

Exclusivo

INDÚSTRIA

Vista Alegre faz 200 anos e aposta nos têxteis de mesa e mobiliário



O Prato Calendário 2024, a primeira peça produzida este ano pela Vista Alegre

A celebrar os seus 200 anos, e depois de um processo de recuperação pelo grupo Visabeira, a Vista Alegre prepara-se para apostar em novas áreas: quer imprimir o seu selo também nas mesas e nas toalhas onde repousam os seus pratos, chávenas e bules de porcelana

06 JANEIRO 2024 13:28

[Pedro Carreira Garcia](#)

Jornalista

Há 200 anos que a Vista Alegre produz a partir de Ílhavo, distrito de Aveiro, porcelanas e cerâmicas de todo o tipo. O plano da Visabeira, proprietária da empresa desde 2009, passa por associar a marca a outros produtos de luxo e entrar em força no chamado mercado do estilo de vida (*lifestyle* no jargão inglês). A empresa pretende associar a marca a outros bens como o mobiliário e os têxteis de mesa, estando para breve o lançamento das primeiras coleções.

Mas estes planos não implicarão um desvio face à matriz da Vista Alegre, que continuará a concentrar o seu saber-fazer nas cerâmicas: estas incursões serão feitas através de parcerias com terceiros que o presidente executivo do grupo, Nuno Terras Marques, não quis revelar por agora.

A exportar 75% da sua produção, a Vista Alegre celebra o seu bicentenário com os olhos postos nos mercados externos. As suas grandes fontes internacionais de faturação são o mercado europeu - com destaque para Espanha, França, Alemanha e Países Baixos -, o norte-americano e o brasileiro. São geografias com um grupo considerável de consumidores com poder de compra e muito menos sensíveis ao preço e com potencial de crescimento, em particular no Brasil e nos EUA.

Ásia e Médio Oriente são os novos mercados que a Vista Alegre está a trabalhar, acrescentou Nuno Marques esta sexta-feira, numa sessão comemorativa dos 200 anos da Vista Alegre, em Ílhavo.

Por ser uma empresa cotada, Nuno Marques remeteu detalhes sobre os resultados anuais da Vista Alegre Atlantis para os próximos meses. Mas antecipou que a tendência geral de 2023, notada já no final do terceiro trimestre, era de uma diminuição do volume de vendas, mas com um aumento paralelo da faturação. “O panorama do último trimestre há-de ser

muito semelhante ao do terceiro trimestre: as vendas ligeiramente inferiores às de 2022, e os resultados superiores”.

“É explicado por uma evolução dos padrões de consumo e com uma maior aposta dos nossos produtos de marca em detrimento de produtos ‘não marca’, que, com crises de consumo, são aqueles que mais facilmente deixam de ter procura”, descreve. O segmento de marca própria, cujas vendas cresceram, vale atualmente dois terços da faturação; o restante diz respeito à produção para terceiros, que registou menos vendas em 2023, segundo Nuno Marques.

No dia em que o **Expresso** visitou a fábrica, em Ílhavo, teve a oportunidade de assistir desde cedo à laboração. Entre a produção de cerâmicas de marca branca - segmento que representa um terço das vendas e que conta com gigantes internacionais como o Ikea como clientes - e a cuidadosa feitura de pratos, chaleiras, chávenas e terrinas, entre outros produtos, muitos deles pintados à mão no atelier da empresa, a Vista Alegre produz cerca de 50 mil peças por dia, com preços variáveis.

As delicadas porcelanas e cerâmicas com o selo da Vista Alegre estão mais caras, é certo: o aumento dos custos em várias frentes - salariais, energéticos, logísticos - assim obrigaram. “O aumento dos preços dos últimos dois anos não está alinhado com a rendibilidade da empresa. A nossa estrutura de custos aumentou bastante”, assegurou Nuno Marques em conversa com o **Expresso**.



Nuno Marques, presidente executivo da Visabeira

RUI DUARTE SILVA