

Portugalglobal



Indústria têxtil e do vestuário

Tecer o sucesso além-fronteiras

Mário Jorge Machado

Presidente da ATP – Associação
Têxtil e Vestuário de Portugal

Dinamarca

Um mercado aberto
e inovador

Roadshow Portugal-País Basco

O encontro de dois
parceiros estratégicos

“A internacionalização é prioridade para uma indústria que exporta mais de 80 por cento da produção”

Mário Jorge Machado

Presidente da ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal

A indústria têxtil e do vestuário vive um momento exigente, com custos de produção elevados, retração da procura, instabilidade geopolítica e a concorrência das plataformas de *ultra fast fashion*. Para Mário Jorge Machado, presidente da Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP), estes são alguns dos obstáculos enfrentados por um setor que, no caso português, apresenta diversas vantagens competitivas. “Temos um *cluster* integrado, concentrado geograficamente, flexível, com forte *know-how* e práticas de sustentabilidade reconhecidas”.

A ATP agrega cerca de 500 empresas. Como é que a associação tem apoiado a indústria portuguesa do têxtil e do vestuário?

A ATP representa toda a fileira têxtil e vestuário portuguesa, reunindo empresas de todas as dimensões e segmentos — fiações, tece-lagens, tricotagens, tinturarias, acabamentos, vestuário, têxteis técnicos e têxteis-lar. Esta abrangência confere-lhe representatividade e legitimidade, nacional e europeia, para atuar junto de autoridades, decisores políticos, parceiros sociais e *stakeholders* internacionais.

Nos últimos anos, a ATP tem-se afirmado pela visão estratégica e capacidade técnica, combinando intervenção política, informação económica, desenvolvimento de projetos, promoção internacional e apoio técnico às empresas. Envolve-se em iniciativas de internacionalização e digitalização, ou de formação, sustentabilidade e circularidade. Defende uma política industrial europeia alinhada com a autonomia estratégica e a transição sustentável.

Quais são os principais desafios que o setor enfrenta? E quais as vantagens competitivas que distinguem a indústria portuguesa?

Vivemos um momento exigente, com custos de produção elevados, retração da procura, dificuldades de financiamento, instabilidade geopolítica e sobrecarga regulatória. É também um período de investimentos sem precedentes na transição sustentável e digital. As PME, que são a maioria do setor, enfren-



tam obstáculos acrescidos: escala reduzida, acesso limitado a financiamento e incentivos e dificuldade em atrair e reter talento, a par de rigidez laboral e fiscalidade pouco competitiva. A concorrência de países terceiros, com plataformas de *ultra fast fashion* que não cumprem regras ambientais, sociais ou fiscais, distorce o mercado e penaliza quem produz com responsabilidade.

Há risco de desaparecerem elos da fileira, comprometendo uma das maiores vantagens de Portugal: ter um *cluster* integrado, concentrado geograficamente, que assegura proximidade, rapidez e flexibilidade, aliado a forte *know-how* e engenharia de produto, ética e responsabilidade social, práticas de sustentabilidade reconhecidas, relações de confiança com clientes internacionais e uma oferta de qualidade e inovação, com produção complementada por serviços de alto valor acrescentado.

As exportações desta indústria ultrapassam os 5 mil milhões de euros. Como tem evoluído a presença internacional dos têxteis e do vestuário portugueses?

A internacionalização é prioridade estratégica para uma indústria que exporta mais de 80 por cento da produção. A ATP lidera, há vários anos, projetos que promovem o setor em

mercados externos através de ações coletivas de promoção, estudos de mercado e capacitação. Mais recentemente, lideramos projetos conjuntos, com participação organizada em feiras e missões a mercados estratégicos. Estas iniciativas reforçam a notoriedade do “Made in Portugal”.

Em paralelo, capacitamos as empresas para ferramentas digitais, diversificando mercados e canais, incluindo plataformas de negócio entre empresas – *business to business*, B2B – e novas abordagens de *marketing* internacional. Nos últimos três anos, a ATP apoiou centenas de empresas na abordagem a novos mercados, potenciando contratos e parcerias em segmentos de maior valor acrescentado — moda premium, têxteis técnicos e produtos sustentáveis. Esta atuação combina inteligência setorial, articulação institucional e promoção ativa, garantindo uma presença competitiva e diferenciada no mercado global.

Como está a indústria a responder às exigências da sustentabilidade, incluindo o Pacto Ecológico Europeu e os princípios da economia circular?

A indústria nacional tem antecipado obrigações do Pacto Ecológico Europeu e da economia circular, adotando soluções técnicas que a

colocam entre as mais avançadas da Europa. As empresas já implementam: *ecodesign*, com produtos mais duráveis, reparáveis e recicláveis, com matérias-primas de menor impacto e fibras recicladas; processos de baixo impacto, com redução de água e energia, químicos certificados, aplicação a seco e recirculação de banhos; energia limpa e eficiência energética; rastreabilidade, nomeadamente através de plataformas digitais compatíveis com o Passaporte Digital de Produto; gestão circular de resíduos, através da recolha seletiva, valorização de excedentes e *upcycling*; e certificações ambientais e sociais.

Estas práticas respondem a exigências já em vigor ou em discussão e reforçam a reputação internacional de Portugal em produção têxtil sustentável.

No ano passado assumiu a presidência da confederação europeia do têxtil e do vestuário (EURATEX). Que balanço faz dos primeiros meses do seu mandato? Que prioridades estabeleceu para esta organização e que impacto poderão ter para as empresas portuguesas?

