, no Queen Victoria Building; a Mary Holland (distribuidora da Seafolly), no Metcentre; e a Billabong, no Arcade Pitt Street Mall.

## Áreas nobres de varejo em Melbourne veem a concorrência com áreas emergentes crescer

### As áreas de varejo emergentes de Melbourne estão ganhando popularidade

Em 2017, com o apoio do forte crescimento da população residencial, o comércio de varejo do estado de Victoria continuou a superar os outros estados da Austrália. Em 2016, a população do estado de Victoria cresceu 11%, tornando-o um dos estados de crescimento mais rápido na Austrália.

Melbourne, uma grande cidade em Victoria, tem vivenciado uma queda nas taxas de disponibilidade em suas áreas nobres de varejo (como a Chapel Street e a Glenferrie Road). Por sua vez, áreas de varejo emergentes (como a Smith Street, em Collingwood, e a High Street, em Northcote) estão observando maiores taxas de ocupação. Enquanto as taxas de disponibilidade nas áreas nobres de varejo estão em 8,0% em 2017, nas áreas emergentes, elas estão bem menores, em 4,3%.

As taxas de disponibilidade mais altas nas áreas nobres de varejo são decorrentes, sobretudo, dos custos crescentes do aluguel e do aumento da concorrência das compras on-line. A média do custo do aluguel nas áreas nobres de varejo é de US\$ 440 a US\$850 por m<sup>2</sup>. Os segmentos de vestuário, calçados e bens leves representaram 22,5% da participação total nas lojas de varejo nas áreas nobres de varejo de Melbourne. O varejo *prime* é mais proeminente em Glenferrie Rd., Puckle St., Clarendon St., Toorak Rd. e Acland St.

A ascensão das áreas de varejo emergentes é impulsionada, principalmente, pelo aumento de conjuntos residenciais nessas regiões, bem como pelos custos mais baixos do aluguel para varejistas, que estão em uma faixa inicial de US\$ 300 por m<sup>2</sup>. Essas áreas de varejo são conhecidas por terem estabelecimentos de *foodservice* e boutiques de roupas. Segundo fontes do mercado imobiliário, o varejo de roupas, calçados e bens leves representou 11,7% do *mix* de locação nas áreas de varejo emergentes de Melbourne. A maioria das marcas de trajes de banho *premium* pode ser encontrada nas áreas nobres de varejo, como a Glenferrie Rd. e a La Trobe St. Nesses locais, estão localizados alguns dos distribuidores da Seafolly. Outra área nobre é a Lonsdale St., onde é possível encontrar marcas como a Camilla.

## Em Queensland, crescem os preços dos aluguéis

A demanda por lojas de varejo em Queensland permaneceu estagnada ao passo que os preços sobem

As principais CBDs de Queensland (Brisbane, Gold Coast-Tweed Heads e Sunshine Coast) estão vivenciando demanda estável por lojas de varejo, mas a preços de aluguel crescentes. O aluguel de lojas de departamento de varejo varia entre US\$ 150 e US\$ 300 por m<sup>2</sup>. Já o aluguel das principais minivarejistas (entre 600 e 1.500 m<sup>2</sup>) variou em uma média de US\$ 300 a US\$ 1.340 por m<sup>2</sup> na região.

A diferença entre as áreas nobres de varejo e as regiões secundárias está diminuindo com um número crescente de varejistas competindo por espaço nos centros das cidades (especialmente em Brisbane), que já passaram por projetos de expansão recentemente. Apesar da queda na taxa de disponibilidade nos CBDs de Queensland, nos centros de bairros, a taxa subiu para 6,4% em 2016. Em 2018, a área de varejo do centro comercial em Queensland deverá totalizar 285.000 m<sup>2</sup>. Essa oferta de espaço de varejo deve continuar crescendo, alcançando 213.000 m<sup>2</sup> até 2019.

Marcas *premium* de trajes de banho podem normalmente ser encontradas em ruas movimentadas ao longo da costa de Queensland, bem como em torno dos CBDs. Por exemplo, a Camilla e a Tigerlily, em Robina; a Sunburn e a Baku, no Surfers Paradise; e a Seafolly, em Catindale.

## O varejo on-line continua a crescer mais que o varejo baseado em lojas, embora tenha uma menor participação nas vendas

### Perspectivas para o varejo

O varejo de vestuário e de esportes na Austrália aumentou 3,1% em termos de valor atual em 2016, o que está em linha com o crescimento observado durante o período de revisão. Embora o crescimento tenha sido positivo, foi ligeiramente mais lento que em 2015, uma vez que os australianos mantiveram-se cautelosos sobre seus gastos discricionários durante o ano devido ao baixo crescimento da renda.

Atualmente, 85,2% do varejo de roupas e de esporte na Austrália são baseados em lojas, principalmente as especializadas em vestuário e calçados. No entanto, apesar da participação menor nas vendas do varejo, as vendas de grandes varejistas de massa estão crescendo.

O varejo on-line na Austrália começou a alcançar um estado relativamente estável, no entanto, o canal continua a superar o varejo baseado em lojas em 2016. O varejo on-line representa uma participação de 14,5% das vendas do varejo de vestuário e de calçados, que cresceram de 6,3% em 2011. O canal de varejo on-line é o que cresce mais rápido para vestuário e calçados na Austrália.

A crescente importância de ter uma presença de varejo em múltiplos canais incentivou as marcas de moda praia e os varejistas a aumentarem seus investimentos em estratégias multicanais. Tais estratégias concentram-se, particularmente, na presença digital, pois os consumidores ainda preferem a conveniência oferecida pelo varejo on-line.

Embora o crescimento do varejo on-line para a moda praia ainda seja limitado, os *players* devem continuar vendo crescimento positivo nos próximos três a cinco anos, conforme os consumidores se tornam mais acostumados a comprar trajes de banho pela internet. Além disso, as tentativas de marcas e varejistas de desenvolver retornos mais fáceis e de restituir os processos, bem como assegurar padrões de higiene, irão ajudar a impulsionar o crescimento do varejo on-line para os trajes de banho.

O varejo na Austrália deve crescer a uma taxa média de crescimento anual em valor de 3% a preços constantes de 2016 ao longo do período projetado. No entanto, esse crescimento será impulsionado em grande parte por varejistas especializados em casa e jardim e pelo varejo on-line. Apesar da cultura de praia e do interesse dos consumidores australianos nos trajes de banho, o setor ainda é considerado relativamente pequeno.

