



Introdução



A Direção-Geral das Atividades Económicas (DGAE) tem como uma das suas atribuições o acompanhamento, a conceção e a execução das políticas setoriais para a indústria e a participação na preparação da posição nacional sobre os dossiês com relevância para a indústria a assumir nas instâncias europeias e internacionais.

A sinopse sobre a Indústria Têxtil e Vestuário Portuguesa enquadra-se nesse âmbito e pretende fazer uma caracterização do setor.

Índice

Introdução	2
Resumo	2
1. Enquadramento Macroeconómico Geral	3
2. Enquadramento Histórico	4
3. Têxteis e Vestuário na UE	6
4. Análise do Setor	8
5. Entidades	14
6. Internacionalização	17
7. Economia Circular e Boas Práticas	19
8. Enquadramento Legislativo	21
9. Perspetivas Futuras	23
10. Considerações Finais	25
11. Referências Bibliográficas	26

Resumo

A sinopse pretende dar uma visão macroeconómica simplificada sobre o funcionamento da economia e permitir conhecer, através de uma breve resenha histórica, a evolução do setor nacional do têxtil e vestuário no mercado nacional e internacional.

A análise do setor, tanto para a caracterização do tecido empresarial, como para o comércio externo, é elaborada com base nos dados do INE, para um conjunto de indicadores selecionados pela DGAE.

Destacam-se as estratégias escolhidas para o setor, das quais resultam vantagens competitivas relevantes, distinguindo-se a atual indústria têxtil e vestuário nacional pela qualidade dos produtos, *design*, inovação, criação de novos produtos, tecnologia, e a aposta na investigação e desenvolvimento, além da cooperação entre as empresas e diversas instituições do setor, fatores que se encontram na base do sucesso desta indústria nacional e do seu reconhecimento internacional.

1. Enquadramento Macroeconómico Geral

Segundo o Banco de Portugal¹, o **PIB mundial** deverá crescer 3,6% em 2018 e cerca de 3,3% entre 2019 e 2021. Prevê-se que, até 2021, a economia mundial venha a crescer a um ritmo mais moderado, na sequência das políticas económicas dos EUA e da desaceleração da economia chinesa.

Na **área do euro**, a atividade deverá registar um decréscimo em 2018 (de 2,5% para 1,9%), refletindo a evolução nas quatro maiores economias da área. A desaceleração das exportações no primeiro semestre de 2018 foi comum à área do euro, com a redução da atividade global.

O crescimento da **economia portuguesa**, em 2018, foi de 2,1%, uma redução que se justifica com a desaceleração das exportações. Esta tendência reflete, um menor crescimento do turismo, evolução que é comum a outros países do sul da Europa. Também a procura externa dirigida à economia portuguesa desacelerou (de 4,6% para 3,4%), refletindo a diminuição das importações intra-área do euro. No horizonte 2018-21, a economia deverá continuar a crescer, embora a um ritmo menor. O **PIB** deverá abrandar gradualmente, de 2,1% em 2018, para 1,8% em 2019 e 1,6% em 2021.

Destaque para as **exportações**, que foram a componente da procura global que mais contribuiu para a recuperação da economia portuguesa iniciada em 2013, devendo apresentar um crescimento médio anual entre 3,5% e 4%, até 2021. As **importações** que, em 2018, se situaram nos 4,1%, deverão registar um crescimento próximo de 5%, em 2020.

Após um aumento do emprego estimado em 2,2% para 2018, projeta-se uma diminuição gradual até 0,4% em 2021. A taxa de desemprego irá reduzir-se, mas a um ritmo mais moderado que o observado nos últimos 3 anos, devendo atingir 5,3% em 2021.

A formação bruta de capital fixo (FBCF) deverá baixar para 3,9%, em 2018, após um crescimento de 9,2%, em 2017, podendo a atual situação de incerteza quanto à evolução do comércio internacional, associada a um aumento do protecionismo e ao Brexit, condicionar as **decisões de investimento das empresas**.

Todavia, o Banco de Portugal considera que a economia portuguesa continua a enfrentar **limitações ao crescimento**: quer o funcionamento dos mercados, quer o endividamento, condicionam a evolução do investimento e da produtividade. A evolução projetada do PIB e do emprego deverá traduzir-se em crescimentos moderados da produtividade aparente do trabalho no período 2019-21, após uma variação quase nula em 2018. O produto por trabalhador em Portugal continua a situar-se em níveis baixos em relação à área do euro, o que está associado, nomeadamente, aos níveis de escolaridade e níveis de capital por trabalhador relativamente baixos. O envelhecimento da população cria limitações ao crescimento, afigurando-se a aposta no capital humano essencial para o crescimento a longo prazo.

¹ Texto efetuado com base no “Boletim Económico do Banco de Portugal”, dezembro de 2018.

2. Enquadramento Histórico

A Indústria Têxtil e Vestuário (ITV) é uma das mais antigas e tradicionais indústrias portuguesas e mantém-se como um dos maiores e mais importantes setores empresariais nacionais.

A origem da produção têxtil, em termos industriais, está intrinsecamente ligada à Revolução Industrial, que teve início no final do século XVIII, mas foi a partir da segunda metade do século XIX que a industrialização se desenvolveu, com a formação de muitas unidades de fiação, tecelagem, tinturaria, acabamentos, malhas, têxteis-lar, têxteis técnicos, cordoarias e confeções.

Verdadeiramente, a indústria têxtil estabelece-se e progride em Portugal depois de terminadas as lutas liberais, por volta do ano de 1836. No entanto, a maior parte da produção era obtida de forma artesanal, havendo ainda muitas unidades fabris resistentes à adoção dos novos sistemas de produção.

Durante mais de 30 anos, o comércio de vestuário foi enquadrado a nível mundial por regimes especiais: (i) Acordo de Curto Prazo relativo ao Comércio Internacional de Têxteis de Algodão², (ii) Acordo de Longo Prazo Relativo ao Comércio Internacional de Têxteis de Algodão³, e (iii) **Acordo Multifibras**, que vigorou de 1974 a 1994, e que protegeu os interesses dos países industrializados contra a vaga de crescentes exportações dos países em vias de desenvolvimento (discriminatório face às regras gerais do GATT⁴).

Neste contexto, a ITV portuguesa desenvolveu muito as suas atividades nas décadas de 70 e 80, mormente devido a **custos de mão-de-obra comparativamente mais baixos**, proximidade de localização geográfica e afinidade cultural, que favoreceram a deslocalização dos meios de produção de outras partes da Europa onde os custos da mão-de-obra eram consideravelmente mais elevados.

Em 1995, com a transformação institucional do GATT na OMC⁵, inverte-se a tendência protecionista registada no setor têxtil e vestuário, que se verificava até então. Inicia-se o desmantelamento progressivo do Acordo Multifibras e a aplicação faseada do **Acordo sobre Têxteis e Vestuário**, que liberalizou o comércio internacional do têxtil e vestuário e levou à conclusão do processo em 1 de janeiro de 2005, entre os países da OMC.

Acresce que a entrada da China na OMC, em 2001, agravou o desequilíbrio comercial na Europa, afetando negativamente as empresas nacionais. Além deste, outros fatores externos negativos, verificados entre 2001 e 2008, como a adesão de Portugal ao euro, o alargamento da União Europeia (UE) a Leste e a crise económica e financeira internacional, contribuíram para uma intensa contração da atividade das empresas do setor têxtil e vestuário.

² Short Term Arrangement Regarding International Trade in Cotton Textiles, de 1961.

