

**Jornal de  
Notícias**

# INDÚSTRIA TÊXTIL

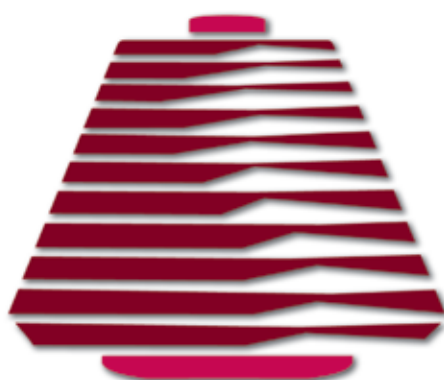
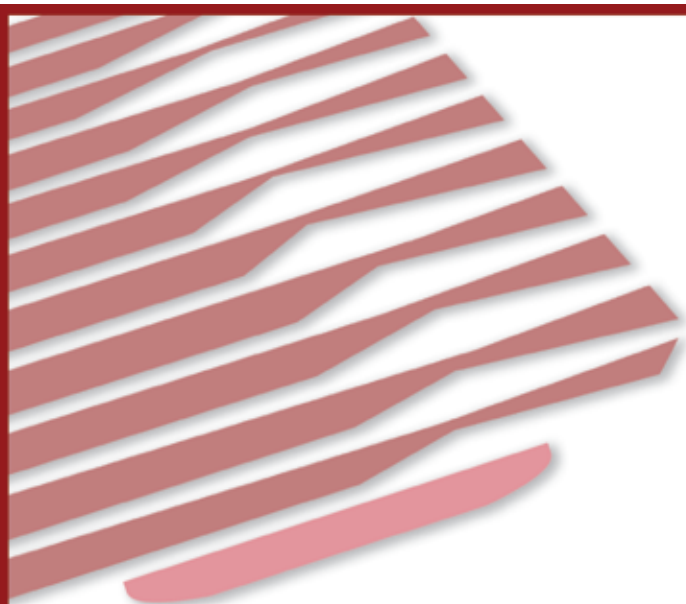
Este suplemento comercial faz parte integrante do **Jornal de Notícias** de **24 de fevereiro de 2017**  
e não pode ser vendido separadamente



**Um dos setores  
mais importantes  
da economia  
nacional**

O setor têxtil e vestuário português superou, em 2016, a mítica fasquia dos 5 mil milhões de euros em exportações





# TRIFITROFA

COMÉRCIO DE FIOS E TECIDOS, LDA.

Rua Teófilo Braga, 115 | Gandra | Apt. 230 | 4786-909 Trofa | Tel. 252 416 821 | Fax 252 414 433 | [jaime@trifitrofa.pt](mailto:jaime@trifitrofa.pt) | [www.trifitrofa.com](http://www.trifitrofa.com)

# 2016, ANO DE OURO PARA A TÊXTIL

CONHECIDOS OS VALORES DO COMÉRCIO INTERNACIONAL RELATIVOS A 2016, A INDÚSTRIA TÊXTIL E VESTUÁRIO PORTUGUESA TEM MOTIVOS PARA CELEBRAR

Por um lado, regista 5 anos de crescimento ininterrupto a nível de volume de negócios e exportações, por outro, antecipa em 4 anos, o cenário mais otimista, o “cenário ouro”, traçado pela ATP em 2014, no Plano Estratégico do Setor, que olhava, para 2020, esperando ter uma indústria geradora de 6,5 mil milhões de euros em volume de negócios, dos quais 5 mil milhões de euros seriam de exportações.

Ora, em 2016, atingimos 5.063 milhões de euros de exportações, com um crescimento de 5% face a 2015, segundo os dados provisórios do INE e, de acordo com as estimativas da ATP, o volume de negócios deste setor deverá ter rondado 7,3 mil milhões de euros, aumentando 5%.

Quanto ao emprego, 2016, foi o quarto ano de crescimento consecutivo, devendo ter registado um crescimento de cerca de 2% face a 2015, alcançando um valor aproximado de 134 mil trabalhadores diretos.

Olhando ainda para as exportações de 2016 e, em particular, para os destinos, a Espanha reforçou a sua hegemonia, registando um crescimento de 12% e aumentando a sua quota, passando de 33% em 2015 para 35% em 2016, tendo sido, um dos países que maior crescimento absoluto registou; a França continua a ocupar o segundo lugar do *ranking*, com uma quota de 12% e, embora tivesse registado um crescimento de cerca de 3%, diminuiu o seu peso no total, passando de 13% em 2015 para 12% em 2016; a Alemanha foi o segundo país que mais cresceu em termos absolutos, registando uma taxa de crescimento de 6% e mantendo a sua quota de 9%; o Reino Unido e os EUA ocupam, respetivamente, 4.º e 5.º lugares mas sofreram perda de peso no total, com quedas de -1% para o Reino Unido e -7% para os EUA (não tendo, em ambos os casos, sido indiferente as novas circunstâncias políticas destes países); Itália, Holanda e Suécia são os destinos que se seguem, todos com crescimentos absolutos e relativos assinaláveis (Itália: 12%, Holanda 15% e Suécia 20%).

