

NEGÓCIOS E EMPRESAS

Portos de Lisboa, Sesimbra e Setúbal em processo de integração

Os atuais conselhos de administração dos portos de Lisboa, Sesimbra e Setúbal têm cerca de 170 dias para reorganizar os seus serviços, de forma a descobrirem uma estrutura conjunta. Refere o decreto-lei sobre a matéria que caberá ao novo conselho de administração "a elaboração de instrumentos de gestão comuns, designadamente um plano estratégico comum às duas administrações portuárias e a constituição de serviços partilhados, num posicionamento de captação de investimento nacional e estrangeiro".



PAULO VAZ
Director da ATP

FASHION FROM PORTUGAL

Promoção da excelência do têxtil e vestuário nacional

Um dos eixos de intervenção do Plano Estratégico da Indústria Têxtil e Vestuário até 2020, que a ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal apresenta oportunamente, é o da promoção da imagem do setor, seja ela interna, cujo objetivo é fomentar a atratividade de jovens profissionais e empreendedores, numa lógica de regeneração do tecido empresarial, seja ela externa, procurando reposicionar superiormente a atividade na cadeia de valor, consolidando a presença em mercados tradicionais, em particular nos segmentos de maior poder aquisitivo, recuperando outros, que, tendo sido importantes no passado e num outro paradigma, têm todo o potencial para voltar a crescer em quota e rentabilidade.

Neste contexto, a ATP vai lançar um programa de promoção internacional da indústria têxtil e vestuário portuguesa, dando concretização às orientações estratégicas, elaboradas no plano que desenhou até final da década.

Neste contexto, sendo o setor uma fileira extensa e complexa, construída por muitas e diversas atividades, algumas sem qualquer conexão entre si, além de que, embora se encontre mais focada no

mercado da União Europeia, capeta para mais de 180 países no mundo, houve que realizar uma segmentação do programa de promoção internacional.

Assim, quatro mercados foram selecionados para as ações que se realizam: a Espanha, em particular as regiões que menos conhecem a Indústria Têxtil e Vestuário nacional, como o País Basco, a Alemanha, cujo potencial mesmo tem sido insuficientemente aproveitado, os países nórdicos, nomeadamente a Suécia e a Dinamarca, que revelam um renovado e crescente interesse por Portugal, e os Estados Unidos da América, que, com a paridade euro/dólar e a perspetiva de um acordo de livre comércio, tem apresentado um crescimento impressionante, mais de 25% nos últimos anos, podendo rapidamente recuperar lugar entre os 3 principais clientes, aproximando-se dos 400 milhões de euros anuais.

E, se são 4 os mercados alvo, 3 são os subsectores que preferencialmente serão promovidos neste programa: as "marcas", a "moda e o design", o "private label", no sentido lato das competências produtivas e de engenharia do produto, e o "têxtil-lã". O cruzamento dos mercados com

os subsectores terá como resultado que a focagem em Espanha será na moda e no "private label", na Alemanha, no "private label" e no têxtil-lã, nos países nórdicos, essencialmente no "private label", e nos Estados Unidos, na moda e nos têxteis-lã. A imagem criada para esta campanha, que se designará "Fashion From Portugal", terá declinações para cada um dos subsectores atrás mencionados, acrescentando-se ao logo base e comum "Design & Brand", "Private Label" e "Home", consoante a ação esteja especificamente dedicada.

As ações de comunicação que irão compor o programa serão coordenadas, preferencialmente, com firmas têxteis e de moda, que a ATP, em colaboração com a Associação Seletiva Moda, já organiza, procurando assim amplificar os efeitos da presença comercial de empresas do setor nestas mostras e nestes mercados. Editoriais de moda e publicidade em revistas especializadas, "outdoors" junto dos pontos de venda onde decorrem as mostras do setor nos mercados selecionados, a par de outras intervenções mais inovadoras, onde pontuarão as revistas temáticas e livros de estilo e prêt-à-porter, vídeos virais, entre outros

"outputs", serão as principais ações que, ao longo de dois anos, serão realizadas pela ATP, destinadas a promover, de forma consistente, organizada e consequente, a fileira da moda têxtil nacional.

Este programa é cofinanciado pelos Fundos Europeus Estruturais e de Investimentos (FEER), enquadrado no POCI (Programa Operacional da Competitividade e Internacionalização), no Portugal 2020 e COMPETE 2020, sendo a primeira iniciativa enquanto iniciativa dedicada exclusivamente à promoção da imagem e visibilidade externa do setor, fortalecendo a reputação de excelência do "made in Portugal" nos segmentos da moda, dos têxteis-lã e do "know how" técnico e inovação tecnológica, em alguns dos principais mercados da fileira, mas que terá, certamente, continuidade futura, em outras ações em distintos mercados, numa lógica de permanentes posicionamentos superiores desta indústria, que tão bem combina a tradição e a modernidade, consolidando a sua dimensão estratégica para a economia nacional, cada vez mais internacionalizada e integrada no mercado global.

FUB

FASHION FROM PORTUGAL

DESIGNED IN PORTUGAL
PRODUCED IN PORTUGAL
DRESSED WORLDWIDE

FASHION FROM PORTUGAL
FASHION FROM PORTUGAL
FASHION FROM PORTUGAL

APRESENTAÇÃO PÚBLICA
PORTUGAL FASHION
ALFÂNDEGA DO PORTO
19 MARÇO 2016
19H30

COMPETE 2020 PORTUGAL 2020