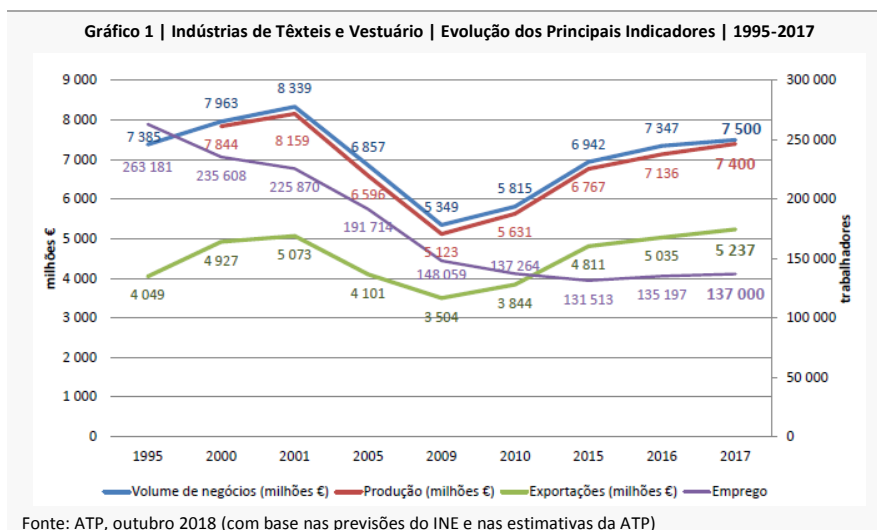
³ Long Term Arrangement Regarding International Trade in Cotton Textiles, que vigorou entre 1962 e 1973.

⁴ Acordo Geral sobre Pautas Aduaneiras e Comércio, estabelecido em 1947, que visava promover o comércio internacional e remover ou reduzir barreiras comerciais entre os signatários.

⁵ Organização Mundial de Comércio, criada com o objetivo de regulamentar o livre comércio entre as nações participantes.

A ITV atravessou diversas fases em Portugal, de expansão, declínio e recuperação, como se pode observar no Gráfico 1, que apresenta a evolução dos principais indicadores do setor, de acordo com os dados da Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP).

Após um máximo histórico no volume de negócios em 2001, superior a 8 mil milhões de euros, o fim do período derogatório do Acordo Multifibras teve **efeitos dramáticos** sobre o setor têxtil e vestuário, com uma redução significativa do volume de negócios e do emprego nos anos subsequentes.



Entretanto a indústria nacional reagiu, empreendendo novos rumos para a criação de valor acrescentado nas aplicações do têxtil e vestuário, o que se refletiu num aumento significativo das exportações em 2008, apesar do menor número de empresas e trabalhadores, obtendo-se, assim, ganhos de produtividade. A partir de 2015 o emprego voltou a crescer, invertendo uma longa tendência, desde 1995.

Verificou-se, a partir de 2010, uma forte **recuperação da atividade industrial**, baseada na conjugação de diversos fatores, nomeadamente, o *know-how* industrial, a inovação tecnológica, o *design*, a qualidade, a rapidez e flexibilidade, a fiabilidade, recursos humanos especializados, serviços de elevado valor acrescentado e uma estruturada e dinâmica fileira, organizada em *cluster*, apoiada por diversos centros de competências, o que permitiu um crescimento sustentado da atividade industrial. A indústria nacional segue hoje rigorosos princípios de sustentabilidade social e ambiental.

Esta coordenação orientada para o cliente tem sido essencial para o sucesso da indústria nacional. Permitiu a consolidação do subsetor dos têxteis técnicos, que representa mais de 35% da produção, destinando-se, nomeadamente, ao setor automóvel, aeronáutica, desporto, saúde e construção.

Atualmente, as empresas do setor dispõem de departamentos de I&D e áreas criativas, com *designers* têxteis e de moda para promover a inovação, ou colaboram com o sistema científico e tecnológico nacional - universidades e centros tecnológicos, de forma a possibilitar a transferência de conhecimento e de tecnologia para as empresas, mesmo trabalhando apenas em *private label*⁶.

⁶ *Private Label* é um tipo de terceirização da produção, em que uma empresa contrata outra para o desenvolvimento de um serviço ou produto com o seu nome. No setor têxtil, esta prática é comum e ocorre quando uma cadeia de retalho contrata outras empresas para produzir as suas roupas, na prática, estas cadeias não atuam na produção direta dos seus produtos, mas cumprem as etapas de conceção da coleção e posteriormente do marketing e gestão da marca.



3. Têxteis e Vestuário na UE⁷

3.1. Caracterização da indústria

A indústria têxtil e vestuário abrange atividades diversas, desde a transformação de fibras naturais ou sintéticas, em fios e tecidos, até à produção de uma ampla variedade de produtos, como fios sintéticos de alta tecnologia, roupas de cama, filtros industriais e vestuário. Sintetizando, a indústria engloba:

- Dois tipos de fibras têxteis:
 - ↳ fibras “naturais”, incluindo algodão, lã, seda, linho, cânhamo e juta;
 - ↳ fibras “artificiais”, incluindo as provenientes da transformação de polímeros naturais (como viscose, acetato e modal), fibras sintéticas (ou seja, fibras orgânicas à base de produtos petroquímicos como o poliéster, nylon/poliamida, acrílico e polipropileno), e fibras de materiais inorgânicos (por exemplo, vidro, metal, carbono ou cerâmica);
- O tratamento de matérias-primas, isto é, a preparação ou produção de várias fibras têxteis e/ou o fabrico de fios (por exemplo, através de fiação):
 - ↳ produção de tecidos de malha e outros tecidos;
 - ↳ atividades de acabamento, para que os tecidos adquiram as características exigidas (inclui branqueamento, impressão, tingimento, impregnação, revestimento e plastificação);
 - ↳ transformação desses tecidos em produtos, nomeadamente:
 - vestuário (tricotado ou tecido);
 - tapetes e outros revestimentos têxteis;
 - têxteis para o lar, tais como roupa de cama, mesa ou cozinha, e cortinas;
 - têxteis técnicos ou industriais.

O setor retalhista é a parte final da cadeia de valor desta indústria, de enorme relevância ao nível do consumidor. Algumas empresas industriais, integradas verticalmente, têm as suas próprias redes de distribuição.

3.2. A importância económica do setor

Os têxteis e o vestuário constituem um setor muito diversificado, que desempenha um papel importante na economia de muitas regiões da Europa e na respetiva indústria transformadora. Na UE, o setor é constituído basicamente por pequenas empresas, com menos de 50 trabalhadores, que representam mais de 90% da força de trabalho e produzem cerca de 60% do valor acrescentado.

Os cinco maiores produtores do setor na UE são Itália, França, Reino Unido, Alemanha e Espanha e representam, em conjunto, cerca de ¾ da produção da UE.

⁷ Cf. informação constante do site da Comissão Europeia (https://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing/eu_pt)

Destacam-se na produção de **vestuário**, a Itália, Grécia, Portugal, Roménia, Bulgária, Polónia, Espanha e França. Por outro lado, o Reino Unido, a Alemanha, a Bélgica, a Holanda, a Áustria e a Suécia contribuem mais para a produção de **têxteis**. No que se refere ao comércio externo, cerca de 20% da produção da UE destina-se a países terceiros.

O setor tem passado por diversas transformações nas últimas décadas, devido a mudanças tecnológicas, à evolução dos custos de produção, concorrência internacional e à eliminação das quotas de importação. Para aumentar a competitividade do setor, as empresas têm apostado nos produtos de maior valor acrescentado, reduzindo a produção em massa.

Refira-se, neste sentido, que a Europa é líder mundial nos mercados de têxteis técnicos/industriais e não-tecidos (filtros industriais, produtos de higiene, produtos para o setor automóvel e médico, entre outros), bem como em peças de alta qualidade e de *design*.

3.3. Comércio internacional

Segundo a Comissão Europeia (CE), as exportações de têxteis e vestuário da UE representam mais de 30% do mercado mundial, sendo o mercado europeu um dos mais importantes em termos de dimensão, qualidade e *design*, nomeadamente, quanto à especialização de ponta, flexibilidade, contínua adaptação da sua estrutura ao mercado e ao desenvolvimento de novos produtos (como têxteis técnicos). Apesar da balança comercial ser negativa para a UE, este setor é líder nos mercados mundiais, tendo as exportações e as importações aumentado, nos últimos anos, 13% e 4%, respetivamente.

Trata-se de uma indústria com grandes fluxos comerciais em todo o mundo, sendo o acesso aos mercados externos à UE, de enorme importância. Neste sentido, destaca-se o papel que a CE tem desenvolvido, ao procurar defender a igualdade de tratamento e condições equitativas no comércio internacional, quer ao nível multilateral, através do cumprimento das regras da OMC, quer ao nível bilateral, em Acordos de Comércio Livre (ACL⁸), ou através de diálogos em matéria de regulamentação e política industrial.