Angola, que em 2015 figurava no 11.º lugar, foi o destino que maior queda registou em termos absolutos



(menos 27 milhões de euros, equivalente a uma taxa de crescimento de -45%).

Em 2016, as importações de têxteis e vestuário ascenderam a 3.912 milhões de euros, com um crescimento de 2%. Mais de metade deste valor é relativo a importações de produtos acabados (51% de vestuário e 6% de têxteis-lar e outros artigos têxteis confeccionados), o que revela uma recuperação do mercado doméstico, com um aumento do consumo deste tipo de produtos.

Espanha é o país com maior peso (39%) no total dos fornecedores e foi também o que mais cresceu em

termos absolutos (mais 29 milhões de euros), revelando o forte dinamismo que as insígnias espanholas têm no mercado nacional.

Este é um dos setores que contribuem positivamente para o saldo de Balança Comercial Portuguesa. Em 2016, este contributo foi de 1.151 milhões de euros.

O têxtil e vestuário é, de facto, um dos setores mais importantes da economia nacional, representando as suas exportações 10% do total nacional e contribuindo com 20% do emprego, 9% da produção e 8% do volume de negócios da indústria transformadora.

## SUMÁRIO



**04 ENTREVISTA**  
PAULO MELO, PRESIDENTE  
DA ASSOCIAÇÃO TÊXTIL  
E VESTUÁRIO DE PORTUGAL

**06 OPINIÃO**  
PAULO VAZ, DIRETOR-GERAL  
DA ASSOCIAÇÃO TÊXTIL  
E VESTUÁRIO DE PORTUGAL

**07 GREEN TEXTILES CLUB**  
CLUBE DE EMPRESAS  
SUSTENTÁVEIS

**08 “FASHION FROM PORTUGAL”**  
PROMOVER A INDÚSTRIA TÊXTIL  
E VESTUÁRIO PORTUGUESA

VILA NOVA DE FAMALICÃO  
CIDADE TÊXTIL

**09 PGTEX**  
INOVAR A INDÚSTRIA

**10 COLORMETRIX**  
SOLUÇÕES DE GESTÃO DA COR  
NA INDÚSTRIA TÊXTIL

**11 LECTRA**  
LÍDER MUNDIAL EM SOLUÇÕES  
DE TECNOLOGIA INTEGRADA  
DEDICADAS A INDÚSTRIAS  
QUE UTILIZAM TECIDOS



EM ENTREVISTA, PAULO MELO, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO TÊXTIL E VESTUÁRIO DE PORTUGAL, EXPLICOU QUE O FACTO DE OS EMPRESÁRIOS TEREM ADAPTADO AS SUAS EMPRESAS PARA DAR UMA RESPOSTA POSITIVA AOS DIVERSOS MERCADOS FOI UM DOS FATORES CRUCIAIS PARA ULTRAPASSAR OS TEMPOS DIFÍCEIS DOS ÚLTIMOS ANOS

# O DESAFIO É ACOMPANHAR PERMANENTEMENTE A EVOLUÇÃO DO SETOR

**E**m 2015 a indústria têxtil de Portugal obteve 4,8 mil milhões de euros em exportações, um número muito significativo tendo em conta os registos dos últimos anos. Qual o balanço de 2016?  
O balanço é extremamente positivo.  
A indústria têxtil representa 10% das exportações

nacionais, 20% do emprego da indústria transformadora nacional, 8% do volume de negócios da indústria transformadora e 9% da produção da indústria transformadora.  
Fechamos o ano com 5.063 milhões de euros de exportações, com um aumento de três mil postos de trabalho, 1.100 milhões de euros de saldo positivo

GOZAMOS DE UM IMENSO *KNOW-HOW* ACUMULADO E DE UMA NOVA GERAÇÃO A TRABALHAR NAS EMPRESAS





**TEMOS DEMONSTRADO QUE  
ESTE É UM SETOR QUE CRIA  
RIQUEZA PARA O PAÍS**

do Balanço Comercial e um Volume de Negócios total de 7.300 milhões de euros.

Gostaria de salientar que o negócio global do têxtil em Portugal, incluindo serviços, distribuição e retalho, se eleva a 6% do PIB movimentando mais de 18.000 milhões de euros e dando emprego a cerca de 320 mil pessoas. São números impressionantes, mas são uma realidade.

