

Ofensiva portuguesa da moda, 'design' e decoração deve posicionar-se como gama alta - Governo

A indústria portuguesa da moda, 'design' e decoração deve apostar num posicionamento de gama alta, defende o secretário de Estado da Internacionalização, que está a acompanhar a ofensiva comercial no Festival do Design e Semana da Moda de Londres.

Mais de 50 empresas da indústria portuguesa da decoração de interiores vão participar nos diversos eventos do Festival do Design de Londres desta semana, juntando-se a outras 20 marcas que fazem parte da missão da Portugal Fashion na Semana da Moda de 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.

O melhor do Diário de Notícias no seu email

Agora pode subscrever gratuitamente as nossas newsletters e receber o melhor da atualidade com a qualidade Diário de Notícias.

Subscrever

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 estratégica 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.