Destaca-se, neste âmbito, o Diálogo Euro-Mediterrânico⁹ sobre a indústria têxtil e vestuário, que se reveste de particular relevância para a região (a segunda mais importante, depois do petróleo e do gás) e é um fator de desenvolvimento económico e de estabilidade política. Esta região tem também um papel estratégico para a UE, pois permite que toda a cadeia produtiva fique geograficamente próxima. O valor do comércio da indústria têxtil e vestuário, na área euro-mediterrânica, atinge os 35 mil milhões de euros por ano e cerca de 35% de todos os têxteis exportados pela UE vão para esta região.

⁸ Destaca-se a relevância dos ACL com países como o Canadá, Japão, Coreia do Sul, Chile e México, entre outros.

⁹ Países parceiros da UE e do Mediterrâneo e os Balcãs Ocidentais.

4. Análise do Setor

4.1. Tecido Empresarial¹⁰

Segundo a Classificação das Atividades Económicas (CAE Rev. 3, INE), as indústrias dos têxteis e do vestuário¹¹ analisadas incluem os seguintes setores e subsetores:

(i) **Fabricação de têxteis (CAE 13)**, que “[c]ompreende a preparação de fibras têxteis (descaroçamento, maceração, batadura, torcedura e carbonização), lavagem, penteação, fiação, retorcedura, tecelagem de lãs, algodão, linho, juta, cânhamo, rami, pêlos, fibras artificiais e sintéticas. Compreende também o acabamento de têxteis (branqueamento, tingimento, estampagem, texturização, etc.), confeção de têxteis para o lar e outros artigos têxteis.”;

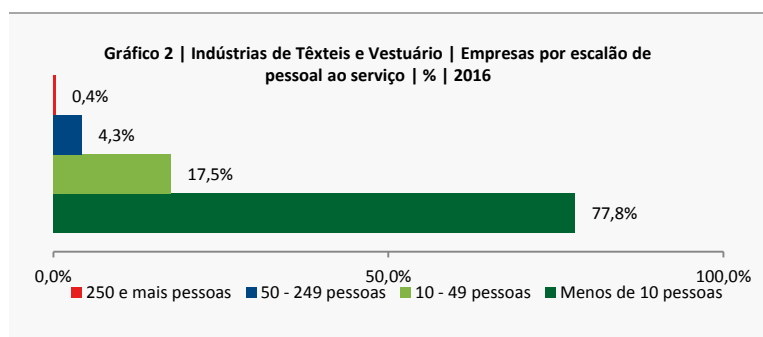
- ↳ Preparação e fiação de fibras têxteis (CAE 131)
- ↳ Tecelagem de têxteis (CAE 132)
- ↳ Acabamento de têxteis (CAE 133)
- ↳ Fabricação de outros têxteis (CAE 139)

(ii) **Indústria do vestuário (CAE 14)**, a qual “[...] compreende todo o tipo de vestuário para homem, mulher ou criança, em qualquer material (tecido, malha ou não tecidos, couro, peles com pêlo, etc.), qualquer que seja o fim (trabalho, passeio, desporto, etc.). Inclui também a fabricação de artigos de peles com pêlo e de acessórios de vestuário em qualquer material.”.

- ↳ Confeção de artigos de vestuário, exceto artigos de peles com pêlo (CAE 141)
- ↳ Fabricação de artigos de peles com pelo (CAE 142)
- ↳ Fabricação de artigos de malha (CAE 143)

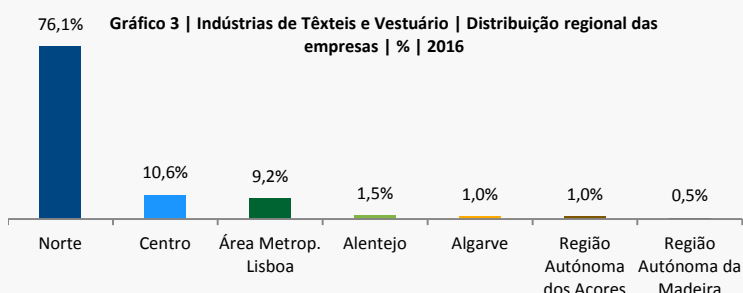
Com base nos últimos dados disponíveis do INE, de 2016, o **setor têxtil e vestuário** engloba **12227 empresas** (das quais, 3517 relativas ao subsetor do têxtil e 8710 ao subsetor do vestuário). Estas empresas representam cerca de **18,3% do total da indústria transformadora nacional**.

Em Portugal, as indústrias do setor são constituídas fundamentalmente por microempresas (77,8%) e PME (10-249 pessoas, 21,8%), que **representam 99,6% do total do tecido empresarial**.



¹⁰ Esta análise baseia-se nos dados do INE referentes a 2016 e encontra-se nas Fichas de Tecido Empresarial das Indústrias Têxteis e Vestuário elaboradas por esta DGAE, disponíveis no sítio web da DGAE.

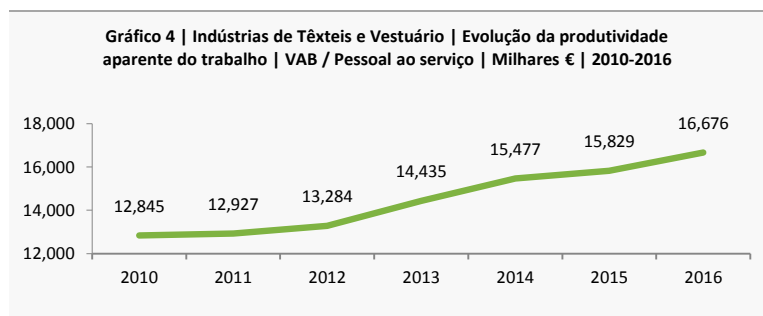
¹¹ As indústrias do têxtil (CAE 13) e do vestuário (CAE 14) encontra-se inseridas na Secção C – Indústrias Transformadoras.



Quanto à **localização geográfica**, cerca de 76,1% destas indústrias situam-se no Norte do país, 10,6% no Centro, 9,2% na Área Metropolitana de Lisboa. Os restantes 4% encontram-se repartidos entre o Alentejo, Algarve e as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

O setor têxtil e vestuário **emprega 135521 pessoas** (44837 nos têxteis e 90684 no vestuário), o que representa cerca de 19,7% do total da indústria transformadora. O número de pessoal ao serviço do setor cresceu cerca de 3%, entre 2015 e 2016 (5%, relativamente aos têxteis).

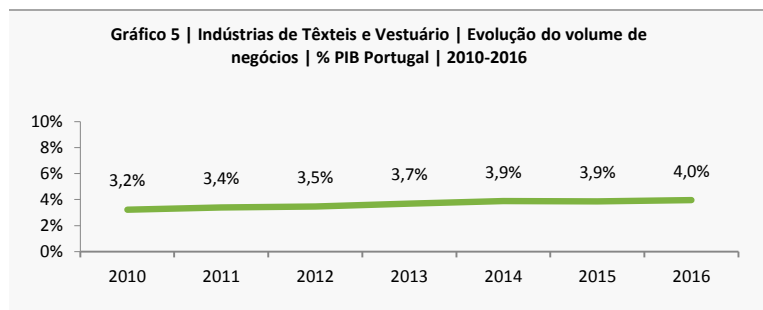
A **produtividade aparente do trabalho**¹² do setor tem evoluído de forma positiva, passando de cerca de 12,8 para cerca de 16,7 milhares de euros, entre 2010 e 2016. Ainda assim, mantém-se muito abaixo da média nacional, que foi de 23,1 milhares de euros, em 2016.



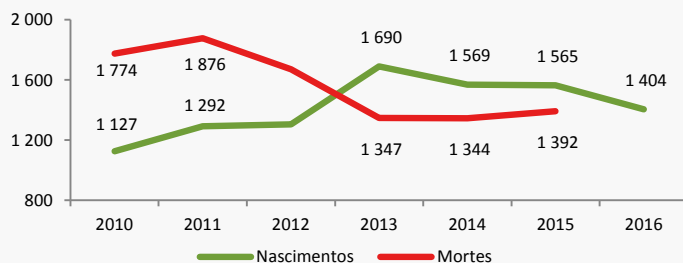
Ainda no ano de 2016, o **volume de negócios** atingiu os 7362 milhões de euros (3544 milhões de euros nos têxteis e 3819 milhões de euros no vestuário), valor 6% superior ao registado em 2015, representando cerca de 9% do total da indústria transformadora.