As estatísticas relativas ao varejo informal na Austrália são limitadas. No entanto, de acordo com as fontes do setor, houve um aumento nos trajes de banho falsificados na Austrália, apoiado pelo crescimento dos canais digitais, incluindo mercados on-line como o Facebook. As marcas de trajes de banho focadas na moda são mais afetadas que as focadas em trajes de banho esportivos, nas quais os consumidores são mais preocupados com a marca e a funcionalidade em vez do preço e o design.



## Principais características dos canais de varejo mais relevantes para a moda praia australiana

### Varejistas não especializados – *surfwear* e *sportswear*

- Lojas de materiais esportivos e de *surfwear* também são populares dentro dessa categoria para varejistas de trajes de banho.
- Multimarcas especializadas geralmente têm marcas de trajes de banho convencionais e *premium* em seu portfólio de produtos.
- Alguns *players* nessa categoria são a Swimwear Galore, a Surf Dive e a Ski.

### Boutiques de moda/lojas de moda

- A maioria das marcas *premium* de trajes de banho na Austrália tem suas próprias boutiques, tanto autônomas quanto em lojas de departamento.
- Os consumidores mais jovens geralmente compram trajes de banho, especialmente *surfwear*, das próprias boutiques das marcas.
- As lojas de varejo especializadas são as que mais contribuem para o valor de varejo no mercado de trajes de banho da Austrália. As boutiques próprias das marcas contribuem menos que as multimarcas especializadas.

### Varejistas não especializados – lojas de departamento

- Grandes lojas de departamento, como a Kmart, a David Jones e a Myer.
- Os varejistas não especializados geralmente têm tanto as marcas convencionais quanto as marcas *premium* de trajes de banho.
- A maioria das marcas nas lojas de departamento são convencionais, com consumidores mais velhos como o principal grupo de clientes.

### Varejistas on-line

- A The Iconic e a Surfstitch são duas das principais varejistas on-line de trajes de banho na Austrália.
- A Zimmerman também está expandindo de forma ativa o canal de distribuição on-line por meio de varejistas on-line e de sua loja própria on-line. A Zimmermann juntou-se com a varejista on-line Net-a-Porter para vender seus produtos. A loja própria on-line da Zimmermann é uma das que apresentam melhor desempenho de todos os estabelecimentos de varejo da empresa.
- A Triangl vende exclusivamente por meio de sua loja on-line na triangl.com.

## Marcas *premium* têm uma estratégia de canal de varejo semelhante para trajes de banho com preços padrão

### Trajes de banho *premium* – estratégia de varejo

De acordo com as principais fontes, as marcas de trajes de banho *premium* distribuem seus produtos através de todos os canais, principalmente as próprias boutiques, lojas de departamento, lojas multimarcas e canais on-line. Essa é uma prática semelhante às marcas de trajes de banho convencionais na Austrália (excluindo o orçamento ou produtos sem rótulo que podem ser encontrados em todas as lojas de varejo ao longo da famosa costa da Austrália).

No entanto, a extensão de cada aplicação de canal depende da localização e do posicionamento da marca. Por exemplo, a Seafolly, com sua popularidade e ampla gama de disponibilidade de produto, tem presença em todos os canais, bem como um forte ponto de apoio nas principais cidades da Austrália.

Por outro lado, marcas *premium* de boutiques menores podem ser muito específicas em termos de local e se beneficiar somente da presença de marca forte em suas cidades de origem, principalmente Sydney e Melbourne. Por exemplo, as marcas de Sydney geralmente têm suas próprias boutiques na cidade, com uso mais extensivo de lojas de departamento e lojas multimarcas para distribuir seus produtos em outras cidades.

### Distribuidores

Não há nenhum ranking específico de distribuidores de moda na Austrália. O Conselho das Indústrias Têxteis e de Moda da Austrália (TFIA, na sigla em inglês) fornece uma lista das empresas envolvidas na distribuição de serviços e operações logísticas relacionadas com a indústria da moda, mas não necessariamente específicas para o setor de moda praia.

Nome	Local	Site
The Fashion Movers	Sunshine, VIC	<a href="http://www.fashionmovers.com.au">www.fashionmovers.com.au</a>
OCC Apparel	Currumbin, QLD	<a href="http://www.occapparel.com.au">www.occapparel.com.au</a>
Aphrodite Fashion Services	Alexandria, NSW	<a href="http://www.aphrodite.net.au">www.aphrodite.net.au</a>
f.Rock Fashion Pty Ltd	Caloundra, QLD	<a href="http://www.frockfashion.com.au">www.frockfashion.com.au</a>
Launch My Label	Caloundra, QLD	<a href="http://www.launchmylabel.com">www.launchmylabel.com</a>

## Muitas das principais marcas usam desfiles como uma plataforma para demonstrar produtos e aumentar o reconhecimento de marca

### Desfiles / semanas / feiras

Marcas de trajes de banho se envolveram em desfiles e feiras como uma plataforma para mostrar suas coleções mais recentes. Os principais eventos de moda que acontecem na Austrália são o Melbourne Fashion Festival e a Fashion Week Australia. Eventos menores, com foco maior em moda praia, são o Gold Coast Swimwear Fashion Festival, a Swimwear Fashion Parade e a Australian Resort and Swim Week.

O Melbourne Fashion Festival é outro evento de moda importante na Austrália. Como parte da Melbourne Fashion Week, normalmente acontece em março. Em edições recentes de eventos Sunset Swim, a Jets, a We Are Handsome, a Camilla e a Bec & Bridge estavam entre as empresas de moda praia que apresentaram suas linhas de produto ao lado marcas do estado de Victoria. Em 2016, o evento teve um número recorde de 280 mil participantes com uma média de gastos de mais de US\$ 400 por pessoa. No evento de 2016, somente marcas de trajes de banho australianas e as últimas ofertas da temporada de varejistas como a Target e a Myer foram apresentadas.

A Fashion Week Australia é outro evento anual da indústria da moda que apresenta as últimas coleções da estação de designers australianos e da região Ásia-Pacífico. Na edição de 2017, as mostras foram totalmente focadas em trajes de banho e vestuário para atividades esportivas. As marcas mais conhecidas da Austrália nesse segmento, como a We Are Handsome, a Camilla, a Palm Swimwear, a Bondi Bather, bem como alguns nomes internacionais, como a Cynthia Rowley, apresentaram suas coleções para o próximo verão. As principais tendências do desfile foram os estilos esportivos retrô inspirados nos anos 1990 da We are Handsome; as estampas de temática africana e os estilos femininos em branco da Camilla; e as estampas locais da Bondi Bather.

