

1. O que vos mobilizou para concretizar o projeto?

O projeto nasceu com o propósito de dinamizar a relação entre produção e criação, promovendo o *design* enquanto um fator crítico de competitividade da indústria têxtil e de vestuário e incentivando os criadores a assumirem, sem prejuízo da sua linguagem estética, uma estratégia empresarial para as suas atividades. Impera também a vontade de fomentar a renovação geracional e a revitalização estética da moda nacional, através do lançamento de novos criadores. Torna-se inevitável dar projeção internacional aos criadores nacionais e, ao mesmo tempo, reforçar a internacionalização do setor do têxtil e vestuário, com a organização de desfiles, apresentações e *showrooms* em mercados estratégicos.

2. Consideram-se *players* no universo da Moda?

Sim, sem dúvida. O Portugal Fashion consolidou-se internamente, apresentando em cada edição nacional um programa de desfiles de grande qualidade e diversidade. Trata-se, aliás, de um dos maiores eventos de moda da Península Ibérica, com mais de 30 criadores e marcas por edição, um espaço (*Bloom*) dedicado exclusivamente a jovens *designers*, um staff de cerca de 500 profissionais e uma assistência a rondar os 1000 espectadores por desfile.

Por outro lado, o *Portugal Fashion* tem dimensão e reconhecimento internacional, estando a apoiar criadores e marcas portuguesas nos maiores eventos de moda do mundo. A respeito da internacionalização, importa dizer que o Portugal Fashion já marcou presença nas *fashion weeks* das grandes capitais de moda, destacando-se Milão, Londres, Paris, Nova Iorque, São Paulo e Madrid, com integração dos calendários oficiais das mesmas.

Além disso, o nosso trabalho de renovação geracional da moda portuguesa está a dar resultados concretos. Através do projeto Bloom, apoiámos um conjunto significativo de jovens designers que hoje integram a passerelle principal do Portugal Fashion, participam em eventos internacionais e a sua atividade é já empresarialmente sustentável.

Por fim, importa sublinhar que o *Portugal Fashion* tem promovido sinergias entre os diferentes setores da Fileira Moda (têxtil, vestuário, calçado e joalheria/ourivesaria), quer em desfiles, quer em *showrooms* como o *Brand Up*.

3. Portugal está na Moda ou é uma moda? Conquistar e manter mercados?

A moda nacional está a atravessar um bom momento, quer do ponto de vista estético, quer do ponto de vista comercial. Os criadores e marcas que habitualmente participam no Portugal Fashion representam uma faturação anual de cerca de 500 milhões de euros, montante que resulta entre 65 a 70% de exportações.

De resto, os criadores portugueses têm vindo a reforçar a sua notoriedade internacional, graças à participação nas principais semanas da moda, com o apoio do Portugal Fashion. Por outro lado, esses criadores já têm as suas estratégias comerciais consolidadas, registando uma crescente procura não só por parte de clientes nacionais como também estrangeiros.

Por sua vez, a indústria têxtil e do vestuário portuguesa está a ganhar competitividade internacional, graças à sua capacidade para desenvolver, fabricar e distribuir produtos de grande qualidade, com boa relação custo/preço, diferenciados e incorporando valor ao nível do design. Para se ter uma ideia, as exportações da indústria têxtil e do vestuário aumentaram 4% em 2017, atingindo um total de 5.237 milhões de euros. Com este valor, o setor bateu o anterior recorde de vendas ao exterior (5.073 mil milhões), que tinha sido fixado em 2001.

<p>4. Quais os principais desafios com que se deparam na concretização do projeto?</p>	<p>O <i>Portugal Fashion</i> procura sempre inovar e até mesmo reinventar-se ao nível da estratégia institucional, do posicionamento no circuito internacional da moda e do modelo organizativo dos desfiles. Tudo isto para que o projeto crie cada vez maior valor com a sua missão de promoção da moda enquanto fenómeno económico, social e cultural.</p> <p>Temos também como desafio alargar as ações de internacionalização da moda portuguesa aos países emergentes, cujos mercados conhecem uma crescente apetência por artigos de vestuário de qualidade superior e com <i>design</i>.</p> <p>Queremos ainda, no capítulo da internacionalização, que o Portugal Fashion seja um veículo de promoção das grandes potencialidades e fatores diferenciadores do país. Ou seja, pretendemos reforçar a associação do evento ao <i>made in Portugal</i>, recorrendo à sua notabilidade institucional e à sua capacidade comunicacional para promover o que de melhor é feito no nosso país. Isto significa ir para além da fileira moda, indo ao encontro da tendência de <i>lifestyle</i> e procurando dessa forma divulgar outras áreas complementares.</p>
<p>5. Quais os principais resultados?</p>	<p>O <i>Portugal Fashion</i> contribuiu, decisivamente, para a mudança de paradigma de desenvolvimento da Fileira Moda. Com o nosso apoio, indústria e criadores evoluíram conjuntamente no sentido de uma aposta mais efetiva em fatores de competitividade como a qualidade, a inovação, o <i>design</i>, o marketing ou o <i>branding</i>.</p> <p>É claro que esta aposta não foi ainda inteiramente ganha. No entanto, a Fileira Moda encontra-se hoje melhor apetrechada para competir no mercado internacional, o qual, como se sabe, está a ser alvo de um imparável processo de liberalização e consequente agudização da dinâmica concorrencial à escala global. Os criadores e marcas portuguesas apresentam atualmente não apenas uma notória qualidade de produção, mas também um <i>design</i> cuidado e consentâneo com as tendências da moda.</p> <p>Consideramos ainda que contribuímos para a promoção da marca Portugal, que se posiciona cada vez mais de forma diferenciadora, como um país de <i>design</i>, criatividade e <i>lifestyle</i>.</p> <p>Por tudo isto, o <i>Portugal Fashion</i> é um bom exemplo de retorno e reprodutividade dos incentivos à economia.</p>
<p>6. Qual o contributo dos Fundos da União Europeia para a concretização das ambições do vosso projeto de promoção?</p>	<p>O contributo do Compete 2020, com verbas do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, é fundamental para dar ao projeto capacidade financeira para cumprir a sua missão institucional, que, como referimos, passa pela criação de valor para a Fileira Moda. Em concreto, a maior disponibilidade financeira conferida pelos incentivos do Compete 2020 permite-nos, por exemplo, melhorar a qualidade e abrangência das edições nacionais do evento, apoiar mais substancialmente a internacionalização de criadores e marcas, desenvolver iniciativas de promoção comercial no exterior (missões internacionais, showrooms, apresentações, etc.), promover a emergência de novos talentos, acompanhar projetos empresariais na área da moda e potencial a ligação entre criadores e indústria, no sentido de aportar maior valor acrescentado.</p>