**A inovação e a flexibilidade das empresas foram dois aspetos importantes para ultrapassar os tempos difíceis dos últimos anos?**

Claro que sim. Os empresários adaptaram as suas empresas de forma a dar resposta aos diversos mercados. Ajustaram os seus *layouts* e além disso através de inovação, de criatividade, do *design* e da moda conseguiram colocar as suas empresas e produtos no que de melhor existe no setor têxtil europeu.

**Para que países exportamos mais?**

Espanha, França, Alemanha, UK, USA, Itália, Holanda, Suécia...

**O setor têxtil continua a ser uma indústria muito importante na economia do país?**

Sim, com certeza. No país e a Europa somos um *player* importante.

Temos demonstrado isso e é um setor que cria riqueza para o país.

Além de ser um setor com um *output* Industrial dos mais importantes, ou mesmo o mais importante que existe na Europa. Não existe na Europa um raio de 20 km com epicentro em Famalicão uma oferta tão diversificada de produtos em todos os segmentos do têxtil como em Portugal. Somos a Itália de há 15 anos atrás. Além disso temos um imenso *know-how* acumulado e uma

A indústria têxtil representa 10% das exportações nacionais, 20% do emprego da indústria transformadora nacional, 8% do volume de negócios da indústria transformadora e 9% da produção da indústria transformadora.

Fechamos o ano com 5.063 milhões de euros de exportações, com um aumento de três mil postos de trabalho, 1.100 milhões de euros de saldo positivo do Balanço Comercial e um Volume de Negócios total de 7.300 milhões de euros.

Gostaria de salientar que o negócio global do têxtil em Portugal, incluindo serviços, distribuição e retalho, se eleva a 6% do PIB movimentando mais de 18.000 milhões de euros e dando emprego a cerca de 320 mil pessoas.

Temos que ter empresas sólidas, competitivas, dinâmicas, diferenciadoras, com conhecimento profundo do desenvolvimento técnico dos produtos, bem como, dos mercados e dos clientes onde estamos inseridos.

Temos um desafio grande que é o de acompanhar permanentemente a evolução do setor, pois o mesmo tem uma evolução constante, sendo necessária uma relação com muita proximidade com o mercado e clientes

nova geração a trabalhar nas empresas. É um setor com futuro.

**Considera que este setor tem ainda mais margem para a sua evolução?**

Acho que sim. Não sei dizer qual o limite máximo, mas os empresários estão envolvidos num trabalho de querer mais. E isto hoje consegue-se não tanto pelo volume, mas pelo valor acrescentado dos seus produtos.

Temos um desafio grande que é o de acompanhar permanentemente a evolução do setor, pois o mesmo tem uma evolução constante, sendo necessária



uma relação com muita proximidade com o mercado e clientes. Bem como também de sabermos vender e promover melhor os nossos produtos.

**É presidente da Associação Têxtil Portuguesa há 7 meses, que mais-valias pode oferecer, tendo em conta o conhecimento profundo que tem sobre esta indústria?**

Acho que o meu *apport* principal tem a ver mesmo com a indústria propriamente dita e com a permanente ligação de proximidade com os mercados e clientes nos diversos segmentos do setor têxtil. Além disso, como sempre estive dentro do setor

industrial, considero este o grande gerador de riqueza e por isso a defesa deste e ao mesmo tempo o desafio constante e permanente da competitividade das empresas é o que mais procurarei defender.

Temos que ter empresas sólidas, competitivas, dinâmicas, diferenciadoras, com conhecimento profundo do desenvolvimento técnico dos produtos, bem como, dos mercados e dos clientes onde estamos inseridos. Por isso, a defesa deste setor das empresas dos empresários e dos colaboradores, fazendo a ponte com o Governo do país é será sempre um dos meus grandes desafios, bem como o objetivo de termos uma só Associação do setor, mais forte e a uma só voz.

OPINIÃO: PAULO VAZ,  
DIRETOR-GERAL DA ASSOCIAÇÃO  
TÊXTIL E VESTUÁRIO  
DE PORTUGAL



# ANO DE OURO CELEBRADO COM RESPONSABILIDADE

O setor têxtil e vestuário português superou, em 2016, a mítica fasquia dos 5 mil milhões de euros em exportações, antecipando em quatro anos o objetivo estratégico, no “cenário ouro”, previsto para o final da década, ficando apenas a escassos 10 milhões de euros o recorde absoluto de vendas ao exterior, atingido em 2001, mas, então, com praticamente o dobro das empresas ativas e trabalhadores diretos com que hoje conta.

Trata-se de um justificado motivo para celebração, pois a indústria sobreviveu a quase uma década de choques competitivos violentos, que a obrigaram a reestruturar-se, a reinventar-se e a encontrar novos “drives” de desenvolvimento.