Assumir a presidência da EURATEX é uma oportunidade para reforçar a voz da indústria portuguesa no contexto europeu e participar na definição de políticas que afetam todo o setor. Desde o início do mandato, procuramos garantir que a política industrial europeia reconhece o setor como estratégico e que existe um enquadramento regulatório claro, harmonizado e exequível, evitando sobrecargas administrativas e assegurando concorrência equilibrada a nível global.

As prioridades incluem a defesa contra práticas desleais de países terceiros, incluindo plataformas de *ultra fast fashion*, a simplificação e

harmonização regulatória para uma transição sustentável e digital exequível e apoios ao investimento em inovação, sustentabilidade e digitalização.

Para as empresas portuguesas, esta liderança traduz-se em acesso direto a informação estratégica, maior capacidade de antecipação legislativa e influência efetiva em decisões europeias determinantes para o setor.

As plataformas de vendas online de vestuário a preços muito baixos representam um desafio crescente para as empresas portuguesas?

Sim. Plataformas de *ultra fast fashion* fora da UE ganham quota com práticas que contrariam regras ambientais, fiscais e laborais exigidas às empresas europeias. A ausência de controlos eficazes à entrada permite a colocação de produtos não conformes, que podem conter substâncias químicas restritas, e a fraude fiscal via subfacturação. Beneficiam ainda da regra de “*de minimis*” para evitar direitos de importação. O resultado é concorrência desleal e risco para milhares de postos de trabalho.

A indústria têxtil e de vestuário portuguesa deve afirmar-se pela qualidade, responsabilidade, sustentabilidade e inovação, mas precisa de políticas eficazes, fiscalização robusta e consumidores informados.

Que impacto está a ter na indústria têxtil o atual contexto geopolítico, marcado pelo aumento dos custos de energia e das tarifas?

O aumento dos custos de energia, a inflação e as taxas de juro pressionam a tesouraria num momento de retração da procura e de necessidade de investir para cumprir novas exigências de sustentabilidade e digitalização. A guerra tarifária, nomeadamente com os EUA, introduz



incerteza nos fluxos comerciais. Acresce uma imprevisibilidade institucional que fragiliza o quadro multilateral e dificulta o planeamento empresarial. É essencial uma política industrial coerente que proteja a produção europeia, estabilize custos energéticos e apoie a adaptação das empresas.

Como tem sido a aposta do setor na inovação e nos têxteis mais técnicos?

A inovação é um pilar do setor. Muitas empresas investem em investigação e desenvolvimento e criam materiais e soluções técnicas para as áreas da saúde, mobilidade, defesa ou construção. Este posicionamento permite diversificar mercados, criar produtos de maior valor acrescentado e responder a desafios sociais e ambientais com soluções inovadoras.

A colaboração com centros de investigação, universidades e *startups* reforça a base tecnológica e a transferência de conhecimento. A incorporação de tecnologia nos processos, aliada à sustentabilidade, tem gerado produtos inteligentes, biodegradáveis, recicláveis ou com funcionalidades acrescidas. Portugal é hoje reconhecido como um dos países mais avançados da União Europeia em têxteis técnicos.

Qual tem sido o papel da digitalização e da Indústria 4.0 na modernização do setor têxtil português?

A digitalização e a Indústria 4.0 são alavancas essenciais. As empresas adotam automação, monitorização inteligente, rastreabilidade e gestão avançada da produção, obtendo ganhos de eficiência, qualidade e sustentabilidade. Estes investimentos são exigentes, sobretudo para PME. Por isso, a ATP promove projetos que facilitam acesso a conhecimento,

financiamento e boas práticas, acelerando a transformação digital.

A digitalização também está a transformar a comunicação e as vendas. Plataformas digitais, *e-commerce* B2B, *marketing* de conteúdo e *storytelling* são cada vez mais relevantes para afirmar o “Made in Portugal”. É um processo em curso que exige continuidade.

Como é que a indústria têxtil e do vestuário em Portugal está a reposicionar-se na cadeia de valor europeia, tendo em conta as tendências de relocalização industrial (*reshoring*)?

Fala-se de cadeias de valor mais curtas, resilientes e sustentáveis, o que poderia abrir mais oportunidades para Portugal. Contudo, persistem obstáculos estruturais, como o custo da energia, dificuldades em contratar, enquadramento laboral rígido e fiscalidade pouco atrativa. Para Portugal beneficiar do *reshoring* é preciso mudar regras e criar condições reais de atratividade industrial. Caso contrário, corremos o risco de perder partes da fileira, comprometendo uma das nossas maiores forças, que é ter um *cluster* integrado, concentrado num raio de 40–50 quilómetros, com elevado *know-how* e capacidade de resposta rápida.

Como está o setor a lidar com a escassez de mão de obra qualificada e que iniciativas existem para a formação de novos profissionais?

A escassez de mão de obra qualificada é um dos desafios mais críticos. A dificuldade em atrair jovens, aliada ao envelhecimento dos quadros, compromete a renovação geracional e a adaptação à transformação tecnológica e sustentável.

A ATP desenvolve iniciativas com escolas, centros de formação e empresas para aproximar os jovens da indústria, valorizar profissões e reforçar a formação. Trabalhamos também na requalificação de adultos e na capacitação de quadros técnicos, promovendo competências alinhadas com as exigências do mercado.

Atrair talento exige mudança cultural e incentivos concretos. A competitividade deste setor, e de muitas outras indústrias, depende de nos apresentarmos como carreira de futuro — tecnológica, criativa e alinhada com os valores da sustentabilidade. **Pg**