O Gold Coast Swimwear Fashion Festival normalmente conta com uma feira de negócios e um desfile, com o objetivo de promover marcas australianas e jovens estilistas emergentes do país. Esse evento de moda estende-se por cinco dias e, geralmente, é organizado no mês de novembro. A maioria dos participantes são australianos e alguns poucos de outros países asiáticos. O festival inclui mostras de designers de trajes de banho e de *resort wear*, bem como eventos sobre chapéus de verão. Em 2017, mais de 20 marcas renomadas e emergentes australianas participaram com a Billabong, a Seafolly e a Sunseeker entre algumas delas.

A Swimwear Fashion Parade é um novo evento de moda (a primeira edição aconteceu em 2016) organizado pelo varejista on-line The Iconic, realizado em Bondi Beach no final de novembro. O evento apresenta marcas locais e internacionais como Stella McCartney Swimwear, Tigerlily, Seafolly, Camilla e Roxy. As principais tendências da última edição foram os maiôs *off-the-shoulder* inspirados no estilo de Brigitte Bardot, tons neutros envelhecidos e biquínis arco-íris com borda de crochê. Os acessórios também se mostraram importantes para complementar a moda praia. Colares com pompons, gargantilhas e óculos de sol espelhados foram alguns dos acessórios apresentados durante a última edição.

## O IVA da Austrália é de 10% sobre a maior parte dos bens, incluindo os trajes de banho

- O imposto sobre bens e serviços (GST, na sigla em inglês) é um imposto de base ampla de 10% sobre a maioria dos bens, serviços e outros itens vendidos ou consumidos na Austrália. Geralmente, empresas e outras organizações registradas no GST o incluem no preço cobrado por seus bens e serviços, e reivindicam os créditos pelo GST incluído no preço dos bens e serviços que compram para seus negócios. Atualmente, os consumidores australianos podem comprar bens, incluindo trajes de banho de sites estrangeiros, sem a carga de 10% do GST, desde que cada expedição seja de menos de US\$ 770.
- O governo anunciou anteriormente planos para cobrar o GST de 10% para a venda de bens que custam menos que US\$ 770 de residentes estrangeiros e de sites de comércio eletrônico. No entanto, a data de início para essa alteração foi adiada para 1º de julho de 2018. Gigantes locais do varejo, incluindo a Gerry Harvey, fizeram lobby por anos por essa lei. A principal razão da mudança é dar aos produtos australianos e importados condições equitativas em impostos.
- Como a maioria dos bens de trajes de banho valem menos de US\$ 770, isso significa que a partir de julho de 2018 em diante, os consumidores podem, de modo geral, esperar pagar 10% a mais por produtos de varejistas on-line trazidos do exterior.
- Fornecedores internacionais que vendem para os australianos e ganham mais que US\$ 57.800 por ano serão obrigados a se registrar e cobrar o GST. Anteriormente, isso se aplicava somente aos fornecedores que vendiam itens avaliados em mais de US\$ 770 cada.
- A Austrália tem acordos comerciais com a maioria das economias asiáticas, com tarifas de importação de 0% para trajes de banho com seus principais parceiros comerciais, como a Nova Zelândia e a China. Além disso, com a AAN ZFTA, as tarifas de importação para todos os países membros será eliminada a partir de janeiro de 2020 em diante.
- A taxa aduaneira geral para trajes de banho, elastano e biquíni para a Austrália é de 5%. Se o valor do produto menor que US\$ 768,19, ele será isento de taxa aduaneira, de vendas e de processamento.

### Intervalo de IVA

10%

O imposto de bens e serviços (GST) na Austrália é um imposto de valor agregado de 10% sobre a maioria das vendas de bens e serviços.

Existe um plano para isentar o imposto de 10% sobre bens de valor de compra menor que US\$ 770.

As taxas alfandegárias gerais para a importação de trajes de banho na Austrália são de 5%.

## O preço dos trajes de banho na Austrália estão aumentando continuamente

- Para trajes de banho de duas peças na Austrália, a parte de cima e de baixo são normalmente vendidas separadamente, o que oferece maior flexibilidade para os compradores para misturá-los e combiná-los. Os preços dos trajes de banho femininos se baseiam, principalmente, no material, no design, nos cortes e no posicionamento da marca.
- Existe uma tendência de ajuste de preços para cima para os trajes de banho na Austrália. De acordo com alguns *players*, como os consumidores estão à procura de produtos de melhor qualidade, estão mais dispostos a pagar preços mais altos por isso e por produtos mais duradouros.
- Os trajes de banho masculinos estão geralmente posicionados na faixa de preço mais baixa, uma vez que exigem menos materiais e são menos orientados para a moda. O preço dos trajes de banho masculinos *premium* é principalmente definidos pelo produto e pelas inovações de conforto e funcionalidade.

Categorias de moda praia	Item de massa – Intervalo de preço/unidade (em US\$)	Item premium – Intervalo de preço/unidade (em US\$)
Trajes de banho femininos	US\$ 40 – US\$ 80	US\$ 80 – US\$ 400
<i>Cover-ups</i> femininos	US\$ 20 – US\$ 80	US\$ 80 – US\$ 400
Masculino <i>Premium</i>	US\$ 40 – US\$ 60	US\$ 60 – US\$ 300

## A mídia social pode atuar como um forte aliado para novos operadores no domínio de trajes de banho femininos *premium*

### Oportunidades



Novos operadores podem oferecer pontos de diferença, como cores, impressões e estilo para os consumidores australianos. Produtos feitos à mão e bordados também podem realçar a sofisticação das marcas.

### Oportunidades



A mídia social, especialmente o Instagram, é uma ferramenta fundamental para definir tendências e influenciar o comportamento do consumidor. Novos operadores podem impulsionar o reconhecimento da marca a fim de melhorar a experiência do consumidor, visto que o fator *premium* não é mais somente o preço, mas também a experiência.

Novas marcas *premium* que estão entrando na Austrália podem focar em áreas de Brisbane, Sydney e Melbourne como mercados prioritários. Os consumidores desses locais buscam experiências *premium* e mais orientadas para a moda, bem como os principais destinos de praia nas proximidades.

### Desafios



Marcas locais têm uma presença muito forte no mercado local com uma série de grandes *players* e pequenas marcas de boutique.

Uma longa distância do Brasil para a Austrália em comparação às marcas locais *premium*, que fabricam seus produtos localmente, na China ou em outros países asiáticos.

### Desafios



A falta de canais de distribuição fortes pode colocar novos operadores em desvantagem em termos de colocação dos produtos em varejistas multimarcas proeminentes, além de ter um menor poder de barganha.

A presença física é a norma para o sucesso dos *players* líderes, especialmente no caso da Seafolly e da Sunseeker. No entanto, o custo do aluguel de loja na Austrália pode ser muito caro.