O **valor acrescentado bruto (VAB)** foi de 2260 milhões de euros (1028 milhões de euros nos têxteis e 1232 milhões de euros no vestuário), mais 9% do que em 2015, representando cerca de **11,2% do total da indústria transformadora**.

As indústrias do têxtil e vestuário representam um dos setores mais importantes da economia nacional, devido à criação de emprego e de riqueza, com um **peso de 4% no PIB**, em 2016.



¹² Produtividade aparente do trabalho = VAB / Pessoal ao serviço.

Gráfico 6 | Indústrias de Têxteis e Vestuário | Evolução nascimentos e mortes de empresas | N.º | 2010-2016


No período compreendido entre 2010 e 2012, os **nascimentos** de empresas do setor foram inferiores às mortes tendo-se invertido esta situação a partir de 2013, ano em que o n.º de novas empresas atingiu o seu valor máximo, verificando-se, contudo, uma tendência decrescente até 2016.

Relativamente ao investimento, em 2016, a **formação bruta de capital fixo (FBCF)** foi de cerca de 303 milhões de euros, (179 milhões de euros nos têxteis e 124 milhões de euros no vestuário), tendo apresentado um crescimento de 31% em relação a 2015.

Em 2016 e de acordo com o **Banco de Portugal**¹³, o **EBITDA**¹⁴ da indústria têxtil e vestuário cresceu 10%, tendo os têxteis contribuído com 7% para o aumento do EBITDA do setor. Entre 2015 e 2016, o EBITDA cresceu, em 53% das empresas do setor. Relativamente à dimensão, foram as PME que mais contribuíram (11%), tendo as microempresas contribuído negativamente (2%) para a variação do EBITDA do setor. Apenas 24% das empresas do setor apresentaram um EBITDA negativo, em 2016.

Por outro lado, a **margem líquida do setor**¹⁵ foi de 3%, percentagem inferior à das indústrias transformadoras e à do total das empresas, tendo, todavia, apresentado crescimentos consecutivos no período entre 2012 e 2016. Refira-se que, de um modo geral, os têxteis registaram margens superiores às do vestuário, no referido período.

A **rendibilidade dos capitais próprios** da indústria têxtil e vestuário foi de 10%, valor próximo ao registado pela indústria transformadora e superior ao do total das empresas (8%), sendo que o vestuário registou uma maior rendibilidade (11%), relativamente aos têxteis (9%). A rendibilidade nas PME e nas grandes empresas foi, respetivamente, de 11% e 8%, tendo sido negativa no caso das microempresas (13%).

Segundo o Banco de Portugal, em 2016, o **rácio de autonomia financeira** da indústria têxtil e vestuário foi de 38%, tendo crescido 7%, em relação a 2012. A autonomia financeira média foi de 45% nas grandes empresas, 39% nas PME e 6% nas microempresas. Verificou-se que os têxteis registaram uma autonomia financeira mais elevada (42%), em comparação ao vestuário (31%).

Relativamente ao **passivo** do setor, este apresentou um crescimento de 4%, entre 2015 e 2016.

¹³ Cf. atualização do estudo da Central de Balanços, sobre a análise setorial da indústria dos têxteis e vestuário, elaborada pelo Banco de Portugal (período entre 2012-2016), a 6 de abril de 2018.

¹⁴ EBITDA significa lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização, que é a tradução da expressão em inglês “*earnings before interest, taxes, depreciation and amortization*”.

¹⁵ Resultado líquido do período/rendimentos.

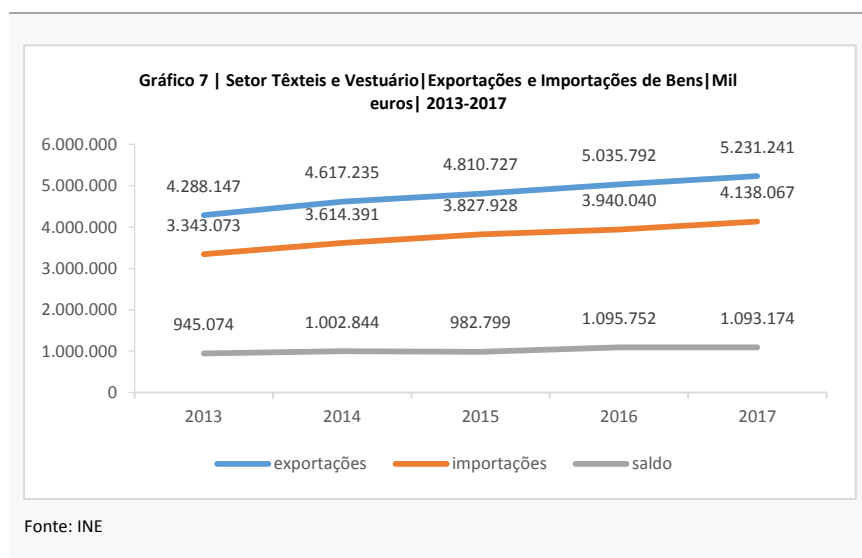
4.2. Comércio Externo¹⁶

Os dados relativos ao comércio externo baseiam-se na Nomenclatura Combinada (NC), do INE, nomenclatura das mercadorias da UE que satisfaz as exigências das estatísticas do comércio internacional e da pauta aduaneira comum. O setor têxtil e vestuário encontra-se na secção XI, nos capítulos 50 a 63¹⁷.

Nesta base, as **exportações** de têxteis e vestuário nacionais atingiram, em 2017, os **5231 milhões de euros** (2071 milhões de euros referentes aos têxteis e 3160 mil milhões de euros, ao vestuário), mais 4% do que no ano anterior, representando cerca de **8,9% do total das exportações de bens**. As **importações** registaram um aumento de 5%, situando-se nos 4138 milhões de euros (2042 milhões de euros referentes aos têxteis e 2096 milhões de euros, ao vestuário), constituindo cerca de 6% do total das importações.

A análise do mercado mostra-nos uma evolução positiva das exportações ao longo dos últimos anos (evolução semelhante ocorreu nas importações), que registaram um crescimento sustentável entre 2013 e 2017.

O saldo da balança comercial neste setor chegou a cerca de 1093 milhões de euros, em 2017, com uma **taxa de cobertura de 126%**.



Portugal exporta hoje cerca de **80%¹⁸ da sua produção de têxteis e vestuário para 189 países**, nos cinco continentes. Apesar da relevância do mercado europeu, pela proximidade geográfica e cultural e oferta com um prazo de entrega muito curto, destacam-se os EUA como importante destino extracomunitário.

A **promoção comercial externa** constitui uma das grandes prioridades do setor, o que tem permitido: (i) consolidar a posição da ITV nacional nos mercados externos, (ii) diversificar o destino das exportações, (iii) abordar novos mercados e (iv) possibilitar que novas empresas iniciem o processo de internacionalização.

¹⁶ Esta análise baseia-se nos dados do INE referentes a 2017 e encontra-se nas Fichas de Comércio Externo das Indústrias Têxteis e Vestuário elaboradas por esta DGAE, disponíveis no sítio web da DGAE.

¹⁷ **Têxteis** - (50 – Seda; 51 - Lã, pelos finos ou grosseiros; fios e tecidos de crina; 52 – Algodão; 53 - Outras fibras têxteis vegetais; fios de papel e tecidos de fios de papel; 54 - Filamentos sintéticos ou artificiais; lâminas e formas semelhantes de matérias têxteis sintéticas ou artificiais; 55 - Fibras sintéticas ou artificiais, descontínuas; 56 - Pastas (ouates), feltros e falsos tecidos; fios especiais; cordéis, cordas e cabos; artigos de cordoaria; 57 - Tapetes e outros revestimentos para pavimentos (pisos), de matérias têxteis; 58 - Tecidos especiais; tecidos tufados; rendas; tapeçarias; passamanarias; bordados; 59 - Tecidos impregnados, revestidos, recobertos ou estratificados; artigos para usos técnicos de matérias têxteis; 60 - Tecidos de malha; 63 - Outros artigos têxteis confeccionados; sortidos; artigos de matérias têxteis e artigos de uso semelhante, usados; trapos), e **Vestuário** (61 - Vestuário e seus acessórios, de malha; 62 - Vestuário e seus acessórios, exceto de malha).

