

Cerâmica portuguesa bate recorde e "cristaliza" liderança nos Estados Unidos

Após ter batido o recorde de exportações no ano passado, a indústria portuguesa de cerâmica e cristalaria vai debutar no mais importante certame do sector da América do Norte, em Chicago, para reforçar as vendas de um dos segmentos do sector no seu principal mercado.

"Ceramics - Portugal does it better" - é com este slogan que a Associação Portuguesa da Indústria de Cerâmica e de Cristalaria (Apicer) vai andar a promover a inovação, o design e a qualidade do "made in" nacional em três mercados que considera estratégicos: Estados Unidos, Reino Unido e Emirados Árabes Unidos.

É já na próxima segunda-feira, 12 de Junho, que a campanha da Apicer vai debutar naquele que é considerado o maior importante certame de design comercial da América do Norte - a Neocon, em Chicago, Estados Unidos.

"A Apicer está apostada em marcar presença nos maiores centros nevrálgicos e decisores do que de melhor se faz na indústria e nos negócios", sendo que "esta acção de internacionalização e promoção da cerâmica e cristalaria nacionais com o conceito "Ceramics - Portugal does it better" acontece, em primeiro lugar, na Neocon, nos Estados Unidos, por ser uma feira que se realiza há mais de 45 anos", explica o presidente da associação, José Sequeira.

"O certame é, ainda hoje, a principal plataforma mundial na indústria de design comercial, onde centenas de empresas de todo o mundo mostram as últimas novidades e produtos", enfatiza o mesmo dirigente associativo.

Em termos globais, os Estados Unidos é o terceiro maior mercado das exportações portuguesas de produtos cerâmicos, valendo 9,6% do total, mas em relação à área de cerâmica utilitária e decorativa, em particular no segmento da louça de uso doméstico em faiança e barro fino, barro comum e grés, este país é o primeiro mercado de destino das vendas nacionais no exterior.

Na Neocon, que decorrerá até 14 de Junho, a Apicer vai expor peças de design de marcas de referência da indústria cerâmica e de cristalaria nacionais, algumas das quais foram premiadas com galardões internacionais.

Depois de, no final da década passada, a cerâmica portuguesa, sobretudo a louça, ter sofrido uma quebra bastante forte devido "à concorrência desleal, sobretudo de países asiáticos", a indústria nacional começou a recuperar face às medidas anti-"dumping" aplicadas na Europa.

E eis que nunca a indústria portuguesa de cerâmica e cristalaria vendeu tanto nos mercados internacionais, tendo em 2016 batido o recorde com as exportações de cerâmica a atingirem os 701 milhões de euros, enquanto as de cristalaria se situaram nos 82 milhões de euros - respectivamente, mais 6,3% e 13% do que no ano anterior.

Em termos de balança comercial, a de cerâmica cifrou-se em 573 milhões de euros, com uma taxa de cobertura das importações pelas exportações de 547%, e a de cristalaria em 40 milhões de euros, com a taxa de cobertura a cifrar-se nos 196%

Em 2016, Em 2016, a cerâmica portuguesa chegou a 163 mercados internacionais. Para o conjunto de produtos cerâmicos (onde se inclui a cerâmica utilitária e decorativa, pavimentos e revestimentos, louça sanitária, telhas e outros), França é o principal mercado de destino, seguindo-se Espanha, Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido.

Já a cristalaria nacional chegou a 118 mercados internacionais, sendo Espanha o país de destino principal, seguindo-se os Países Baixos, Alemanha, França e Estados Unidos.

06 de junho de 2017 às 16:03