## O uso extensivo de mídias sociais, designs exclusivos e parceria com agentes ou distribuidores experientes são fundamentais

### Trajes de banho femininos *premium*

O mercado de moda praia *premium* é composto por uma série de *players* que variam de conhecidos com forte presença de marca no mercado, como a Seafolly e a Sunseeker, a marcas menores, como a Tiger Lily. Esse *players* locais lideram o segmento, mas a concorrência está se intensificando com a experiência do consumidor e designs exclusivos de produtos oferecidos por marcas *premium* menores. Essas empresas focam na diferenciação de marca, ou seja, uso extensivo de mídia social, participação ativa em eventos de moda, inovação e atenção às tendências de moda locais, a fim de atualizar as coleções de acordo.

A maioria das marcas *premium* oferecem biquínis e produtos de uma peça, mas outras investem em linhas de vestuário para atividades esportivas e recursos adicionais às linhas de vestuário (por exemplo, proteção solar) a fim de diversificar seus portfólios. Fontes da moda na Austrália também afirmaram que as marcas *premium* bem-sucedidas geralmente lançam edições limitadas de linhas de moda praia, de modo que elas não são comercializadas em massa.

As faixas de preço típicas dos trajes de banho femininos *premium* nos canais de varejo on-line, como a Swimwear Galore e a Surfstitch, variam de US\$ 80 a US\$ 200, com a The Iconic apresentando a mais alta faixa de preços, de cerca de US\$ 80 a US\$ 300. As faixas de preço na David Jones e da Myer em lojas de departamento variaram de US\$ 80 a US\$ 260.

Para as empresas que estão entrando no mercado, a parceria com agentes de moda com um forte ponto de apoio na Austrália é fundamental para o desenvolvimento de fortes relações iniciais. A colombiana Maaji, que recentemente foi adquirida pela Seafolly em uma transação projetada pela empresa de *private equity* L Catterton Asia (e proprietária de ambas as marcas), é conhecida por ter trabalhado arduamente antes de encontrar parceiros ideais de distribuição no país (antes da fusão, a Altios Fashion era um importador e distribuidor exclusivo para a Maaji na Austrália).

Marcas bem-sucedidas de trajes de banho femininos *premium* na Austrália também são conhecidas por sua ativa participação na mídia social. A Maaji é um caso de sucesso, tendo mais de 300 mil seguidores e contas ativas que promovem tendências de moda e estilo de vida relacionados com a marca. Antes de entrar no mercado australiano, as marcas brasileiras devem criar forte presença on-line e comunicação direta com o consumidor australiano. Tendo em vista que o fator *premium* divergiu apenas do posicionamento da marca, do preço e da qualidade, os consumidores estão procurando uma experiência global antes de tomar uma decisão de compra.

Marcas de trajes de banho orientadas para a moda devem primeiro priorizar Queensland (ou seja, Gold Coast – Brisbane – Sunshine Coas) e as áreas urbanas de New South Wales (Central Coast – Sydney – Newcastle), antes de expandir sua presença de marca e produtos para outras áreas. Essas regiões têm clima tropical durante a maior parte do ano, resultando em um grande número de banhistas e uma forte cultura de praia. Elas também concentram grandes ambientes urbanos, consumidores mais ricos e são conhecidas por serem polos de moda na Austrália (mais especificamente Sydney, a esse respeito).

O mercado altamente fragmentado e várias alternativas de produto constituem o principal desafio para o segmento de *cover-ups*

Oportunidades



A combinação de *cover-ups* e peças de trajes de banho em coleções estão ganhando popularidade. Muitas marcas *premium* de trajes de banho têm aumentado constantemente o número de *cover-ups*.

*Cover-ups* multifuncionais, que possam também ser usados para outros fins, também estão em alta demanda.

Oportunidades

A maioria dos atacadistas, distribuidores e agentes dos trajes de banho *premium* também mantêm *cover-ups* em seus portfólios, embora em quantidades menos significativas.

Os *cover-ups* são muito comuns na cultura de praia brasileira e poderiam ser exportados para a Austrália como parte da identidade brasileira, principalmente com cores e designs exóticos.

Desafios



O segmento de *cover-up* é muito fragmentado, com muitos *players*, não limitado ao domínio das marcas de trajes de banho. No entanto, marcas de trajes de banho *premium* proeminentes, como a Seafolly e a Sundeeker, também têm suas próprias coleções de *cover-ups*.

Muitas alternativas podem tornar difícil para as marcas manter a fidelidade do cliente.

Desafios

Alguns especialistas do vestuário vendem só produtos de trajes de banho, devido aos baixos volumes de vendas dos *cover-ups*.

As marcas brasileiras provavelmente necessitariam aumentar o portfólio de produtos e vender mais do que somente *cover-ups*, devido ao baixo volume/valor que essa categoria apresenta.



## O posicionamento da marca manteve-se atributo essencial do produto para *cover-ups premium* na Austrália

### *Cover-ups femininos premium*

A demanda por *cover-ups* tem sido bastante estável na Austrália, com um número crescente de marcas de trajes de banho *premium* lançando *cover-ups* sob as mesmas marcas em vez de em uma etiqueta separada, o que era a prática tradicional.

Houve um aumento da demanda por *cover-ups* estilo vestuário e correspondentes nos mercados convencionais e *premium*. As empresas líderes que seguem essas tendências com uma presença relevante no mercado local *premium* de *cover-up* são Camilla, Jets, Maaji, Milea (da Seafolly), Seafolly, Sunseeker e Sunsoaked, para citar algumas.

A faixa de preço típica de *cover-ups premium* nos canais de varejo on-line variam de US\$ 80 a US\$ 230. Em lojas de departamento como a David Jones e a Myer, os preços variam de US\$ 60 a US\$ 210.

A Seafolly, uma marca *premium* de trajes de banho, é uma das empresas com as maiores ofertas de *cover-ups* variando de sarongues a vestidos de praia. A empresa tem vendido vestidos *maxi* e *kaftans* como roupas pós-banho *premium* sob sua própria marca Seafolly. Seus *cover-ups* estão bem posicionados no mercado em virtude da forte base de apoio da marca nos trajes de banho. Algumas fontes acreditam que não seria viável a empresa focar somente nos *cover-ups*.

Marcas principais também estão investindo mais na demanda de *cover-ups* multifuncionais usados como pós-banho, casual e *resortwear*. Novos operadores no mercado devem focar em estratégias semelhantes.

Em termos de varejo, lojas de departamento como a David Jones e a Myer continuam canais de varejo fundamentais para *cover-ups*, tanto *premium* quanto versões padrão. Varejistas multimarcas especializados normalmente oferecem um número limitado de produtos *cover-ups*, que representaram somente 5% a 10% de seu espaços de prateleira nas lojas.