¹⁸ Em 2008 exportava 65% da produção.

4.2.1. Subsetor Têxteis

Quanto aos principais mercados de **destino das exportações** portuguesas de têxteis, em 2017, destacam-se a Espanha, com uma quota de 20,3%, seguida da França com 11,6%, os EUA com 10,7%, a Alemanha, com 8,7% e o Reino Unido, que foi o nosso quinto cliente, representando 6,6% do total das exportações de têxteis.

Por outro lado, os cinco mais importantes mercados de **origem das importações** nacionais de têxteis foram Espanha, que representou 20,2% do valor total das importações de têxteis, Itália (13,7%), Índia (9,4%), Alemanha (8,9%) e China (7,0%).

Tabela 1 – Principais clientes e fornecedores | Têxteis | 2017

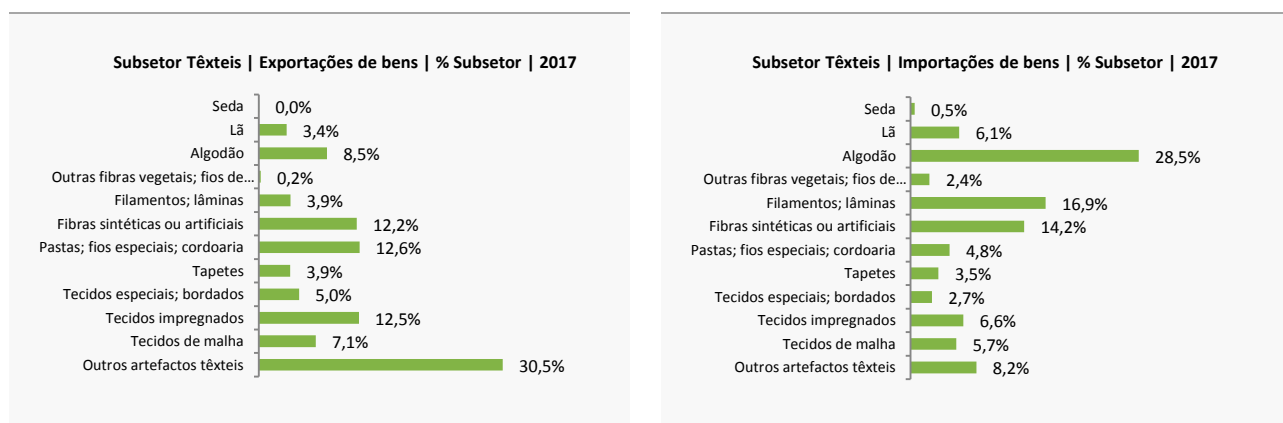
Principais Clientes Bens 2017 (jan-dez)			Principais Fornecedores Bens 2017 (jan-dez)		
	Posição	% Total Exportações		Posição	% Total Importações
ES: Espanha	1.ª	20,25%	ES: Espanha	1.ª	20,21%
FR: França	2.ª	11,62%	IT: Itália	2.ª	13,72%
US: Estados Unidos	3.ª	10,67%	IN: Índia	3.ª	9,35%
DE: Alemanha	4.ª	8,67%	DE: Alemanha	4.ª	8,90%
GB: Reino Unido	5.ª	6,57%	CN: China	5.ª	7,04%

Fonte dos Quadros Clientes / Fornecedores: INE Data atualização dados: 10-07-2018

Nota: Dados preliminares de 2017.

Na tabela *infra*, apresentam-se as exportações e importações de têxteis por tipo de tecido, verificando-se que os “outros artigos têxteis” representam 30% das exportações nacionais, constituindo os tecidos de algodão, a maior percentagem das importações (28,5%).

Tabela 2 – Exportações e Importações | Têxteis | 2017





4.2.2. Subsetor Vestuário

Relativamente ao vestuário, os principais mercados de **destino das exportações** portuguesas, em 2017, foram **Espanha**, com uma quota de 42,7%, seguida de França com 13,2%, o Reino Unido com 8,9%, a Alemanha, com 8,7%, e Itália com 4,7% do total das exportações de vestuário. Estes países representam, no seu conjunto, cerca de 78% das exportações portuguesas de vestuário.

Por outro lado, os cinco mais importantes mercados de **origem das importações nacionais de vestuário** foram Espanha, que representou mais de metade do valor total das importações de vestuário, França (9,8%), Itália (9,3%), Alemanha (5,2%) e China (4,4%).

Tabela 3 - Principais clientes e fornecedores | Vestuário | 2017

Principais Clientes Bens 2017 (jan-dez)		
	Posição	% Total Exportações
ES: Espanha	1.ª	42,74%
FR: França	2.ª	13,18%
GB: Reino Unido	3.ª	8,91%
DE: Alemanha	4.ª	8,67%
IT: Itália	5.ª	4,67%

Fonte dos Quadros Clientes / Fornecedores: INE Data atualização dados: 10-07-2018

Principais Fornecedores Bens 2017 (jan-dez)		
	Posição	% Total Importações
ES: Espanha	1.ª	55,49%
FR: França	2.ª	9,83%
IT: Itália	3.ª	9,27%
DE: Alemanha	4.ª	5,20%
CN: China	5.ª	4,43%

Nota: Dados preliminares de 2017.

Gráfico 8 | Subsetor Vestuário | Exportações de bens | % Subsetor | 2017

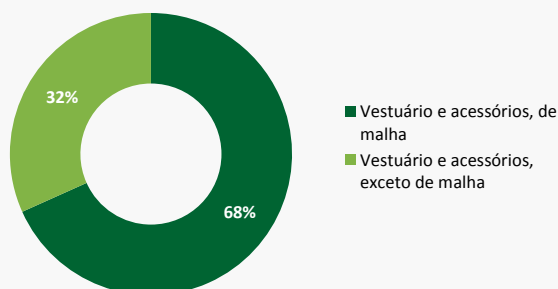
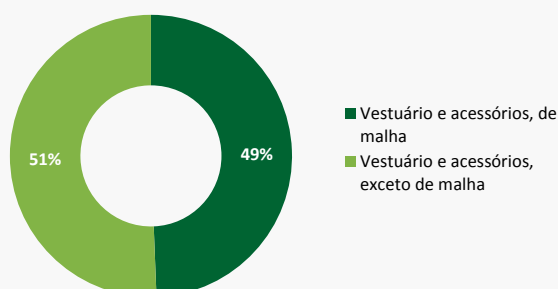


Gráfico 9 | Subsetor Vestuário | Importações de bens | % Subsetor | 2017





5. Entidades

O setor da indústria têxtil e vestuário (ITV) engloba duas importantes associações, a Associação Têxtil e Vestuário de Portugal (ATP) e a Associação Nacional das Indústrias de Vestuário e Confeção (ANIVEC), bem como, vários centros de competências, como o Centro Associativo de Inteligência Têxtil (CENIT), o Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário (CITEVE) e a Associação Seletiva Moda (ASM), relativamente ao apoio às empresas e à divulgação externa da oferta e da moda nacionais.

- **ATP** - É uma Associação de âmbito nacional, constituída por cerca de 500 empresas de têxteis, vestuário e moda, sendo a maior organização do setor. Criou diversas entidades, que gere e participa, e que constituem unidades de apoio ao setor em importantes áreas de atuação.
- **ANIVEC/APIV** - Representa o setor do vestuário e moda nacional junto de várias instituições nacionais¹⁹ e internacionais²⁰.
- **ANIL – Associação Nacional dos Industriais de Lanifícios** - Representa e defende os interesses das indústrias de lanifícios, respondendo às suas necessidades, de forma a garantir o desenvolvimento e a promoção das mesmas.
- **CENIT** - Trata-se da unidade de inteligência estratégica e de mercado para o setor, contribuindo para as ações de promoção da competitividade, de projetos, e desenvolvendo atividades de informação, formação, sensibilização e gestão de serviços e projetos.
- **CITEVE** - Tem como missão apoiar o desenvolvimento das capacidades técnicas e tecnológicas da ITV, através da inovação, da melhoria da qualidade e do suporte instrumental à definição de políticas industriais para o setor. Em 2003, criou o primeiro Centro de Nanotecnologia europeu, com destaque nos têxteis avançados e inteligentes.
- **ASM²¹** - Foi constituída em 1992, tendo por objetivo a internacionalização da ITV, através de ações coletivas sob a marca *From Portugal*, organizando feiras e missões comerciais no país e no estrangeiro, designadamente, o Salão Modtissimo, que conta já com 52 edições. Participa anualmente em 85 feiras em 35 países, apoiando mais de 900 empresas²².