A Têxtil e o Vestuário português é hoje um “case study” internacional, que desceja ser emulado por muitos outros sectores em diversas geografias do mundo, pois, mais do que almejar uma transformação de natureza e procurar alcançar um conjunto de objetivos, a fileira efetivamente conseguiu realizar todos os seus propósitos, cumprir as metas estratégicas e apresentar resultados, que, na realidade, mais ninguém o conseguiu em todo o mundo. Mais que um “wishfull thinking”, tratou-se num “effective accomplishment”, algo atualmente tão raro como a fiabilidade das previsões.

Contudo, num momento de comemoração, em que se demonstra que o setor teve razão em escolher viver, é importante ter a frieza e o distanciamento necessários para concluir que há mais por fazer do que aquilo que foi feito.

Se é certo que se conseguiu preservar uma reserva industrial no têxtil e no vestuário, em Portugal, algo

que escasseia no resto da Europa, não deixa de ser evidente que se tem falhado naquilo que é a proximidade ao cliente final, no lançamento e gestão de marcas de moda, onde as margens são incomensuráveis superiores e onde o controlo do mercado é quase total, podendo ser praticamente moldado à medida das necessidades e interesses.

A Indústria Têxtil e Vestuário portuguesa está claramente mais confortável no domínio do “private label”, trabalhando com outras e para outras empresas, numa lógica “business to business”, evitando a relação com o consumidor final, por limitação de recursos, pois a abertura e manutenção de pontos de vendas exigem músculo financeiro e escala crítica de mercado, além de capital humano especializado no *marketing* e no retalho, competências que historicamente nunca foram desenvolvidas na fileira têxtil, vestuário e moda portuguesa, porque, simplesmente, esta nunca as exigiu. Até agora.

Os tempos estão em mudança e a economia digital determina alterações profundas e estruturais no que respeita aos modelos de negócio no setor, criando constrangimentos e dificuldades acrescidas a quem persiste em viver em paradigmas ultrapassados, mas potenciando um mundo de oportunidades para quem as souber interpretar e aproveitar com vantagem.

Há, pois, um terceiro momento que está aberto para a têxtil e vestuário portuguesa: depois de resistir, depois de recuperar, há um tempo de relançamento, de ressurgimento, que tem de estar orientado à rentabilidade, ao valor acrescentado e às margens de negócio. Foi excelente ter sobrevivido, mas há que querer mais

do que isso, há que desejar a vida na sua plenitude, de modo a que todos os que trabalham no sector se sintam motivados a gerar valor, ganhar dinheiro, a crescer e a expandir-se globalmente.

Os instrumentos para cumprir este terceiro momento são unanimemente definidos: melhor gestão, mais e melhores recursos humanos e financeiros, maior implantação global, mais investimento na diferenciação pela moda, pela tecnologia e pelo serviço, mais e melhor comunicação da excelência do sector e suas empresas, pois não basta saber fazer é preciso fazer saber. Este último “drive” é a “pedra de toque” para o futuro da fileira têxtil moda nacional: reconhecimento público, nacional e internacional, intervenção estratégica na economia e relançamento da atratividade do sector para novos profissionais e empreendedores, de forma a regenerar o tecido empresarial e garantir a sua perenidade.

O que se fez nos últimos 15 anos foi extraordinário, contra todos os vaticínios e vontades públicas, contrariando uma imagem negativa que os “media” persistentemente tentaram colocar à têxtil, acelerando o seu declínio e até o seu fim, mas o que temos pela frente, nos próximos 15, será ainda mais exigente, pois pressupõe conquistar um lugar no futuro, no primeiro mundo da inovação tecnológica e da moda, entre aqueles que criam as tendências, e afastando-nos daqueles que se limitam a segui-las. Esta, dizem alguns, é uma tarefa impossível, mas é de tarefas impossíveis que a Indústria Têxtil e Vestuário se tem alimentado, ressurgindo mais forte e mais ambiciosa.

Ontem, como hoje. Como será amanhã.

Se é certo que se conseguiu preservar uma reserva industrial no têxtil e no vestuário, em Portugal, algo que escasseia no resto da Europa, não deixa de ser evidente que se tem falhado naquilo que é a proximidade ao cliente final, no lançamento e gestão de marcas de moda, onde as margens são incomensuráveis superiores e onde o controlo do mercado é quase total, podendo ser praticamente moldado à medida das necessidades e interesses.

O que se fez nos últimos 15 anos foi extraordinário, contra todos os vaticínios e vontades públicas, contrariando uma imagem negativa que os “media” persistentemente tentaram colocar à têxtil, acelerando o seu declínio e até o seu fim, mas o que temos pela frente, nos próximos 15, será ainda mais exigente, pois pressupõe conquistar um lugar no futuro, no primeiro mundo da inovação tecnológica e da moda, entre aqueles que criam as tendências, e afastando-nos daqueles que se limitam a segui-las. Esta, dizem alguns, é uma tarefa impossível, mas é de tarefas impossíveis que a Indústria Têxtil e Vestuário se tem alimentado, ressurgindo mais forte e mais ambiciosa.