O varejo on-line é também um importante canal para os *cover-ups*. Devido aos preços altos dos *cover-ups premium*, os consumidores são mais propensos a comprar por meio de grandes e conhecidos varejistas on-line, como a Amazon e a The Iconic. No entanto, grandes ofertas de *cover-ups* são mais comuns em varejistas on-line especialistas em moda praia e estoquistas como a Sunburn Swimwear e a Swimwear Galore.

Na Austrália, *cover-ups* como os *kaftans* podem ser descritos como cultura cult entre os consumidores jovens e atentos à moda. Consumidores que seguem menos a moda usam camisas, *shorts* e toalhas regulares. Enquanto a maioria das marcas de trajes de banho *premium* fornece tipo mais tradicionais de *cover-ups*, como *kaftan*, vestidos de praia e sarongues, alguns *players* como a Seafolly e a Sun diversificaram seu portfólio de *cover-ups* com *pullovers*, camisas, calças e macaquinhos regulares para atingir os consumidores menos atentos à moda.

## O posicionamento da marca manteve-se um fator essencial de sucesso na moda de trajes de banho *premium* masculinos

### Oportunidades



Embora o design ainda não seja tão importante quanto a funcionalidade, quando se trata de trajes de banho masculinos, os australianos estão se tornando mais atentos à moda em com sua moda praia.

O varejo on-line é mais proeminente no segmento de trajes de banho *premium* masculino que no feminino.

A disponibilidade limitada dos produtos de moda *premium* no mercado abre espaço para novos operadores.

### Oportunidade



### Desafios



Os principais *players* do mercado, como a Billabong e a Speedo, têm posicionamento de marca muito forte. Ao passo que a Speedo foca em sua inovação, a Billabong usa sua reputação de marca como o principal determinante de preço.

A maioria dos produtos de moda de trajes de banho masculinos está situado na faixa de preço de US\$ 15 a US\$ 35 por peça, refletindo a demanda global do consumidor ainda baixa por produtos a preços mais elevados.

### Desafios



A diferença entre corpos e o estilo dos homens brasileiros e australianos pode exigir mudanças no design e tamanho dos trajes de banho.

## As bermudas de surfe e a cultura do surfe permeiam a categoria de trajes de banho masculinos *premium*

### Trajes de banho masculinos *premium*

A categoria de trajes de banho masculinos de preço mais elevado é dominada pelos trajes focados no surfe, com um pequeno número de *players* fornecendo moda mais genérica e não voltada para esse esporte. O segmento *premium* é liderado por linhas mais caras de marcas de trajes de banho como a Billabong, a Quiksilver e a Rip Curl, que também têm linhas padrão a pontos de preços mais populares.

Além dessas marcas padrão orientadas para o surfe, marcas locais australianas como a Affent, a Deus Ex Machina e a The Rocks Push também desempenham um papel no mercado local de moda praia, com um certo foco em bermudas de surfe que chamam a atenção dos entusiastas do esporte e dos surfistas. Uma terceira categoria de *players* nos trajes de banho masculinos é composta por grifes globais que dedicam uma parte de suas amplas linhas de roupas aos produtos de moda praia, principalmente bermudas de surfe e tipos de *shorts resortwear* casuais (ou seja, Lacoste e Tommy Hilfiger).

A faixa de preço de trajes de banho masculinos *premium* típicos nos canais de varejo on-line, como a Swimwear Galore e a Surfstitch, está entre US\$ 60 e US\$ 85, enquanto a faixa de preços nas lojas de departamento David Jones e Myer é mais ampla, entre US\$ 60 e US\$ 120.

A tendência global nos trajes de banho masculinos *premium* é semelhante a do mercado padrão, com *shorts* mais curtos, mas não acima do meio da coxa. Conforme os australianos se tornam mais atentos à moda, eles buscam cortes e designs de melhor qualidade. No entanto, os designs oferecidos no mercado australiano permaneceram limitados. Apesar de não oferecer trajes de banho de moda *premium*, a Funky Trunks tem ganhado mais popularidade devido aos seus designs exclusivos, padrões e cores que não são comumente vistas em outras grandes marcas de trajes de banho masculinos no mercado da Austrália.

A sustentabilidade também tem sido uma grande qualidade dos trajes de banho masculinos *premium* na Austrália em relação às bermudas de surfe. Um bom exemplo disso é a Patagonia, uma marca baseada na Califórnia que recentemente fez uma parceria com um surfista e ativista australiano, Dave Rastovich (que anteriormente modelava bermudas de surfe de poliéster reciclado, enquanto era patrocinado pela Billabong). A marca fabrica “roupas de ambiente externo éticas”, incluindo bermudas de surfe. A Patagonia abastece algumas de suas produções australianas no Sri Lanka, mas em uma fábrica com certificação Fair Trade.

As bermudas de surfe devem permanecer o produto de trajes de banho mais proeminente para os homens australianos, enquanto as sungas não são populares na cultura de praia local, e são usadas principalmente por jovens garotos, consumidores mais velhos ou nadadores. Nesse domínio, a Arena e a Speedo são *players* líderes (em mais orçamento e pontos de preço padrão), e designs sofisticados não são tão valorizados.



REQUISITOS TÉCNICOS, LEGAIS E DE QUALIDADE

## O mercado de moda praia da Austrália é bem regulado com requisitos voluntários e obrigatórios

Fabricantes de trajes de banho buscando entrar ou crescer no mercado de moda praia australiano devem entender uma série de procedimentos regulamentares emitidos pelo governo local. Requisitos obrigatórios para etiquetas, bem como direitos de propriedade intelectual são dois tópicos principais supervisionados pela autoridade governamental. Procedimentos voluntários, como aqueles relacionados à produção ética seguindo diferentes padrões de qualidade também estão disponíveis localmente e podem ser usados por fabricantes para diferenciá-los no mercado.

### Norma obrigatória para etiquetas

Os fabricantes de trajes de banho devem atender a requisitos obrigatórios para as etiquetas de produtos de vestuário e têxteis. O padrão obrigatório para etiquetas baseia-se na Norma da Austrália/Nova Zelândia (AS/NZS) 1957:1998, Têxteis — Etiquetas com variações e adições realizadas pelo Aviso nº 25 da Defesa do Consumidor, de 2010. A norma requer que os produtos têxteis, incluindo roupas, têxteis, mobiliário e peles de camurça, couros e peles tenham etiquetas adequadas, em inglês, anexadas ao produto.

