



ID: 123276836

29-05-2026

NÁDIA RODRIGUES, DIRETORA INDUSTRIAL DA FAIANÇAS ARTÍSTICAS BORDALLO PINHEIRO, SA, CONSIDERA

Cerâmica portuguesa compete pela diferenciação

“Os desafios são grandes”, afirma Nádía Rodrigues, diretora industrial da Faianças Artísticas Bordallo Pinheiro, SA, em entrevista à Vida Económica. A responsável destaca o peso dos custos energéticos, a necessidade de qualificar recursos humanos e o combate à contrafação, mas sublinha que a valorização do produto manual, autêntico e sustentável abre oportunidades à cerâmica portuguesa e nos mercados externos.

Vida Económica — A Bordallo Pinheiro é uma das marcas mais icónicas da cerâmica portuguesa. Como tem conseguido conciliar tradição artesanal e inovação no desenvolvimento das suas coleções?

Nádía Rodrigues — Mantendo o ADN da marca: peças naturalistas, únicas, feitas à mão e com enorme foco no detalhe. A tradição mantém-se através da forte componente manual do nosso processo produtivo, do contínuo respeito pelo espólio de Raphael Bordallo Pinheiro e pela herança artística da marca. A inovação surge da capacidade de reinterpretar esse legado de forma contemporânea, através do desenvolvimento de novas peças, colaborações com artistas e designers, novas coleções e extensões de coleções existentes, sempre respeitando os pilares fundamentais referidos anteriormente, aliados à criatividade, irreverência e qualidade.

É um enorme orgulho para nós ver o nascimento de cada peça, que traz consigo, para além da herança da marca, o talento e a dedicação das pessoas que a produzem.

VE — Que impacto tem tido a internacionalização no crescimento da marca e quais são, atualmente, os mercados externos mais relevantes para a Bordallo Pinheiro?

NR — A internacionalização tem tido um impacto muito significativo no crescimento da marca. Atualmente, o mercado externo representa quase 70% das vendas da Bordallo Pinheiro e tem vindo a crescer de forma consistente nos últimos anos. Os principais mercados continuam a ser os europeus, com destaque para França, Espanha, Reino Unido, Noruega e Itália. No entanto, os Estados Unidos têm registado um crescimento muito relevante nos últimos anos.

Sustentabilidade tem abordagem integrada

VE — Num contexto de crescente valorização do design e da produção sustentável, de que forma a empresa



Nádía Rodrigues defende a diferenciação da cerâmica portuguesa pela qualidade, criatividade e autenticidade.

tem adaptado os seus processos e produtos às novas exigências dos consumidores?

NR — A sustentabilidade é hoje uma preocupação transversal a toda a nossa atividade e um compromisso contínuo da Bordallo Pinheiro. Temos vindo a implementar medidas concretas internamente, nomeadamente na circularidade de resíduos, no reaproveitamento de matérias-primas, na redução do consumo de água e na monitorização energética através de contadores e sistemas de controlo mais eficientes. Paralelamente, promovemos continuamente ações de sensibilização junto das equipas para práticas mais conscientes de consumo.

Temos também um cuidado crescente na seleção de fornecedores que cumpram os requisitos ambientais e ecológicos que consideramos fundamentais. Acreditamos que só através de uma abordagem integrada é possível gerar impacto positivo em toda a cadeia de abastecimento.

Ao nível das embalagens, estamos a tentar reduzir significativamente a utilização de plástico e privilegiamos materiais recicláveis.

Em simultâneo, continuamos a investir na eficiência energética e na transição para fontes de energia mais limpas, nomeadamente através da instalação de painéis fotovoltaicos para autoconsumo e da reconversão dos nossos fornos para consumo de hidrogénio verde.

Acreditamos que este é um caminho contínuo de melhoria e inovação, essen-

cial não só para responder às exigências de consumidores cada vez mais conscientes, mas também para garantir um contributo mais responsável e sustentável para o futuro.

VE — A ligação à identidade cultural portuguesa continua a ser um dos principais ativos da marca? Como trabalham essa herança junto das novas gerações e dos mercados internacionais?

NR — Sim, porque a marca é indissociável do seu fundador, Raphael Bordallo Pinheiro, da sua visão artística e da forma como soube representar Portugal através da sua obra. Essa herança continua a ser um dos principais ativos da marca, não apenas pela sua relevância histórica e cultural, mas também pela autenticidade, criatividade e qualidade, que permanecem intemporais e atuais.

Trabalhamos essa ligação através da preservação e valorização do património artístico da marca, reinterpretando-o de forma contemporânea para chegar a novas gerações e a diferentes mercados, mas mantendo sempre o ADN da Bordallo Pinheiro.

Os artistas e designers com quem colaboramos têm um papel fundamental nesse processo, trazendo novas leituras à obra de Raphael Bordallo Pinheiro. Dessa conjugação entre tradição e contemporaneidade nascem peças e coleções com forte expressão artística, capazes de manter viva a identidade da marca e, si-



multaneamente, reforçar a sua relevância no panorama internacional do design e da cerâmica.

Acreditamos que, nos mercados internacionais, a identidade portuguesa é vista como um elemento diferenciador e valorizado.

Custos energéticos e talento desafiam o setor

VE — Quais são os principais desafios e oportunidades para a indústria cerâmica portuguesa nos próximos anos, particularmente ao nível dos custos energéticos, das exportações e da qualificação de recursos humanos?

NR — Os desafios são grandes. A qualificação de recursos humanos é particularmente crítica, porque o nosso processo é extremamente manual e profundamente artístico. O tempo de formação é longo e exige elevada sensibilidade técnica e artística, pelo que a transmissão deste saber-fazer entre gerações é hoje uma das nossas maiores preocupações.

Ao mesmo tempo, os custos energéticos continuam a ter um impacto muito relevante na indústria, o que nos obriga a um trabalho contínuo de melhoria da eficiência energética, quer na otimização dos processos, quer em novos investimentos.

Para além disto, existe o desafio crescente da contrafação de artigos Bordallo Pinheiro. Neste campo, o nosso principal foco é reforçar aquilo que nos distingue: diferenciar-nos pela qualidade, pelo detalhe e pela unicidade dos nossos produtos. Cada peça resulta de um trabalho artístico, apaixonado e com muita entrega.

Por outro lado, existem também oportunidades. A valorização crescente do produto manual, autêntico e sustentável tem reforçado o reconhecimento internacional da cerâmica portuguesa. Portugal tem uma enorme capacidade criativa, qualidade e flexibilidade industrial, fatores que permitem continuar a afirmar o setor nos mercados externos e competir pela diferenciação, e não apenas pelo preço.

“Exportações valem quase 70% das vendas”

ID: 123276836

29-05-2026



Nádía Rodrigues, diretora industrial da Faianças Artísticas Bordalo Pinheiro, SA, considera

Cerâmica portuguesa compete pela diferenciação

Pág. 7