



Foto: cortiã

VISTA ALEGRE ATLANTIS

“2023 será um ano de crescimento nos mercados externos”

O Grupo VAA tem como objetivo globalizar as suas duas marcas principais, Vista Alegre e Bordallo Pinheiro, e identificou sete mercados estratégicos onde está a apostar, explica Nuno Barra.

ANA CÁCERES MONTEIRO
acmonteiro@medianove.com

Nuno Barra, Diretor de Marketing & Design Externo da Vista Alegre Atlantis, foi um dos oradores da Conferência Portugal Exportador e, em entrevista ao JE, falou sobre a pertinência da mesma. “Esta conferência surge num momento muito oportuno, pois dados os tempos mais difíceis que se aviznam, a internacionalização das empresas portuguesas é cada vez mais necessária para por um lado permitir o seu crescimento e, por outro, reduzir o risco através da diversificação de mercados. Nem todas zonas geográficas estão a ser afetadas da mesma maneira e há algumas que continuam com boas perspetivas de crescimento. O contexto é desafiante, mas também apresenta oportunidades. Contudo, há perigos, dado que se juntam três fatores complicados quando conjugados: custos de produção em crescimento, por efeito da inflação elevada generalizada, taxas de juro em crescimento e custo elevado da energia. É importante, por isso, partilhar conhecimento e estratégias, para se ter um conhecimento mais alargado sobre as alternativas existentes e assim adequar melhor as medidas a tomar”, considera.

Relativamente ao volume de exportações da Vista Alegre Atlantis

em 2022, Nuno Barra revela que “espera-se que este ano as exportações ultrapassem os 100 milhões de euros”. No que diz respeito a perspetivas para a internacionalização da Vista Alegre Atlantis em 2023, o mesmo responsável diz que “2023 será um ano que se espera de crescimento nos mercados externos”. E desenvolve: “O Grupo VAA tem apostado muito, desde 2009, na internacionalização, tendo por objetivo a prazo tornar as suas duas marcas principais, Vista Alegre e Bordallo Pinheiro, marcas globais. Por isso foram identificados sete mercados estratégicos onde se está a apostar fortemente na consolidação dos negócios, nomeadamente: Espanha, França, Itália, Reino Unido, EUA, Brasil e México. Nestes mercados espera-se consolidar a presença das marcas, através de vários modelos diferentes: alguns com lojas próprias, noutros com filiais e *country managers*, noutros com distribuidores estratégicos. Para além destes sete, há depois alguns mercados que consideramos com elevado potencial e que vamos acompanhando de perto para detetar o momento certo para passar à fase seguinte de consolidação da nossa presença. Para 2023, espera-se continuar a crescer a faturação dos mercados externos, dando seguimento à trajetória crescente dos últimos anos”.

Fundada em 1824, a fábrica da

Vista Alegre foi a primeira unidade industrial dedicada à produção da porcelana em Portugal. Entre 1947 e 1968, o aumento das exportações, encorajaram um forte desenvolvimento técnico e industrial, possibilitando o alargamento da oferta a novos mercados. Foi instaurada a tradição de peças únicas, como o serviço produzido para Isabel II, Rainha de Inglaterra, e multiplicaram-se as colaborações com artistas contemporâneos. Em maio de 2001 deu-se a fusão do Grupo Vista Alegre com o grupo Atlantis, formando o maior grupo nacional de tableware e sexto maior do mundo nesse setor, o Grupo Vista Alegre Atlantis (GVAA), cruzando-se novamente o vidro, e agora também o cristal, com a história da empresa. A holding resultante atua em áreas tão diversas como porcelana de mesa, decorativa e de hotel, faiança, louça de forno, cristal, vidro manual e redes de retalho e distribuição. Em 2009, o GVAA passou a integrar o Grupo Visabeira, após a oferta pública sobre as ações representativas do capital social da empresa. Mais do que um espaço fabril, a Vista Alegre é hoje um repositório de memórias sociais e artísticas fundamentais para a construção de uma identidade nacional. ■