### Os métodos de proteção de propriedade intelectual são relevantes para os fabricantes de moda praia

A IP Australia é a agência do governo federal responsável pela concessão dos direitos de patentes, marcas comerciais e modelos. Além das marcas comerciais, os seguintes mecanismos de proteção de propriedade intelectual (PI) podem ser relevantes para as empresas de fabricação em termos de patentes, confidencialidade e projetos registrados:

- Patentes – a proteção de um método, dispositivo ou sistema que seja novo e inovador pode ser uma maneira eficaz de proteger sua PI.
- Confidencialidade/segregos comerciais – podem ser usados para impedir funcionários de revelarem conhecimento secreto durante e após o fim do contrato de trabalho.
- Modelos registrados – protegem a aparência visual de um produto manufaturado, impedindo que outros o usem sem permissão.

### Certificação Ética Voluntária de Vestuário da Austrália (*Voluntary Ethical Clothing Australia*)

Fabricantes de trajes de banho podem trabalhar com a ECA (Ethical Clothing Australia) na certificação ECA para assegurar que suas cadeias de suprimentos sejam transparentes e estejam em conformidade legal. A ECA é um órgão de certificação que trabalha em colaboração com empresas locais têxteis, de vestuário e de calçados cuja fabricação é feita na Austrália.

O programa de certificação voluntária ECA oferece assistência prática a essas empresas. Ele mapeia a cadeia de fornecimento australiana da empresa em todo o processo, elabora e ajusta o processo, incluindo todos os processos que agregam valor. Uma vez que a empresa obtém a certificação sob o acordo de licenciamento da ECA, ela pode usar o logotipo da ECA para promover sua certificação em etiquetas de identificação, etiquetas de roupas e outros materiais promocionais para seus produtos feitos na Austrália.

## Enquanto as funções da ACCC afetam todas as marcas no mercado, a SWA apenas supervisiona as instalações de fabricação locais

### 1

#### Comissão para consumidores e concorrência na Austrália (ACCC, sigla em inglês)

Entre as principais responsabilidades da ACCC está a elaboração de normas de segurança e informação, bem como a de informar os riscos e requisitos de normas obrigatórias de banimento aos *players* do setor.

- Informar os fornecedores sobre os riscos e requisitos de normas obrigatórias ou banimentos

Leis/regulamentos/requisitos técnicos/requisitos de qualidade específicos:

- Lei do Consumo e da Concorrência
- Requisitos de etiqueta para cuidados ao consumidor

### 2

#### Safe Work Australia (SWA)

Safe Work Australia

Suas principais responsabilidades são:

- Elaborar políticas nacionais referentes à segurança e integridade do local de trabalho, bem como à remuneração dos trabalhadores
- Inspecionar locais de trabalho, oferecer orientação e ajuda e enviar avisos e multas em cada área responsável pela agência de segurança e integridade do local de trabalho no nível estadual

Leis/regulamentos/requisitos técnicos/requisitos de qualidade específicos:

- Lei de Segurança e Integridade no Trabalho (específica do estado)

### 3

#### Standards Australia (SA)

A *expertise* e a principal responsabilidade da Standards Australia é a elaboração e adoção de normas na Austrália. O órgão também facilita a participação australiana na elaboração de normas internacionais. O SA não impõe, rege ou certifica a conformidade com essas normas.

O SA forma comitês técnicos, reunindo agentes e partes interessadas. Por meio de um processo que leva à definição de um consenso, esses comitês desenvolvem normas para o benefício líquido da Austrália. O trabalho do SA aprimora a eficiência econômica do país, sua competitividade internacional e contribui para a exigência da comunidade de um meio ambiente seguro e sustentável.

## Os requisitos para etiquetas são uma das principais exigências para exportadores de produtos têxteis para a Austrália

### Principais leis e regulamentos

Lei do Consumo e da Concorrência de 2010 (CCA, na sigla em inglês)

A CCA abrange a maior parte das áreas do mercado: as relações entre fornecedores, atacadistas, varejistas e consumidores. Seu objetivo é aperfeiçoar o bem-estar dos australianos ao promover a justiça no comércio e na concorrência, além de proteger os consumidores:

No geral, ela abrange:

- segurança e etiquetagem de produtos
- práticas de mercado injustas
- monitoramento de preços
- códigos do setor
- regulamento do setor – aeroportos, eletricidade, gás, telecomunicações
- fusões e aquisições.

### Lei do Consumidor da Austrália

Em 12 de junho de 2015, os ministros da Defesa do Consumidor aprovaram os Termos de Referência para a Revisão da Lei do Consumidor da Austrália. Essa revisão, realizada pelos órgãos de Defesa do Consumidor da Austrália e da Nova Zelândia, foi iniciada em 2016 e concluída em março de 2017. O [Relatório Final](#) foi publicado em abril de 2017.

### Aspectos fundamentais dos quais os exportadores brasileiros devem se inteirar:

Não há nenhuma exigência para importadores (empresas ou indivíduos) no sentido de ter uma licença de importação para importar produtos para a Austrália. No entanto, de acordo com a natureza dos produtos e independentemente de seu valor, talvez os importadores precisem obter permissões para liberar determinados bens importados na alfândega. Os importadores devem, entre outras coisas, garantir que os produtos importados estejam etiquetados corretamente. Por exemplo, produtos importados que exigem uma descrição comercial devem ser marcados com o nome do país em que foram fabricados ou produzidos e, se especificado, uma verdadeira descrição dos produtos.

Para os exportadores que estão tentando se registrar localmente como empresa estrangeira, a Australian Securities and Investments (ASIC) descreve os critérios que definem empresas estrangeiras e os direitos que elas têm na Austrália. A ASIC fornece orientação a empresas estrangeiras que desejam [abrir uma empresa local](#).

Uma alternativa para estabelecer uma empresa nova ou uma subsidiária pode ser adquirir uma empresa australiana já existente. A ASIC mantém um registro de documentos regulatórios e de orientação relacionados com a [aquisição de empresas](#).

### Registro e cobrança do GST

- Fornecedores internacionais com renda superior a AUD\$ 75.000 por ano provenientes do comércio com a Austrália serão obrigados a se registrar e cobrar o GST

## As etiquetas são uma das principais exigências para exportadores de produtos têxteis para a Austrália

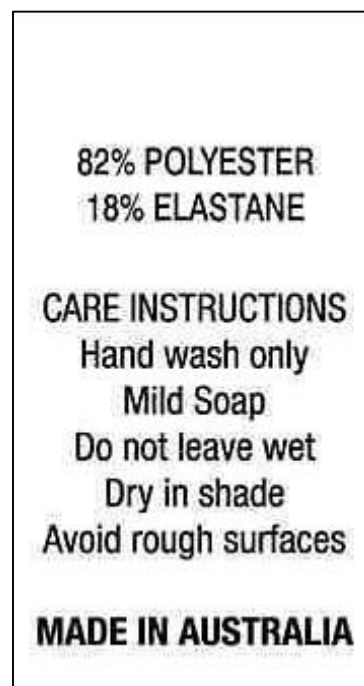
### Principais requisitos técnicos e de qualidade

Norma de Informação ao Consumidor para Etiquetas de Roupas e Produtos Têxteis (em vigor desde 1º de janeiro de 2004)

- Norma da Austrália/Nova Zelândia (AS/NZS) 1957:1998.
- Etiquetas com variações e adições realizadas pelo Aviso nº 25 da Defesa do Consumidor, de 2010.
- Os fabricantes devem atender a todos os requisitos para etiquetas dos produtos que fornecem.
- As principais exigências para etiquetas são: *formato e conteúdo*.