# SEJA UMA EMPRESA SUSTENTÁVEL!

O Projeto GREEN TEXTILES CLUB tem como principal objetivo a promoção da competitividade das PME do Setor Têxtil e Vestuário, através da criação de um clube de empresas sustentáveis (GREEN TEXTILES CLUB), para a troca de experiências, definição de estratégias comuns ao setor, dinamização da certificação STeP (Sustainable Textile Production) by Oeko-Tex® e da incorporação da gestão da qualidade e gestão de risco (ISO 9001:2015), com vista ao desenvolvimento sustentável nas empresas, em áreas já existentes ou em novos nichos de atividade do STV.

Para Marta Carvalho, da empresa Lopes & Carvalho (certificação ISO 9001:2015), a adesão a este projeto foi a oportunidade para certificar e qualificar os processos internos da organização, melhorar procedimentos, consciencializar os colaboradores para a política da qualidade assumida pela gestão, melhorar a imagem e o nome da empresa juntos dos clientes, acrescentando valor e confiança. A Lopes & Carvalho já realizou a sua auditoria, estando apenas a aguardar o seu certificado.

A Silsa Confeções aderiu ao Green Textiles Club tendo em conta que a sustentabilidade é cada vez mais valorizada pelos seus clientes, refletindo de igual forma o caminho que a empresa tem vindo a traçar, segundo Belisa Rodrigues, que aguarda, muito em breve, concluir a

certificação STeP para poder partilhar com os seus clientes este novo passo em prol da sustentabilidade e da valorização da sua empresa.

A Tapa Costuras procurava há já algum tempo uma certificação que levasse em conta os seus ideais de economia verde, preocupação social e proteção do ambiente. A sustentabilidade preconizada pela certificação STeP engloba todos esses valores. Para Gonçalo Serra, este processo levou à implementação de muitos procedimentos de forma a otimizar a produção e a configuração do trabalho, conduzindo ainda à alteração de hábitos e consciencialização para uma melhor implementação dos critérios STeP e dos valores da empresa. A Tapa Costuras espera que o impacto deste projeto seja muito positivo, quer junto dos seus principais clientes, ajudando-os a crescer em mercados onde esta cultura de sustentabilidade se encontra mais enraizada, quer a nível dos outros parceiros e fornecedores, sujeitando-os, através do processo de qualificação, a um crescimento neste sentido e influenciando assim a sua progressão social e económica.

A Têxteis Penedo tinha como objetivo fazer parte de um grupo de empresas com uma distinção e reconhecimento das suas boas práticas ecológicas e sustentáveis, tendo assim aderido ao Green Textiles Club, para

obtenção da certificação ISO 9001:2015 e certificação STeP, tendo sido a primeira empresa a receber o certificado STeP, ao abrigo deste projeto. Para Agostinho Afonso, o Green Textile Club deverá servir de inspiração para a crescente motivação da equipa e reforço da capacidade inovadora, sendo igualmente importante, em termos externos, como uma referência de rigor, que prestigiará a empresa e impulsionará o fortalecimento da relação com os clientes e mercado em geral.

As empresas que estiverem interessadas na implementação da certificação STeP ou ISO 9001:2015, com o apoio Portugal 2020, Incentivos à Qualificação e Internacionalização das PME, têm uma última oportunidade para aderir, uma vez que estão a encerrar as últimas vagas disponíveis. Poderão participar as PME que cumpram com os requisitos estabelecidos no Aviso n.º 2/SI/2014.

Promovido pela ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, o GREEN TEXTILES CLUB conta com o apoio técnico do CITEVE (Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal) e apoio financeiro do Portugal 2020 e FEDER (Programa Operacional Competitividade e Internacionalização, no montante de 264 mil euros, dos quais 145 mil euros são provenientes do FEDER)..

## Empresas que já aderiram ao GREEN TEXTILES CLUB

António Salgado & C.ª, Lda.  
A. Sampaio & Filhos – Têxteis SA  
Bê-Dex Têxteis, Lda.  
Clariause  
- Tinturaria e Acabamento de Fios, SA  
Cordeiro, Campos & C.ª, Lda.  
Domingos de Sousa & Filhos, SA  
Lopes & Carvalho, Lda.  
Pafil Confeções, Lda.  
Pedrosa & Rodrigues, SA  
Silsa Confeções, SA  
Sonicarla Europa - Têxteis, SA  
Tapa Costuras - Produção e Comércio de Vestuário, Lda.  
Têxteis Penedo, SA



Se quer ser uma empresa sustentável e fazer parte do GREEN TEXTILES CLUB, contacte a ATP!  
[www.atp.pt](http://www.atp.pt) / [atp@atp.pt](mailto:atp@atp.pt)