¹⁹ APCM - Pólo de Competitividade da Moda, CENIT, Confederação da Indústria Portuguesa, CITEVE, MODATEX e FITVEP – Federação da Indústria Têxtil e Vestuário de Portugal.

²⁰ GINETEX - International Association for Textile Care Labelling, IFF - Internacional Fur Federation e INTERCOLOR - International Commission for Colour.

²¹ Cf. www.selectivamoda.com e www.modtissimo.com.

²² No âmbito dos vários quadros comunitários, a ASM apoia, desde 2004, as empresas da ITV, na participação em feiras e outros eventos internacionais, em várias áreas da fileira, nomeadamente nas seguintes: (i) Feiras Têxteis (fios, tecidos, acabamentos, acessórios); (ii) Feiras de Moda; (iii) Feiras de *private label*; (iv) Feiras da fileira têxtil; (v) Feiras de têxteis técnicos e inovadores; e (vi) Feiras de decoração e têxteis-lar.

Outras:

- **MODATEX - Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios** - Foi constituído em 2011, encontrando-se sediado no Porto e procura qualificar os recursos humanos da ITV, contribuindo para o desenvolvimento das atividades económicas e da competitividade do setor.
- **APCER - Associação Portuguesa de Certificação**²³ - Trata-se de uma entidade privada, constituída em 1996, cuja missão é a prestação de serviços, no âmbito da Certificação de Sistemas de Gestão, diagnósticos, avaliações e formação em auditorias de sistemas de gestão.
- **Home From Portugal** – É uma Associação que apoia as microempresas e PME de têxteis-lar na sua internacionalização, divulgando a imagem nacional nos mercados externos e consolidando a marca de excelência de Portugal no mundo²⁴.

Segundo informação veiculada pelo jornal Expresso, algumas das principais empresas do setor têxtil e vestuário nacional, são as que constam da tabela *infra*.

Tabela 4 – Empresas nacionais de Têxtil e Vestuário, por Volume de Negócios, 2018

Empresas	Subsetor	N.º Empregados	Volume de Negócios (milhões €)
Cotesi – Companhia de Têxteis Sintéticos, SA	Têxtil	524	81,1
Polopique – Comércio e Indústria de Confeções, SA	Vestuário	211	70,3
Riopele - Têxteis, SA	Têxtil	883	70,2
Petratex - Confeções, SA	Vestuário	577	64,1
Vieira & Marques, Lda.	Vestuário	233	61,8
Confetil, SA	Vestuário	287	61,8
Cordex – Companhia Industrial Têxtil, SA	Têxtil	340	61,4
Lameirinho – Indústria Têxtil, SA	Têxtil	697	58,0
FSM – Indústria de Confeções, SA	Vestuário	174	56,0
Ramiro & Carvalho, Lda	Vestuário	78	54,1
Copo Têxtil Portugal, SA	Têxtil	243	48,3
Têxteis J.F. Almeida, SA	Têxtil	574	41,7

Fonte: 1000 Maiores, Ed. Especial Expresso, 2018, análise DGAE

Para a evolução de um grande universo de empresas do setor, muito contribuíram os Planos Estratégicos desenvolvidos pela **ATP**, destacando-se o atual **Plano Estratégico Têxtil 2020** - “Projetar o Desenvolvimento da Fileira Têxtil e Vestuário até 2020”²⁵, que constitui um importante contributo para os agentes económicos, os centros de competência e o Estado, na definição das políticas públicas para o período 2014-2020, no âmbito do Portugal 2020.

²³ www.apcer.pt

²⁴ Através da participação em grandes ações internacionais, como a *Heimtextil*, a *Maison & Objet* ou a *Market Week N.Y.* e a presença em certames internacionais em países não tradicionais, como Singapura, Miami, Xangai e Hong Kong.

²⁵ Os anteriores Planos Estratégicos da ATP correspondem aos períodos compreendidos entre 2002-2006 e 2007-2013.

Este Plano engloba uma análise sobre a evolução do setor, identificando as suas prioridades e as principais tendências que o condicionam, inclui uma análise SWOT²⁶ e propõe uma estratégia global baseada nas seguintes áreas: (i) Capitalização das empresas; (ii) Gestão das organizações; (iii) Competitividade; (iv) Inovação e criatividade; (v) Valorização dos recursos humanos; (vi) Visibilidade e imagem do setor; e (vii) Empreendedorismo.

Foram ainda definidos 3 caminhos para a indústria, baseados nos seguintes aspetos:

- ↘ MARCA: Aposta na moda, na criação de coleções próprias, marcas e redes de retalho;
- ↘ TECNOLOGIA: Diversificação industrial (investigação, desenvolvimento tecnológico e inovação, têxteis técnicos e funcionais).
- ↘ PRIVATE LABEL: continuação do *private label*, desenvolvimento de produto (moda, coleções, logística e *sourcing* internacional).

Num inquérito que a ATP dirigiu às empresas do setor, estas identificaram como **principais fatores competitivos da ITV** nacional, a qualidade dos produtos/serviços, a rapidez no fabrico e a sua entrega, a localização, a flexibilidade, o preço, a inovação, a especialização e as tecnologias de fabrico.

Se por um lado, a fidelização de clientes, a diversificação dos mercados e a internacionalização do negócio são os principais **fatores positivos** no desenvolvimento da atividade, a concorrência desleal, os custos energéticos, a incerteza, a baixa qualificação profissional e os custos ambientais representam os principais **fatores negativos**.

Para que seja possível atingir os objetivos estratégicos definidos no Plano Estratégico e reforçar a competitividade do setor, tem havido grande coordenação entre as empresas, o Estado e os centros de competências, nomeadamente, a ATP, o CITEVE (investigação aplicada), o MODATEX (escola de moda), a Seletiva Moda (organização de eventos de moda), o CENTI (nanotecnologias e novos materiais), o CENIT (inteligência têxtil e mercados) e o apoio científico fornecido, em especial, pelas Universidades do Minho, Porto, Aveiro e Beira Interior.

Este reflete, também, o objetivo do **Interface**, um programa lançado pelo Governo em 2017 e transversal aos Ministérios da Economia, da Ciência, do Trabalho, do Planeamento e do Ambiente, que pretende reforçar *clusters*, designadamente o *cluster* têxtil – tecnologia e moda, centros tecnológicos e laboratórios colaborativos.

O objetivo é promover as ligações entre o tecido empresarial, as universidades e politécnicos e os centros tecnológicos para reforçar a competitividade das empresas através da valorização dos seus produtos, do aumento da inovação e da melhoria da sua inserção nas cadeias de valor internacionais.

²⁶ A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para a gestão e planeamento estratégico de uma empresa e é um acrónimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats).

6. Internacionalização

6.1. Cofinanciamento por fundos da União Europeia

No âmbito do cofinanciamento por Fundos da UE, destaca-se a importância do “**Portugal 2020**”, no qual se definem os princípios de programação que consagram a política de desenvolvimento económico, social e territorial para promover, em Portugal, entre 2014 e 2020.

O “Portugal 2020” organiza-se em quatro áreas temáticas: (i) Competitividade e Internacionalização; (ii) Inclusão Social e Emprego; (iii) Capital Humano, e (iv) Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos, desenvolvendo-se através de 16 Programas Operacionais.

Cofinanciado por:



O Programa Operacional de Competitividade e Internacionalização, **COMPETE 2020**, tem sido um importante auxiliar no desenvolvimento do setor a nível internacional, destacando-se o apoio financeiro para a presença em diversos eventos internacionais. Tem dado, sobretudo às PME e aos *designers* individuais, um apoio e uma motivação adicional na expansão para novos mercados.

6.2. Feiras e Eventos

A presença em feiras e outros eventos de têxtil e vestuário, quer nacionais quer internacionais, é um dos principais fatores estratégicos para o setor e de enorme relevância para o crescimento das exportações.