Quanto ao *formato*, as instruções de cuidado devem:

- Estar permanentemente presas aos produtos.
- Estar escritas em inglês.
- Ser legíveis.
- Ser apropriadas e adequadas quanto aos cuidados do produto.
- Quanto ao *conteúdo*, as instruções de cuidado devem:
  - Ser apropriadas e adequadas para o produto.
  - As instruções devem conter informações sobre:
    - Cuidados gerais e avisos.
    - Instruções de lavagem, secagem, engomagem e limpeza a seco.
- Em produtos com várias peças, cada peça avulsa deve ter uma etiqueta de cuidados.





## O registro de modelos pode ser demorado na Austrália, envolve até cinco consultores e precisa ser renovado a cada cinco anos

### Direitos de propriedade intelectual

Na Austrália, os direitos de propriedade intelectual (PI) e as leis referentes a patentes, marcas comerciais e modelos registrados são administrados pela IP Australia, uma agência do Departamento da Indústria, Inovação e Ciência do país.

Os designers podem solicitar direitos de PI nos termos do "Modelo Registrado". O "modelo" é o que faz o produto ter um visual próprio, como a forma, a configuração, o padrão e a ornamentação.

O direito sobre o modelo é um tipo de PI que protege modelos. Ele está incluído no *Designs Act 2003* (Lei sobre Modelos de 2003) e dá ao proprietário do modelo direitos exclusivos de comercializá-lo, licenciá-lo ou vendê-lo. O registro protege um modelo pelo prazo de cinco anos, a partir da data em que a inscrição foi arquivada, e pode ser renovado por mais cinco anos.

Muitas vezes, registrar e autenticar um modelo é um processo caro, complexo e demorado. Um processo de registro e desenvolvimento de modelo comercial pode envolver até cinco assessores ou consultores profissionais. Tais profissionais podem ser:

- um desenhista industrial
- um advogado
- um consultor de marketing
- um advogado especializado em patentes
- um contador.

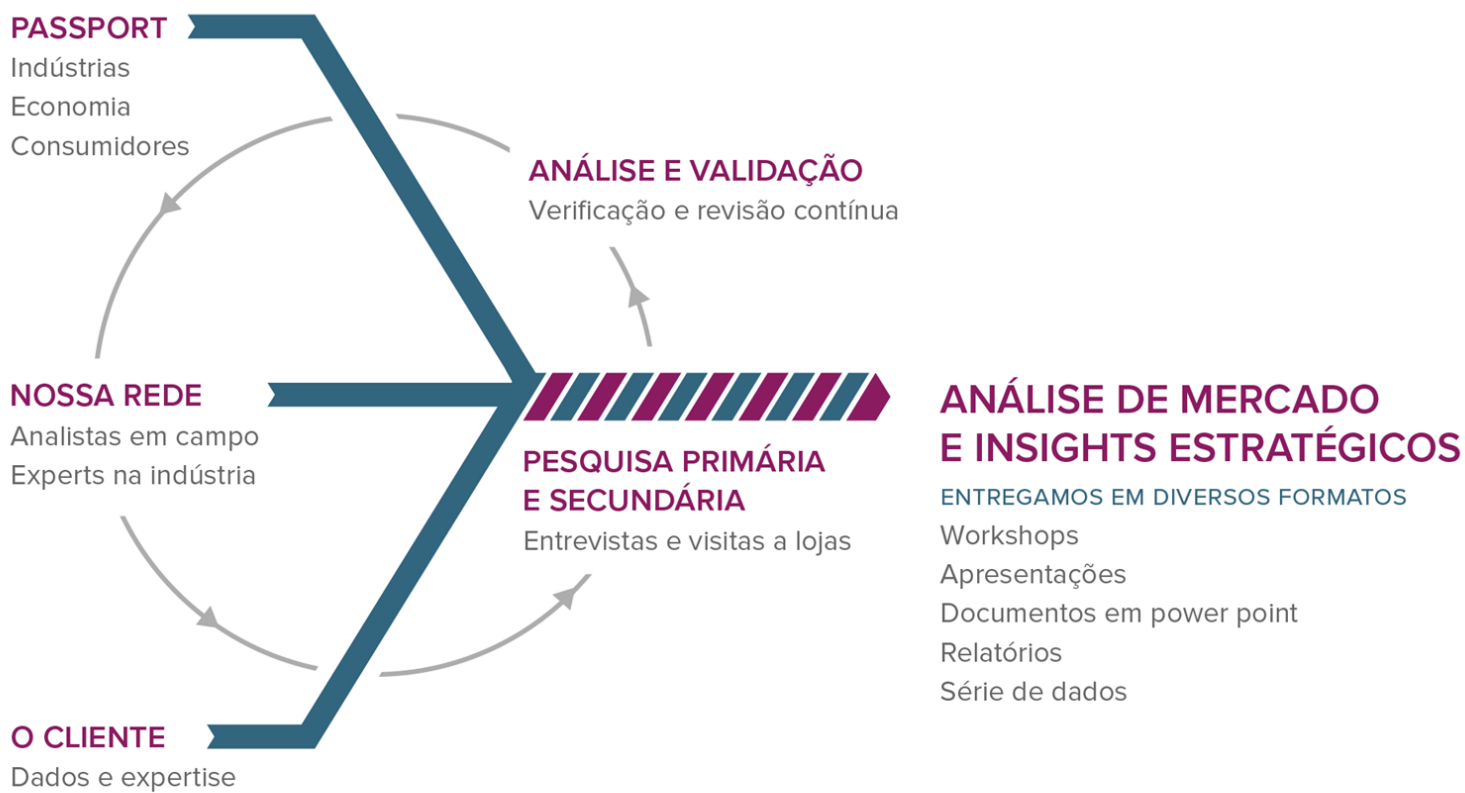
Após o registro, o modelo pode ser examinado. Se após o exame, o modelo receber uma certificação, o direito sobre o modelo será legalmente executável. A certificação permite que o designer tome medidas legais caso outra pessoa use o modelo sem permissão. Para ser certificado, um modelo precisa ser novo e distinto.

