

[TEMA DE CAPA]

INDÚSTRIA

Anivec em defesa do vestuário

Nos últimos 12 meses assistiu-se ao reforço do associativismo na indústria do vestuário em Portugal, com a Anivec a consolidar a sua atuação em todas as frentes.

Em março, a Anivec – Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confecção elegeu novos órgãos sociais para o período de 2015 a 2018, com a nova direção, presidida por César Araújo, a prometer dar atenção às relações comerciais internacionais, incluindo as negociações para o acordo de comércio livre com os EUA, a prospeção e acesso a novos mercados, assim como a questões como a

negociação do contrato coletivo de trabalho e caracterização das PME's.

«A nossa equipa de direção pretende colocar sempre em primeiro lugar as empresas e é para as empresas que vamos trabalhar, para garantir um futuro aos nossos trabalhadores e à nossa indústria, para um Portugal melhor. Se tivermos uma indústria forte, temos um país forte», afirmou, numa entrevista ao Jornal

Têxtil de setembro, César Araújo.

Na construção deste «Portugal melhor», a Anivec, em parceria com a Apiccaps – Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos e sob o mecenato da Liberty Seguros, terminou o ano da melhor forma, com uma iniciativa solidária na Casa da Música que juntou diversas personalidades e empresários

do sector para ouvir um concerto da reputada dupla de pianistas Nina Schumann e Luís Magalhães, cujas receitas reverteram na totalidade a favor das atividades do IPO-Porto. «A nossa associação sempre se orientou por um forte sentido de responsabilidade social e incorpora na sua missão o apoio a atividades de índole cultural e solidária», sublinhou o presidente da Anivec.



JOSÉ ALEXANDRE OLIVEIRA (PRESIDENTE DA RIOPELE) E ANA SOUSA (CRIADORA DA MARCA ANA SOUSA)



NINA SCHUMANN E LUÍS MAGALHÃES



MANUEL CARLOS (APICCAPS), LARANJA PONTES (IPO), CÉSAR ARAÚJO (ANIVEC) E JOSÉ DE SOUSA (LIBERTY SEGUROS)

Mundo mais verde

A indústria mostrou o seu empenho em combater a pegada ecológica na produção de têxteis e vestuário, sem esquecer a necessidade de gerar um negócio rentável, que pode contemplar o regresso à Europa.

A redução do consumo de água, de energia e de emissão de dióxido de carbono, reciclagem de matérias têxteis e produção em ciclo fechado são algumas das preocupações atuais da indústria têxtil e vestuário, com o debate sobre as alterações climáticas a atingir o seu pico na Cimeira do Clima, que se realizou no início de dezembro em Paris.

Uma questão que tem alterado as preferências de sourcing de marcas e retalhistas, com países produtores como a China – cujo problema

de poluição abriu diversos telejornais – a serem criticados e, em alguns casos, preteridos pelo aprovisionamento de proximidade, à medida que a legislação se torna mais apertada. Francesco Marchi, diretor-geral da associação europeia de indústria têxtil e vestuário Euratex, acredita que as alterações climáticas, combinadas com o aumento dos custos na Ásia, podem levar cada vez mais empresas de vestuário a regressar à Europa ou às proximidades do Velho Continente.

Uma tendência que já se tem observado, nomeadamente em países como o Reino Unido. O fundador da Albion Knitting Company, com clientes como LVMH, Gucci e Richemont Group, decidiu criar uma unidade de produção de malhas em Londres, num regresso ao Reino Unido depois de 18 anos na China. O objetivo de Christian Murphy é oferecer algo diferente para o grande número de jovens designers britânicos: uma fábrica à porta de casa. Além disso, mais de um quarto dos consumidores do Reino Unido afirmou, também, privilegiar as marcas do país na compra de produtos de moda e calçado, segundo um estudo da empresa de pesquisa Mintel.

Neste regresso “a casa”, a própria Adidas anunciou a produção, no início do próximo ano, dos primeiros 500 pares de tênis de corrida por robots, numa unidade de produção localizada na Alemanha. «Um processo de produção automatizado, descentralizado e flexível que abre portas que nos permitem estar mais perto do mercado e onde o consumidor está», justificou o presidente-executivo, Herbert Hainer, à Reuters.

Também a rival Nike está a investir em novos métodos de fabrico, mas ainda não revelou datas para quando essas apostas irão surtir resultados na produção localizada nos EUA.