A nível nacional, destacam-se dois dos maiores eventos de promoção da moda nacional, onde os principais criadores portugueses apresentam as suas coleções, a ModaLisboa e o Portugal *Fashion*. Estes eventos ajudam a promover a criatividade, o *design*, a imagem e a reputação internacional da ITV e moda nacionais.

MODALISBOA™

A ModaLisboa surgiu em 1991, em Lisboa, por iniciativa de alguns *designers* e criadores de moda.

**PORTUGAL
FASHION**

O Portugal *Fashion* teve início no Porto, em 1994, por iniciativa da Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE) e da ATP.

Em 2018 foi assinado um protocolo de cooperação entre as duas entidades para a promoção da moda portuguesa no exterior. As ações desenvolvidas pelo Portugal *Fashion* nas principais cidades da moda (Nova Iorque, Londres, Milão e Paris), irão envolver também *designers* da ModaLisboa.



Promovido pela ATP, o projeto **Regeneração ITV**, de 2018, visa regenerar a imagem do setor, facilitando a criação e o desenvolvimento de empresas inovadoras, qualificadas e criativas, com potencial de internacionalização.



O projeto **European Textile 2020**²⁷, que decorreu entre 2016 e 2017, teve por objetivo formar as empresas com vista à sua internacionalização e divulgar a imagem de renovação e renascimento do setor. No âmbito da disseminação além-fronteiras desta mensagem de transformação da indústria, destaca-se a realização de uma conferência no Parlamento Europeu (PE)²⁸, que contou com a participação de personalidades da indústria e representantes de regiões e instituições europeias.

Na estratégia de internacionalização para o setor, a ATP e a ASM procuram trabalhar em parceria, colaborando com as entidades institucionais nos mercados onde se realizam feiras e missões, de modo a maximizar os resultados da presença nesses países, ou em Portugal.

Os programas *Fashion From Portugal*²⁹, e atualmente, o **Fashion From Portugal 4.0**, destinam-se à promoção internacional da imagem da ITV nacional. Neste âmbito, a aposta na **economia digital**, com a introdução das novas tecnologias digitais, vem reforçar a imagem do setor, de uma indústria moderna e inovadora, tecnologicamente avançada e de valor acrescentado, tendo como objetivo conquistar novos segmentos de mercado.



O Porto foi a cidade selecionada para a reunião da plataforma internacional **Intercolor**³⁰, que se realizou em novembro de 2018, onde se definiram as grandes tendências de cor e as texturas para o outono-inverno 2020/2021. Esta é uma ferramenta muito importante para a ITV portuguesa, que recebe atempadamente *inputs* para elaborar as suas coleções para essa estação.



Portugal foi o país convidado da última **Première Vision**³¹, uma das mais importantes feiras europeias do setor, tendo sido selecionado como o *Focus Country* na área da confeção.



²⁷ <http://eutextilecooperation.com/pt-pt/european-textile-2020>

²⁸ Intitulada "O renascimento dos têxteis portugueses: um exemplo de melhores práticas", foi elogiada a forte recuperação do setor nacional e destacada a aposta na inovação, *design*, valor acrescentado, políticas públicas incentivadoras, e ainda os apoios europeus. Foi referenciada a relevância do setor na economia europeia e a eventual aplicação das boas práticas portuguesas noutros países da UE.

²⁹ A promoção externa da indústria nacional envolveu a imagem externa dos três principais subsectores da ITV: moda e marcas, *private label*, incluindo os têxteis de alta tecnologia, e os têxteis-lar.

³⁰ O Intercolor é uma plataforma de pesquisa e desenvolvimento de cor que reúne, duas vezes ao ano, os representantes de 26 países dos setores da moda, vestuário, têxtil, *design* e cor.

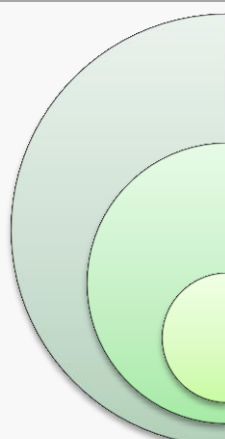
³¹ A feira Première Vision (Paris) tem uma participação de 60.000 profissionais de 120 países, e contou com 67 marcas portuguesas nas áreas dos têxteis, fios/malhas, acessórios, confeção, peles e tendências. A última realizou-se em setembro 2018. Segundo a Première Vision, Portugal é "um parceiro de proximidade competente, competitivo e estável [...] e um dos países mais comprometidos em matéria de economia circular".

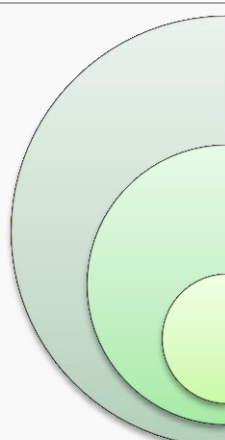
7. Economia Circular e Boas Práticas

Considerada a segunda maior indústria poluidora do mundo, a indústria têxtil está empenhada em reduzir a sua pegada ecológica através da economia circular e da **sustentabilidade da produção**. De facto, as fiações estão a adaptar-se para incorporar fibras recicladas e orgânicas, assim como fibras sintéticas biodegradáveis, tendo aumentado a procura por fios sustentáveis e com baixo impacto no meio ambiente³².

Destaca-se, neste âmbito, a capacidade inovadora da indústria nacional como amiga do ambiente, produzindo, nomeadamente, tecidos a partir de novos materiais biodegradáveis como a cortiça ou o caule das rosas, ou a partir da reciclagem de resíduos das próprias fábricas ou de plásticos recolhidos no mar.

Refira-se, como exemplos de **boas práticas** nas áreas da economia circular, da sustentabilidade e da capacidade inovadora da ITV nacional, seis empresas, que estiveram presentes na *Première Vision*, Paris:

	<p>A Somelos Tecidos, produz um tecido sustentável e biodegradável, que combina algodão com fibra de viscose, extraído do <i>caule da rosa</i>, que lhe dá um toque macio, sedoso e brilhante e tem propriedades aromáticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Emprega mais de mil trabalhadores e fatura 60 milhões de euros • A quase totalidade da produção destina-se à exportação, sendo os EUA o principal mercado, com uma quota de 20%, seguido de Itália, com 15%.
	<p>A Sedacor, foi convidada para a <i>Première Vision</i>, onde apresentou o <i>cork-a-tex yarn</i>, um fio revestido com aditivos de cortiça, que pode ser aplicado em tecidos ou malhas para vestuário ou têxteis-lar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • O investimento é apoiado pelo Citeve e Universidade do Porto e será produzido, em 2019.
	<p>A <i>Re.born</i> é o novo produto da Penteadora – Sociedade Industrial de Penteação e Fiação de Lãs, que utiliza os desperdícios têxteis das três empresas do grupo, criando um tecido cardado feito com, pelo menos, 50% de resíduos de lã.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Produz tecidos para fatos e casacos, artigos de proteção individual, como tecidos antifogo e outros. • Tem clientes como os bombeiros portugueses e os bombeiros e a polícia de choque francesa.

	<p><i>Tenowa</i> é a nova marca verde da Riopele, que produz tecidos funcionais e inovadores a partir de matérias-primas recicladas e incorporando ingredientes extraídos de resíduos agroalimentares para lhes conceder funcionalidades como a neutralização de odores ou anti-ódoas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A diminuição do consumo de água no processo produtivo constitui uma das preocupações da Riopele, que está também a investir na instalação de painéis fotovoltaicos e em máquinas novas e mais eficientes. • Fornece Armani, Boss e Versace, entre outras marcas de luxo.
	<p>A Lemar, empresa de tecidos de Guimarães, apresentou a sua primeira coleção desenvolvida com fios <i>Seaqual</i>, produzida a partir de plástico recolhido dos oceanos. A empresa transforma os fios em pano, que tingue e estampa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A empresa tem também uma linha com fios feitos a partir de desperdícios de plástico, mas recolhidos em terra. • Recentemente, adquiriu novos teares “de última geração”. • A Lemar refere que os materiais reciclados têm hoje grande procura.
	<p>A LMA usa a fibra <i>Seaqual</i> (poliéster reciclado de garrafas de plástico recolhidos no Mediterrâneo) na produção de malhas, designadamente para a marca de banho francesa <i>Frescobol</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A LMA é uma empresa especializada no fabrico de tecidos para as grandes marcas de desporto e outdoor. • Há dois anos investiu 40 mil euros para obter a certificação <i>BlueSign</i>.

