

VISTA ALEGRE LIDERA RANKING NO SETOR DO LUXO EM PORTUGAL

É a marca de luxo com melhor reputação no país





Redação
06. 03. 26

A Vista Alegre foi distinguida pelos consumidores nacionais como a “marca com melhor reputação e confiança no setor do luxo em Portugal”, alcançando uma pontuação de 81,2 pontos em 100 no **estudo anual da consultora internacional OnStrategy**. Este resultado coloca a insígnia portuguesa à frente de marcas globais de prestígio como a Chanel, Louis Vuitton, Rolex e Cartier, garantindo-lhe ainda a “liderança reputacional no setor da Indústria portuguesa”.

Segundo os dados apurados, a empresa destaca-se como a mais reputada em categorias como “relevância e consideração”, “admiração e recomendação” e “responsabilidade social e responsabilidade ambiental”, partilhando com a Porsche a liderança no que toca à “qualidade dos produtos” e “confiança e compra”. Esta distinção posiciona a Vista Alegre no restrito leque de 39 marcas em Portugal com reputação de “excelência”.

Para Fernando Daniel Nunes, CEO da empresa, estes resultados confirmam a perceção de uma “marca cada vez mais global e que cruza gerações”.

O responsável sublinha que, desde a integração no Grupo Visabeira em 2009, a estratégia tem passado pelo “reforço da internacionalização” e por uma “constante aposta na melhoria dos processos de fabrico”, fatores que permitiram à marca afirmar-se como um dos “principais players mundiais nos setores da cerâmica e do cristal de luxo”.

Com dois séculos de história, a Vista Alegre tem apostado num “enfoque ainda mais intenso no design” para se manter como uma “insígnia contemporânea, inovadora e global de lifestyle”.

O estudo da OnStrategy, que serviu de base a este reconhecimento, auditou mais de 2 mil marcas ao longo de 2025 e contou com o contributo de mais de “50 mil cidadãos nacionais”, além de centenas de jornalistas e líderes de opinião.

