

<p>1. O que vos mobilizou para concretizar o projeto?</p>	<p>O sector do vestuário e moda continua em busca de uma, cada vez, maior projeção e notoriedade a nível internacional, especialmente nos principais mercados consumidores de moda. Cientes desta realidade, o CENIT, através do projeto Global.MODAPORTUGAL, propôs a dinamização de uma campanha de promoção da imagem da indústria no exterior, assente no desenvolvimento de um conjunto de instrumentos de comunicação e marketing, tais como revistas, dinamização de redes sociais, um concurso internacional de escolas de moda e a operacionalização de várias mostras coletivas (Show Case) nas principais capitais da moda internacional, tudo sob a designação da marca “MODAPORTUGAL”.</p>
<p>2. Consideram-se <i>players</i> no universo da Moda?</p>	<p>A indústria do vestuário e moda portuguesa é incontornável no panorama do negócio internacional da moda. Somos um importante <i>player</i> e uma referência.</p> <p>Relativamente ao CENIT e à ANIVEC, atendendo aos associados e ao sector que representamos, às várias iniciativas que promovemos, aos projetos que acompanhamos e dinamizamos e ao número de vezes que, diariamente, somos solicitados pelas empresas do sector em busca de informação ou consultoria e serviços especializados, teremos que ser considerados como indiscutíveis <i>players</i> associativos do universo da Moda em Portugal e, até, na Europa.</p>
<p>3. Portugal está na Moda ou é uma moda? Conquistar e manter mercados?</p>	<p>Portugal, hoje, dita e faz Moda! As empresas portuguesas têm investido permanentemente na qualidade, no design, na criatividade, na resposta rápida, em novas soluções tecnológicas, em novos materiais e processos para se destacarem da sua concorrência e assim, por um lado, reforçarem a sua posição nos habituais mercados de destinos das suas exportações, e por outro, conquistarem novos mercados, com maior poder aquisitivo e interesse por produtos de moda.</p>
<p>4. Quais os principais desafios com que se deparam na concretização do projeto?</p>	<p>Num mercado tão competitivo como é o da Moda, o principal desafio com que nos deparamos é termos uma “linguagem” completamente internacional, mas mantendo uma raiz nacional que nos diferencie e defina a nossa identidade. Desenvolver essa “linguagem” nesses termos é crítico, mas não é fácil. Temos que trabalhar com um <i>mix</i> de equipas estrangeiras e portuguesas. Pela dimensão que o sector português do vestuário e moda tem, o sucesso tem que ser obtido no contexto dos mercados internacionais. O sucesso e o reconhecimento nacional não é suficiente.</p>
<p>5. Quais os principais resultados?</p>	<p>O sector do vestuário e da moda nacional tem registado aumentos consecutivos do valor das suas exportações. Os grandes retalhistas e compradores internacionais olham para Portugal e veem um país que oferece produtos e serviços de qualidade, com <i>design</i> e criatividade, que cumpre com a legislação em matéria de ambiente e responsabilidade social, que inova permanentemente e que responde cabalmente às solicitações mais exigentes.</p> <p>Mas falta ainda conquistar mais reconhecimento e notoriedade para as nossas marcas, para que possam ganhar dimensão e capacidade competitiva internacional. As marcas ainda pesam pouco no volume das exportações nacionais de vestuário.</p>
<p>6. Qual o contributo dos Fundos da União Europeia para a concretização das ambições do vosso projeto de promoção?</p>	<p>O apoio dos fundos comunitários tem sido essencial para apoiar a promoção do sector do vestuário e moda nacional no estrangeiro. Sem este importante contributo financeiro, estamos certos, tudo seria muito mais complicado ou, mesmo, impossível, porque a esforço financeiro é enorme num mercado internacional tão abrangente,</p>

competitivo e dominado por grandes *players*.

Nunca como agora encontramos tantas empresas portuguesas de vestuário e moda a participar em feiras internacionais, em missões de prospeção a novos mercados ou a participar em mostras coletivas no exterior.