Publicidade



### Compromisso com a sustentabilidade



### Objetivos do Projeto

Potenciar as empresas do Setor Têxtil e Vestuário na área da sustentabilidade

Aumentar e disseminar as boas práticas da sustentabilidade (BPS) das empresas portuguesas no Setor Têxtil e Vestuário

### Tipologias de intervenção

Eco-Inovação



Qualidade



**Contactos**  
ATP: 252 303030 (Ana Paula Dinis / [ana.paula.dinis@atp.pt](mailto:ana.paula.dinis@atp.pt))  
CITEVE: 252 300300 (Assunção Mesquita / [amesquita@citeve.pt](mailto:amesquita@citeve.pt))

Promotor



Parceiros



Cofinanciado por



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

# FASHION FROM PORTUGAL

O programa “Fashion From Portugal”, destinado à promoção da Indústria Têxtil e Vestuário portuguesa, tem como objetivo reforçar a comunicação externa de uma das fileiras mais dinâmicas e exportadoras da economia portuguesa, que surge reforçada após um duro período de ajustamento, reestruturação e modernização, pontificando, hoje, empresas altamente evoluídas tecnologicamente, reconhecidas pelo seu “know how”, criatividade, flexibilidade e intensidade de serviço, e fortemente orientadas aos mercados internacionais.

Esta nova realidade, a par da presença crescente de empresas do setor têxtil e moda em feiras e eventos especializados em todo o mundo, justifica a realização de uma campanha de comunicação e de promoção de imagem e de reforço da sua visibilidade externa, com vista a um posicionamento superior na cadeia de valor, capaz de abrir portas a segmentos de maior poder aquisitivo, potenciando o aumento das margens do negócio.

A campanha de promoção “Fashion From Portugal” segmenta a sua intervenção em 4 mercados: Espanha, Alemanha, Países Nórdicos e Estados Unidos da América, e em 3 subsectores: moda e marcas, “private label” e têxteis-lar, cruzando-se localmente onde possa fazer mais sentido e estando sempre coordenada com a realização de feiras nos mercados em questão, aproveitando assim as sinergias e alavancando os efeitos proporcionados pelo reforço da comunicação.

A iniciativa será constituída por editoriais de moda, publireportagens e publicidade na “media”



especializada, *outdoors*, publicação de catálogos, livros de estilo e edição de revistas anuais, dedicadas aos subsectores em promoção, bem como a realização de vídeos virais para as redes sociais, entre outras ações e eventos. O programa “Fashion From Portugal”, lançado em março de 2016, pela ATP, decorrerá ao longo

de 2 anos e terá um investimento superior a 1,7 milhões de euros, sendo cofinanciado pelos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI), enquadrado no POCI (Programa Operacional da Competitividade e Internacionalização), no Portugal 2020 e COMPETE 2020, sendo a primeira incursão, enquanto iniciativa da

ATP e da indústria em geral, dedicada exclusivamente à promoção da imagem e visibilidade externas do setor, fortalecendo a reputação de excelência “made in Portugal” nos domínios da moda, dos têxteis-lar e do “know how” técnico e inovação tecnológica, em alguns dos principais mercados da fileira.

## FAMALICÃO CIDADE TÊXTIL

VILA NOVA DE FAMALICÃO  
QUER SER RECONHECIDA  
COMO A CIDADE TÊXTIL DE  
PORTUGAL. UM AMBICIOSO  
MAS REALISTA PROPÓSITO  
QUE O PRESIDENTE  
DA CÂMARA, PAULO  
CUNHA, ESTÁ APOSTADO  
EM LEVAR A CABO

O Norte de Portugal é a região da Europa de maior relevância para o setor. Famalicão é o epicentro dessa região que acolhe uma fileira completa, estruturada, flexível e dinâmica e onde, num raio de 60 quilómetros, a indústria têxtil pode oferecer ao cliente todas as soluções

necessárias dentro da cadeia de produção. Acresce que é considerado também o concelho onde o setor têxtil e vestuário tem a grande força do seu desenvolvimento, com grandes marcas e empresas produtoras e reconhecidas infraestruturas tecnológicas e de inovação.



Uma conjugação de fatores que Paulo Cunha quer capitalizar, em breve, com a participação do município famalicense no Cluster Têxtil de Portugal, tendo o CITEVE como entidade pivô, e, recentemente, através do apoio à iTechStyle Summit.

“A cidade têxtil em Portugal é Famalicão. E é-o pela sua história, pelos seus empresários, pelo dinamismo, pela qualificação, pela investigação, pela inovação. Mas também porque tem os melhores centros tecnológicos, tem muitas das mais brilhantes empresas do setor, tem a Associação Têxtil e do Vestuário de Portugal e, ainda, porque é notada a nível mundial pelas competências tecnológicas que o têxtil incorpora”, afirmou o autarca, recentemente, na presença do ministro da Economia e de duas centenas de atores europeus e nacionais do setor.

