



VISTA ALEGRE TORNA-SE CASE STUDY DA KELLOGG SCHOOL OF MANAGEMENT, REFORÇANDO RECONHECIMENTO INTERNACIONAL DA SUA ESTRATÉGIA DE MARCA

Ílhavo, fevereiro, 2026 – A Kellogg School of Management da Northwestern University (EUA), reconhecida internacionalmente como uma das mais prestigiadas instituições de ensino nas áreas de Marketing e Gestão, dedicou um case study à Vista Alegre. O caso faz parte, desde o final de 2025, dos programas de MBA da Kellogg.

Desenvolvido pelo Professor Alexander Chernev, uma das mais reconhecidas referências internacionais em Marketing, este case study centra-se na definição da estratégia da Vista Alegre para os próximos anos, analisando as principais opções de posicionamento, marketing estratégico e criação de valor sustentável num contexto global altamente competitivo. O caso visa analisar e discutir a evolução da marca para um posicionamento consolidado como referência global no segmento de Lifestyle.

O processo de recuperação e revitalização da Vista Alegre desde 2009 foi o ponto de partida que despertou o interesse da Kellogg, ao demonstrar como uma marca de um setor tradicional em Portugal conseguiu reinventar-se e afirmar-se como referência internacional no seu segmento. Esse percurso abriu caminho para uma reflexão mais profunda sobre a estratégia de longo prazo e as decisões que irão moldar o futuro da marca.

Estratégia assente na inovação e na criação de valor sustentável

Nos últimos anos, a Vista Alegre tem vindo a consolidar uma estratégia centrada na inovação contínua, na diferenciação e na valorização do seu património histórico, combinando tradição artesanal com tecnologia de ponta e design contemporâneo. A marca tem investido de forma consistente em:

- Desenvolvimento de novos produtos e coleções que cruzam arte, design e funcionalidade;
- Parcerias estratégicas com designers e artistas de renome internacional;
- Transformação digital, reforçando a proximidade com consumidores globais e canais de distribuição;
- Sustentabilidade e responsabilidade ambiental, integrando práticas mais eficientes e conscientes em toda a cadeia de valor.

A aposta numa gestão estratégica orientada para o futuro tem permitido à Vista Alegre reforçar o seu posicionamento premium, expandir a sua presença internacional e diversificar públicos, mantendo simultaneamente a autenticidade que caracteriza a marca desde a sua fundação.

Mais do que preservar um legado, a Vista Alegre tem vindo a reinterpretá-lo à luz das novas tendências de consumo, antecipando comportamentos e criando experiências enriquecedoras que fortalecem a ligação emocional com clientes e parceiros. Esta abordagem tem sido determinante para a construção de uma marca global, relevante e preparada para os desafios de um mercado em constante transformação.

Reconhecimento global de uma marca portuguesa

Para a Vista Alegre, esta distinção representa um marco de enorme relevância. Enquanto marca portuguesa, passa a ser objeto de estudo e discussão numa das mais prestigiadas escolas de gestão do mundo, junto de futuros líderes empresariais globais.



SOBRE A VISTA ALEGRE

A fábrica de porcelana Vista Alegre foi fundada em 1824, em Ílhavo, distrito de Aveiro. Ao longo do seu percurso, a marca esteve sempre intimamente associada à história e à vida cultural portuguesa, e adquiriu uma notoriedade internacional ímpar. Em 2001, o Grupo Vista Alegre (porcelana, faiança e grés) fundiu-se com o Grupo Atlantis (cristal e vidro feitos à mão e de elevada qualidade), dando origem a um dos maiores grupos de “tableware” e “giftware” da Europa: o Grupo Vista Alegre Atlantis.

Em 2009, o Grupo Vista Alegre Atlantis passou a integrar o portefólio de marcas do Grupo Visabeira, após a oferta pública lançada com sucesso sobre as ações da Vista Alegre Atlantis.

Todos os anos, o design da marca portuguesa de porcelana, cristal e vidro chama a atenção dos mais prestigiados prémios de design internacionais, dos quais se destacam os German Design Awards, LIT (Light in Theory), Good Design Chicago, Innovative Interiors, European product Design Awards, IF, German Innovation Awards, Architecture Masterprize, German brand awards, entre muitos outros, em países como Alemanha, Estados Unidos e Itália. Contando, assim, com um considerável número de prémios na história da marca.

Grandes nomes do design contemporâneo, da pintura, escultura, arquitetura, literatura e outras formas de arte têm emprestado o seu talento a muitas criações da marca. Siza Vieira, Joana Vasconcelos, Patrick Norguet, Ross Lovegrove, Marcel Wanders, Jaime Hayon, Malangatana, Sempé, Brunno Jahara, Sam Baron, Claudia Schiffer, a marca francesa Christian Lacroix e a insígnia Oscar de la Renta são alguns dos artistas e designers que se associaram à Vista Alegre. Os serviços Vista Alegre são usados oficialmente pela Presidência da República Portuguesa, pela Casa Branca, por várias Casas Reais e por muitas personalidades de todo o mundo. A Vista Alegre fornece ainda as loiças oficiais de várias embaixadas espalhadas pelo mundo, nomeadamente as do Brasil, Espanha e Marrocos, bem como outras instituições públicas e privadas nacionais e internacionais. Em outubro de 2018 a Vista Alegre foi distinguida pela Comissão Europeia com o prémio “Regiostars”, um galardão que gratifica os melhores projetos de política de coesão na União Europeia, privilegiando projetos inovadores e de boas práticas de desenvolvimento regional. Em novembro de 2024 a Vista Alegre foi condecorada pelo Presidente da República Portuguesa, com o título de membro-honorário da Ordem do Infante D. Henrique, ordem honorífica que distingue a prestação de serviços relevantes a Portugal, no país ou no estrangeiro, ou serviços na expansão da cultura portuguesa, da sua História e dos seus valores.

Conheça mais em: www.vistaalegre.com

PARA MAIS INFORMAÇÕES P.F. CONTACTE:

Comunicação Institucional

Emília Encarnação | 966 353 933
emiliaencarnacao@vistaalegre.com

Direção de Relações Públicas e Comunicação Institucional do Grupo Visabeira

rp@grupovisabeira.com
José Arimateia: 968 042 547
Fernando Correia: 967 025 132