A violação dos direitos de PI é uma das maiores ameaças para as marcas de trajes de banho. A marca australiana Triangl viu seus concorrentes produzirem trajes de banho semelhantes ao seu modelo. Algumas das marcas que colocaram cópias da Triangl no mercado são: Victoria's Secret, Target, ASOS e Forever 21, bem como marcas de luxo, como a PILYQ. Cópias também podem ser encontradas de forma abundante em sites como Alibaba, eBay e até mesmo o Etsy.

Em março de 2016, a Triangl acionou na justiça a Jiangmen City Xinhui District Lingzhi Garment Co. e a MG Industrial Co., entre outras acusadas de "pirataria de propriedade intelectual". O processo foi ajuizado no Distrito Sul de Nova York, por conta da produção e venda de trajes de banho idênticos a diversos modelos de biquíni da Triangl por parte dos réus.

# DEFINIÇÕES, METODOLOGIA E FONTES CONSULTADAS

Termo	Definição
Moda praia	Trajes de banho femininos, <i>cover-ups</i> femininos e trajes de banho masculinos.
Trajes de banho femininos	Categoria de vestuário desenvolvida para ser usada em atividades de natação, como maiôs, biquínis e peças avulsas de biquíni.
<i>Cover-ups</i> femininos	Roupas para praia, como saídas de praia, kaftans e vestidos de praia.
Trajes de banho masculinos	Todos os <i>shorts</i> e sungas desenvolvidos para atividades de natação.



ANEXO  
FONTES CONSULTADAS

Fonte	Website
aussieBum	<a href="https://www.aussiebum.com">https://www.aussiebum.com</a>
Australian Broadcast Corporation	<a href="http://www.abc.net.au">http://www.abc.net.au</a>
Australian Competition and Consumer Commission	<a href="https://www.accc.gov.au">https://www.accc.gov.au</a>
Australian Financial Review	<a href="http://www.afr.com">http://www.afr.com</a>
Australian Government - Free Trade Agreement Portal	<a href="https://ftaportal.dfat.gov.au">https://ftaportal.dfat.gov.au</a>
Australian Government - Department of Foreign Affairs and Trade	<a href="https://www.dfat.gov.au">https://www.dfat.gov.au</a>
Australian Government - Department of Immigration and Border Protection	<a href="http://www.border.gov.au">http://www.border.gov.au</a>
Australian Government - Department of Industry, Innovation and Science	<a href="https://industry.gov.au">https://industry.gov.au</a>
Australian Securities and Investment Commission	<a href="http://www.asic.gov.au">http://www.asic.gov.au</a>
Brazilian Embassy in Australia	<a href="http://brazil.embassy.gov.au">http://brazil.embassy.gov.au</a>
Business News Australia	<a href="https://www.businessnewsaus.com.au">https://www.businessnewsaus.com.au</a>
Camilla	<a href="http://www.camilla.com">http://www.camilla.com</a>
Colliers International	<a href="http://www.colliers.com.au">http://www.colliers.com.au</a>
Ethical Clothing Australia	<a href="http://ethicalclothingaustralia.org.au">http://ethicalclothingaustralia.org.au</a>
Euromonitor	<a href="http://www.euromonitor.com">http://www.euromonitor.com</a>

ANEXO  
FONTES CONSULTADAS

Fonte	Website
Gold Coast Bulletin	<a href="http://www.goldcoastbulletin.com.au">http://www.goldcoastbulletin.com.au</a>
Gold Coast Swim Fashion Festival	<a href="http://www.goldcoastswimfashionfestival.com.au">http://www.goldcoastswimfashionfestival.com.au</a>
Good On You	<a href="https://goodonyou.eco">https://goodonyou.eco</a>
Jones Lang LaSalle	<a href="http://www.jll.com.au">http://www.jll.com.au</a>
Knight Frank Real Estate	<a href="http://www.knightfrank.com.au">http://www.knightfrank.com.au</a>
Myer	<a href="https://www.myer.com.au">https://www.myer.com.au</a>
Pop Sugar	<a href="https://www.popsugar.com.au">https://www.popsugar.com.au</a>
Safe Work Australia	<a href="https://www.safeworkaustralia.gov.au">https://www.safeworkaustralia.gov.au</a>
Savills	<a href="http://www.savills.com.au">http://www.savills.com.au</a>
Seafolly	<a href="http://www.seafolly.com">http://www.seafolly.com</a>
Speedo Australia	<a href="https://speedo.com.au">https://speedo.com.au</a>
Standards Australia	<a href="http://www.standards.org.au">http://www.standards.org.au</a>
Sun Seeker	<a href="https://www.sunseekerswim.com.au">https://www.sunseekerswim.com.au</a>
The Sydney Morning Herald	<a href="http://www.smh.com.au">http://www.smh.com.au</a>
Tigerlilly Swimwear	<a href="https://tigerlilyswimwear.com.au">https://tigerlilyswimwear.com.au</a>

ANEXO  
FONTES CONSULTADAS

Fonte	Website
Trade Interviews	Trade Interviews
Vogue Australia	<a href="http://www.vogue.co.au">http://www.vogue.co.au</a>
Women's Wear Daily	<a href="http://wwd.com">http://wwd.com</a>

## **SOBRE A APEX-BRASIL**



A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira.

A Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.

A Apex-Brasil coordena também os esforços de atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) para o Brasil com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e do país.



## SOBRE A EUROMONITOR



A Euromonitor International é uma das principais empresas de inteligência de negócios e análise estratégica sobre o mercado de bens de consumo e serviços no mundo. A empresa conta mais de 40 anos de experiência no levantamento de dados e publicação de relatórios detalhados sobre o mercado em âmbito internacional.

Além dos serviços especializados de consultoria, a Euromonitor pesquisa sistematicamente e anualmente 29 indústrias de consumo massivo e serviços, 80 setores industriais em 100 países e setores de recursos naturais em 210 países.

A companhia tem sede em Londres, com escritórios regionais em Chicago, São Paulo, Cingapura, Xangai, Vilnius, Santiago, Dubai, Cidade do Cabo, Tóquio, Sydney e Bangalore, e possui uma rede de mais de 800 analistas em todo o mundo. Acompanhe nossas análises mais recentes em [blog.euromonitor.com](http://blog.euromonitor.com).



MINISTÉRIO DAS  
**RELAÇÕES EXTERIORES**



Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,  
CEP 70.040-020 - Brasília - DF  
Tel.: 55 (61) 3426-0202  
Fax: 55 (61) 3426-0263  
[apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)  
[www.apexbrasil.com.br](http://www.apexbrasil.com.br)