Em Vila Nova de Famalicão, com 819 empresas e 12 mil pessoas ao serviço, o setor registou em 2014 um volume de negócios de 805 milhões de euros.

Em Vila Nova de Famalicão, com 819 empresas e 12 mil pessoas ao serviço, o setor registou em 2014 um volume de negócios de 805 milhões de euros.



# INOVAR A INDÚSTRIA

COM ESCRITÓRIOS EM SHANGAI, SHAOXING E GUANGXHOU DESDE 2005, A PGTEX EUROPA FOI FUNDADA EM SETEMBRO DE 2014, NA VILA DE PEVIDÉM, CONCELHO DE GUIMARÃES, ONDE TEM VINDO A CRESCER GRADUALMENTE



A empresa dedica-se à comercialização de produtos têxteis para a área de vestuário, tais como; malhas especiais, plissados, *foils*, bordados, rendas, acessórios, entre outros.

Os seus principais clientes dedicam-se ao desenvolvimento no *fast-fashion*, sendo os seus principais clientes o grupo Inditex, Primark, Next, Promod e muitos outros.

A PGTEX entrou no mercado têxtil com o objetivo de inovar a indústria, através da constante apresentação de novidades com *design* original e preços ainda mais competitivos.

“Temos como preocupação a satisfação dos nossos clientes, trabalhando diariamente com uma equipa cada vez mais profissional, capacitada em dar respostas adequadas a cada pedido.

2017 será um ano de inovação e revolução, no qual pretendemos satisfazer ainda mais os nossos clientes, iniciando brevemente um novo projeto de produção nacional”, explica a administração da empresa.

Sendo uma empresa moderna e atualizada, dispõe de toda informação sobre os seus produtos e método de trabalho no site: [www.pgtex.pt](http://www.pgtex.pt).

“TEMOS COMO PREOCUPAÇÃO A SATISFAÇÃO DOS NOSSOS CLIENTES, TRABALHANDO DIARIAMENTE COM UMA EQUIPA CADA VEZ MAIS PROFISSIONAL, CAPACITADA EM DAR RESPOSTAS ADEQUADAS A CADA PEDIDO”

Publicidade

## INCUBAR

■ APOIO AO EMPREENDEDORISMO

## INVESTIR

■ ATRAÇÃO DE INVESTIMENTO

## INCENTIVAR

■ PROMOÇÃO DAS EMPRESAS E MARCAS

○ **FAMALICÃO MADE IN** TEM UM GABINETE DE APOIO AO EMPREENDEDOR CRIADO PELA CÂMARA MUNICIPAL PARA DINAMIZAR A ATIVIDADE EMPRESARIAL E PROMOVER O CRESCIMENTO ECONÓMICO DO CONCELHO.



**MORADA**  
GABINETE DE APOIO AO EMPREENDEDOR  
RUA CAMILO CASTELO BRANCO, N.º10  
4760-127 VILA NOVA DE FAMALICÃO

**CONTACTOS**  
E-MAIL: [MADEIN@VILANOVADEFAMALICAO.ORG](mailto:MADEIN@VILANOVADEFAMALICAO.ORG)  
TELEFONE: 252 320 930



**FAMALICÃO MADE IN**

[WWW.FAMALICAOMADEIN.PT](http://WWW.FAMALICAOMADEIN.PT)



# SOLUÇÕES DE GESTÃO DE COR

A COLORMETRIX comercializa e presta toda a assistência técnica a Sistemas de Controlo de Qualidade e Formulação de Cor, é o agente exclusivo da DATACOLOR para Portugal.

Para serem globalmente competitivas as empresas têxteis e de vestuário têm de lidar com prazos de entrega mais curtos, pressões de custo, exigências de qualidade e produtividade. A gama de produtos da DATACOLOR ajuda a resolver esses problemas críticos, permitindo que todos os parceiros da cadeia

de fornecimentos têxteis acelerem o desenvolvimento de cores e proporcionem gestão das mesmas otimizada, agregando valor significativo ao complexo processo fornecimento à escala global.

Há mais de 40 anos que as principais marcas, fabricantes e profissionais criativos do mundo usam as soluções inovadoras da DATACOLOR para conseguir obter rápida e consistentemente a cor certa.

Em parceria com a sua representada, a COLORMETRIX é líder em soluções de Gestão

- 1 SIMPLIFICAR O DESENVOLVIMENTO DE CORES
- 2 ASSEGURAR A CONSISTÊNCIA
- 3 AUMENTAR A EFICIÊNCIA

de Cor, propondo *software*, instrumentos e serviços para assegurar precisão na reprodução das cores nos diversos substratos e produtos têxteis.

