



INDÚSTRIA

Vista Alegre tem quebra nas vendas, mas lucro sobe

O volume de negócios da empresa que detém as marcas Vista Alegre e Bordallo Pinheiro caiu quase 10%, mas os lucros aceleraram 22%.

O contexto difícil com que a indústria se depara não impediu a Vista Alegre de obter lucro no ano passado. A empresa detida pela Visabeira, que detém ainda a marca Bordallo Pinheiro, atingiu os 6,8 milhões de euros, mais 22,3% do que o valor registado em 2022, segundo o comunicado enviado à CMVM (Comissão do Mercado de Valores Mobiliários).

Quanto ao EBITDA (lucros antes de juros, impostos, depreciações e amortizações) subiu 2,6% num ano, para os 28,3 milhões de euros, e a margem EBITDA atingiu 21,8%, uma melhoria de 2,6 pontos percentuais face a 2022.

A empresa explica que este resultado se deve a uma maior

eficiência e um melhor “mix” de vendas – diminuíram no “private label” e aumentaram nos produtos de marca, que têm maior valor acrescentado –, permitindo contrariar o contexto adverso. A empresa liderada por Nuno Terras Marques sublinha que se mantém “a instabilidade da situação económica, política e social a nível mundial, que se faz sentir desde o início da guerra na Ucrânia”, uma situação que foi responsável por aumentos dos custos de “algumas matérias-primas e eletricidade”.

Apesar do lucro registado, o volume de negócios caiu 9,6%, para 129,6 milhões de euros, com os mercados externos a terem ainda um papel preponderante, ao re-

presentarem mais de dois terços do total da empresa (neste momento, 69,2% do volume de negócios). Destacam-se vários países europeus – França, Espanha, Alemanha e Itália –, mas também Estados Unidos e Brasil.

Os produtos da Vista Alegre e da Bordallo Pinheiro “apresentaram uma evolução favorável no retalho (físico e online) e no canal horeca (hotelaria e restauração) a nível nacional e internacional tendo crescido 4,4% face ao mesmo período do ano em 2022”. E em sentido contrário, dando seguimento à “contínua estratégia de aposta nos produtos de marca, houve uma redução na venda de produtos de ‘private label’ ao nível do grés de forno, originando uma redução de 20,2% do volume de vendas no segmento de grés face ao período homólogo”.

Este é, ainda assim, o segmento que mais conta para o grupo, com 49,7 milhões de euros em vendas, mais do que os 47 milhões da porcelana e complementares (redução de 5,5% face a 2022). A faiança, que cresceu 7,4%, vale agora 17,1 milhões de faturação e o cristal e vidro (+2,9%) atingiu os 15,7 milhões. ■

VÍTOR RODRIGUES OLIVEIRA

22%

LUCROS

O resultado líquido da Vista Alegre deu um salto de 22,3% face ao ano anterior, atingindo os 6,8 milhões de euros.

9,6%

VOLUME DE NEGÓCIOS

As vendas da empresa de cristal e porcelana tiveram uma queda de 9,6% no ano passado, para 129,6 milhões de euros.