

Londres.

O Festival, que começou no sábado e prolonga-se até domingo, é um acontecimento anual que abrange centenas de iniciativas em vários locais da cidade relacionadas com o 'design' contemporâneo, incluindo feiras profissionais, debates, exposições e instalações.

Entre as empresas portuguesas estão marcas de mobiliário, iluminação e outros acessórios de decoração, têxteis, papel de parede, azulejos e elementos arquitetónicos, talheres, cerâmica ou adereços como autocolantes e cabides.

A AICEP organizou o pavilhão na London Design Fair Inspiring Portugal e curado pelo 'designer' Marco Sousa Santos com 12 marcas, enquanto outros espaços e iniciativas envolveram a Associação Portuguesa da Indústria da Cerâmica (APICER), Associação Portuguesa das Indústrias de Mobiliário e Afins (APIMA) e Associação Portuguesa dos Industriais de Mármore, Granitos e Ramos Afins (Assimagra).

O governante chegou na segunda-feira, tendo visitado o evento 'Open House' da Portugal Fashion e AICEP na Embaixada de Portugal, tendo hoje previsto uma série de encontros com investidores estrangeiros.

Até quinta-feira, acompanhará a presença nacional no London Design Festival, incluindo uma exposição de vinte trabalhos feitos com calcário e mármore portugueses por nove arquitetos e 'designers' nacionais e internacionais no Museu do Design de Londres.

"Não é muito usual termos esta capacidade de termos ao mesmo tempo este conjunto de sectores do mobiliário, design e moda, num período de 3-4 dias, mas também numa expressão numérica muito relevante", disse Eurico Brilhante Dias.

A sua participação, justificou, vem "dar expressão política à opção das associações e das empresas, que permite dar visibilidade, reforçar a opção que muitas delas tiveram pelo mercado do Reino Unido, reforçar a procura de novos clientes, de novos agentes, de novos distribuidores".

O secretário de Estado acredita que esta "ofensiva" ilustra aquela que deve ser a estratégia correta da indústria portuguesa no Reino Unido, quarto principal mercado para as exportações nacionais.

"Precisamos de continuar a subir na cadeia de valor para podermos aumentar a produtividade do trabalho em Portugal. Só conseguiremos melhorar a produtividade aparente do trabalho em Portugal se continuarmos a procurar mercados sofisticados, que exigem valor, que podem remunerar bem as exportações portuguesas", enfatizou.

O Governo quer ver este tipo de "coordenação e cooperação intersectorial" noutros países para que a percepção de valor passe não só para parceiros comerciais, mas igualmente para os consumidores locais.

"O 'made in Portugal' pode valer mais se nós coletivamente formos capazes de mostrar a nossa grande capacidade de fazer bem e com elevada qualidade", acrescentou o governante.

O secretário de Estado da Internacionalização reiterou a convicção de que 2017 será mais um ano de exportações recorde de bens e serviços, ultrapassando ou aproximando-se dos 40% de exportação de bens e serviços no Produto Interno Bruto.

19.09.2017

URL: <https://www.dinheirovivo.pt/outras/ofensiva-portuguesa-da-moda-design-e-decoracao-deve-posicionar-se-como-gama-alta-governo/>

Temas: APICER