Publicidade



4470-108 Maia | Tel: 224 951 041 | geral@colormetrix.pt | www.colormetrix.pt



# BRILHANTE CLASSIFICAÇÃO

A MAIS RECENTE SOLUÇÃO  
FASHION PLM DA LECTRA  
OBTÉM A PONTUAÇÃO MAIS  
ELEVADA NA AVALIAÇÃO  
DE ESPECIALISTAS DA  
INDÚSTRIA

Um âmbito alargado e grandes avanços em funcionalidades-chave, incluindo a previsão de material, garantiram o primeiro lugar no *ranking* da indústria ao Lectra Fashion PLM no estudo de benchmark da WhichPLM.

A Lectra, líder mundial em soluções de tecnologia integrada dedicadas a indústrias que utilizam tecidos, couro, têxteis técnicos e materiais compósitos, recebe uma brilhante classificação na recente avaliação de benchmark da WhichPLM para a mais recente versão do Lectra Fashion PLM, que aumenta o âmbito da conceção e desenvolvimento de produtos para a produção para retalhistas, fabricantes e marcas.

Fornecendo uma maior visibilidade em relação aos processos de gestão de tecido e de desenvolvimento de coleções e orientando as empresas no sentido de tomar decisões corretas antes da produção, a extremamente competente plataforma PLM (Product Lifecycle Management) da Lectra teve uma classificação igual ou superior à média da indústria em todas as 43 áreas funcionais que a WhichPLM avaliou, alcançando a solução com a pontuação mais elevada avaliada pela WhichPLM até à data.

“Com a criação de ferramentas que apoiam o negócio real da moda e a extensão da presença da solução, estamos a ampliar a nossa recomendação da Lectra para ser selecionada por qualquer marca de moda e vestuário,

retalhista ou fabricante de qualquer tamanho e extensão geográfica,” sublinhou Mark Harrop, CEO e Fundador da WhichPLM.

A avaliação de benchmark da WhichPLM efetua a medição em relação à média da indústria (uma classificação combinada de mais de 10 recursos de soluções PLM modernas), as funções-chave do ciclo de vida do produto que um potencial cliente de PLM deve procurar. O estudo analisa também os recursos do fornecedor, o conhecimento da indústria, as perceções do cliente, os serviços e as instalações de apoio. Para a WhichPLM, a tecnologia da Lectra, que conquistou quatro classificações de quatro estrelas, “está entre o melhor que a indústria tem para oferecer; o seu plano é claro; e a sua plataforma alargada de moda revela uma visão persuasiva.”

Uma das adições mais significativas para a solução da Lectra, explica a WhichPLM, é o módulo de Previsão de Material: “Esta é a primeira vez que a WhichPLM viu a inteligência científica de material a ser transformada em algo compreensível e útil para os utilizadores não-técnicos de PLM.” Com o custo das matérias-primas, uma preocupação premente para a indústria, especialmente com uma média de 60% a 75% do custo do produto sendo materiais, o módulo da Lectra fornece visibilidade real em relação ao consumo preciso de material nas fases iniciais vitais de desenvolvimento do produto.



MAIS INFORMAÇÕES EM:  
[WWW.WHICHPLM.COM](http://WWW.WHICHPLM.COM)  
[WWW.LECTRA.COM](http://WWW.LECTRA.COM)

Publicidade

# Pssst...

**Já ouviu falar do segredo da moda mais bem guardado?**

Adivinhe quem nunca se queixa de ser deixado para trás.  
Os que estão à frente.

Descubra o segredo para ficar à frente em  
[lectrafashionplm.lectra.com/pt-br/fashionsbestkeptsecret](http://lectrafashionplm.lectra.com/pt-br/fashionsbestkeptsecret)

  
**Lectra**





# ptexEuropa

[www.pgtext.pt](http://www.pgtext.pt)

PEVIDÉM | GUIMARÃES

malhas especiais, plissados, foils,  
rendas, sublimados, sintéticos,  
tecidos, tules, acessórios



**GRUPO**  
**ptex trading**  
葡购公司

#### CHINA

##### GUANGZHOU

Yi Jin Lu, Zhu Jiang Guoji  
FangZhiChen, A1 Building Room 1208  
510300 Guangzhou - CHINA  
+86 20 841 31 300

##### SHANGHAI

F107, N° 290 Xuanhua Road  
200052 Shanghai - CHINA  
+86 21 624 35 066

##### KEQIAO

Room 907, Tian Hui Plaza  
Kegiao-Shaoxing  
312000 Zhejiang - CHINA  
+86 575 845 609 62

#### INGLATERRA

##### MANCHESTER

UNIT 5 - 1 BRADSTONE ROAD  
M88WA MANCHESTER  
TEL +44 07 931 831 636

