

ID: 122933392

08-05-2026

Vista Alegre une-se ao universo Bridgerton e lança coleção inspirada na série

Parceria ■ Tomar chá como se estivesse a viver um episódio de Bridgerton vai passar a ser possível, através da coleção que a Vista Alegre lançou inspirada na série de sucesso da Netflix,

Inês Correia Botelho
 ibotelho@medianove.com

“Dear gentle reader”, as palavras icónicas que marcam uma das séries mais vistas da Netflix a nível mundial e que em Portugal esteve no top10 durante oito semanas, podem entrar em casa dos fãs através de uma coleção de loiça feita com a empresa portuguesa Vista Alegre.

A plataforma de *streaming* e a Vista Alegre firmaram uma parceria para trazer um pouco da série à casa dos fãs. A empresa de Ílhavo criou uma coleção com um prato de apresentação, um prato raso e um prato de sobremesa, um bule, um açucareiro e um jarro de leite, um prato grande com pé para tartes, um conjunto de duas chávenas de chá e um suporte para tartes.

Para a Netflix a escolha da Vista Alegre foi “natural”, uma vez que esta é uma marca que conta com quase dois séculos de experiência e cujas peças estão presentes em “contextos internacionais de prestígio”, afirma Filippo Zuffada, diretor sénior de produtos de consumo e hardlines internacionais e



Filippo Zuffada
 Diretor sénior de produtos de consumo e hardlines internacionais e globais da Netflix

globais da Netflix ao Jornal Económico (JE).

Apesar de ser a primeira parceria da Vista Alegre com a Netflix, a marca portuguesa já marcou presença em cenários de algumas séries e filmes. Contudo, não está previsto a coleção com a Netflix entrar na próxima temporada da série.

Para a marca portuguesa, Nuno Barra, vice-presidente da Vista Alegre, este é um projeto “ótimo” e que vai possibilitar “projetar a marca” ao mesmo tempo que faz a série chegar às pessoas.

A coleção vai ser vendida em quase todo o mundo, sendo que o número de peças produzidas vai variar em consonância com a reação do mercado. Contudo, Filippo Zuffada acredita que “esta coleção pode atrair tanto os fãs mais dedicados de Bridgerton como consumidores que valorizam o design, a porcelana e marcas com herança e tradição”.

A ideia da coleção nasceu da vontade da plataforma de *streaming* levar as séries para fora dos ecrãs. “A extensão de Bridgerton ao universo da mesa surgiu de forma muito natural. O chá, a conversa e os momentos sociais cuidadosamente curados são elementos centrais do mundo de Bridgerton. Uma coleção de porcelana permite aos fãs recriar essa atmosfera em casa, seja em rituais do dia a dia ou em ocasiões mais especiais”, refere Filippo Zuffada.

O desenvolvimento da coleção foi feito em conjunto, com a Netflix a partilhar referências visuais da série com a empresa portuguesa, mas depois foi a Vista Alegre que trabalhou as referências e adaptou-as à porcelana.

“Uma série às vezes parece uma coisa muito distante, mas esta ligação com o produto real é uma forma de trazer a própria série para a vida das pessoas”, sublinha Nuno Barra. Para além de ser um sucesso mundial a popularidade da série vai para além dos ecrãs, com os fãs a fazerem casamentos com este tema e com concertos Bridgerton Candlelight a esgotarem salas.