



"A Vista Alegre vai ser uma marca global de lifestyle"

Entrevista Nuno Barra Administrador da Vista Alegre A festejar os seus 200 anos de existência, a Vista Alegre, parceira do Expresso BPI desde 2002, diversifica para novos segmentos como as fragrâncias para o lar, têxteis e até mobiliário.

A Vista Alegre fez 200 anos! Como é que a marca comemorou uma data tão especial?

Celebrar dois séculos de história é um marco extraordinário e, naturalmente, quisemos assinalá-lo de forma memorável. Ao longo de 2024, promovemos uma série de iniciativas que refletem o passado, o presente e o futuro da marca. Destaco a exposição "Rumo ao Infinito - Vista Alegre 200 Anos de criatividade", que esteve no Palácio Nacional da Ajuda, que revisita peças emblemáticas e momentos-chave do nosso percurso. Acabámos de lançar o livro "200 Anos de Vista Alegre", uma obra que incorpora uma investigação aprofundada realizada ao longo de três anos por dois investigadores da Universidade de Aveiro - Manuel Ferreira Rodrigues e Nuno Rosmaninho. Lançámos também edições comemorativas exclusivas, com design contemporâneo, mas fortemente enraizadas no nosso legado artístico. Além disso, desenvolvemos colaborações com artistas e designers nacionais e internacionais, reforçando o carácter global da marca. Alargámos a nossa oferta e gama de produtos através de parcerias estratégicas, como é o caso da nova coleção de mobiliário "Accento" que resulta de uma parceria com a Pininfarina. Celebramos o pas-

sado, o presente e o futuro que se avizinha promissor.

E passados 200 anos, a marca continua a inovar, entrando em novos segmentos para além da porcelana, cristal e vidro...

Sem dúvida. A inovação faz parte do ADN da Vista Alegre e essa foi uma das razões pelas quais se tornou uma referência no design e na arte de viver. Expandimos para novos territórios como as fragrâncias para o lar, têxteis e até mobiliário, sempre com o cuidado de manter a excelência e rigor que a define. Este movimento de diversificação é estratégico e visa transformá-la numa marca global de Lifestyle.

"Ao longo destes mais de 20 anos, esta ligação ao Expresso BPI permitiu-nos chegar a públicos exigentes e atentos ao que de melhor se faz em Portugal e pelo mundo."

Pode-se dizer que a Vista Alegre é actualmente uma marca de lifestyle?

Sim, hoje a Vista Alegre é indiscutivelmente uma marca de lifestyle. A produção de porcelana, vidro e cristal é feita com o mesmo rigor e paixão que nos caracteriza, mas evoluímos para oferecer uma experiência de marca completa. As nossas coleções dialogam com o design de interiores, com a moda, com a excelência contemporânea. Quem escolhe Vista Alegre não está apenas a comprar um objeto funcional - está a adotar um estilo de vida que valoriza arte, tradição, inovação e sofisticação.

A entrada da Vista Alegre no Expresso BPI remonta a 2002. Como vê a ligação das duas marcas?

A parceria com o Expresso BPI tem sido muito positiva e duradoura. São duas marcas que partilham valores como a excelência, a resiliência, a partilha. Ao longo destes mais de 20 anos, esta ligação permitiu-nos chegar a públicos exigentes e atentos ao que de melhor se faz em Portugal e pelo mundo. Acreditamos que essa colaboração tem contribuído para reforçar o posicionamento de excelência da Vista Alegre e afirmar a marca como um símbolo da qualidade e sofisticação nacional.