³² Desde fibras de base vegetal ou animal até fibras sintéticas mais ecológicas (fibras animais recicladas, algodão reciclado, fibras naturais produzidas de forma sustentável, celulose regenerada, fibras sintéticas recicladas).



Refira-se ainda que, na última edição do evento Modtissimo, foi criado um espaço dedicado à economia circular e à sustentabilidade, o **Green Circle**³³, onde se podiam encontrar tecidos inovadores transformados em produto final, resultado de parcerias entre empresas têxteis e criadores de moda.

Existem ainda várias empresas que trabalham com tecidos e peças elaboradas com base em resíduos das fábricas, fios e linhas usando fibras recicladas, biodegradáveis ou feitas a partir de produtos naturais alternativos, como a urtiga, ou botões produzidos com vários tipos de resíduos, como algodão, papel, cortiça, casca de arroz ou serrim.

A sustentabilidade social e ambiental, quer no que se refere à produção de matérias-primas biológicas, quer limitando o uso de materiais nocivos, constitui também um fator de competitividade das empresas, pela diferenciação em relação à concorrência internacional.

³³ <http://www.modtissimo.com/noticias/detalhes.php?id=245>

8. Enquadramento Legislativo

Tendo as diferentes denominações das fibras têxteis nos vários Estados-Membros criado barreiras técnicas ao comércio na UE, com prejuízo para os consumidores, foi reconhecida, pela Comissão Europeia, a necessidade de ajustar a legislação nesse sentido.

Atualmente, o Regulamento (UE) n.º 1007/2011, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de setembro de 2011, alterado pelo Regulamento Delegado (UE) n.º 286/2012, da Comissão, de 27 de janeiro de 2012, relativo às denominações das fibras têxteis e à correspondente etiquetagem e marcação da composição em fibras dos produtos têxteis, constitui a principal legislação de base para o setor.

O Decreto-Lei n.º 257/2012, de 29 de novembro, assegura a aplicação efetiva a nível nacional do disposto no referido Regulamento.

Outra legislação relacionada com o têxtil e o vestuário:

- ↳ Segurança do produto;
- ↳ Acreditação e fiscalização do mercado;
- ↳ Diretiva relativa às práticas comerciais desleais;
- ↳ Regulamento sobre Registro, Avaliação, Autorização e Restrição de Produtos Químicos (REACH);
- ↳ Diretiva EPI (Equipamentos de Proteção Individual);
- ↳ Diretiva relativa à segurança dos brinquedos;
- ↳ Diretiva relativa às emissões industriais; e
- ↳ O estabelecimento dos critérios para a atribuição do rótulo ecológico da UE aos produtos têxteis e aos contratos públicos ecológicos (CPE) nos têxteis.

De acordo com o Regulamento acima referido, os têxteis não têm de ser marcados com a marca CE, no entanto, se os produtos têxteis forem abrangidos pela legislação que exige a marcação CE, nomeadamente o Regulamento relativo aos equipamentos de proteção individual (Regulamento (UE) 2016/425) e a Diretiva relativa à segurança dos brinquedos (2009/48 / CE), estes devem ser marcados CE, de acordo com as disposições dessas Diretivas.

Acresce que, tratando-se de uma indústria muito poluente, as empresas têm a obrigação de cumprir a legislação ambiental, a qual é transversal a outros setores, nomeadamente, a relativa às captações de água, produtos químicos, efluentes líquidos, gasosos, resíduos, ruído, energia, emissões atmosféricas.

A nível europeu e nacional, a legislação mais relevante em vigor para o setor do têxtil e do vestuário fundamenta-se no **REACH**, Regulamento (CE) n.º 1907/2006, de 30 de dezembro.



Este Regulamento, relativo ao Registo, Avaliação, Autorização e Restrição dos Produtos Químicos, e respetivas atualizações³⁴, substituiu diversas Diretivas e Regulamentos comunitários.

O REACH tem como objetivo melhorar a proteção da saúde humana e do ambiente face aos riscos que podem resultar dos produtos químicos, impondo às empresas um conjunto de obrigações, para as quais é imprescindível o intercâmbio de informações ao longo da cadeia de abastecimento a jusante (do fornecedor para o cliente) e a montante (do cliente para o fornecedor).

Neste contexto, o **REACH não é uma obrigação exclusiva da indústria química**, sendo aplicado à quase totalidade dos setores de atividade, caso utilizem substâncias químicas, designadamente, **o têxtil e vestuário**, o calçado, os curtumes, a madeira, os produtos de limpeza, as tintas e vernizes, o papel e os plásticos.

Todavia, quem exporta têxteis ou vestuário terá necessariamente que cumprir as exigências dos seus clientes finais, e normalmente essas são mais exigentes que o REACH. A nível extra comunitário deverá ser efetuada uma análise caso a caso, sendo aplicada a legislação do país de destino do produto.

Para facilitar a implementação dos Regulamentos REACH foi desenvolvido um portal³⁵, onde consta toda a informação relativa a estes regulamentos e respetivas alterações.

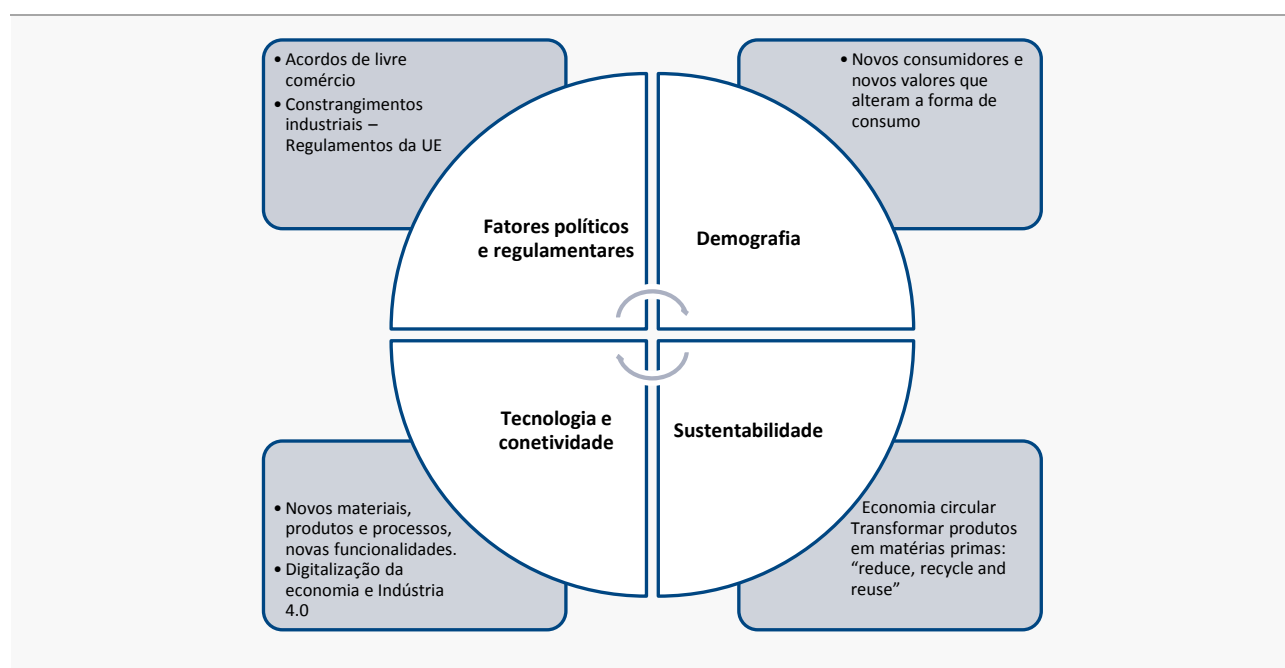
³⁴ (i) Regulamento (UE) 2017/999, de 13 de junho, da Comissão que altera o anexo XIV do REACH; (ii) Regulamento (UE) 2017/1510, da Comissão de 30 de agosto, que altera os apêndices ao anexo XVII ao REACH; (iii) Regulamento de execução da Comissão (UE) 2016/9, de 5 de janeiro, relativo à apresentação conjunta de dados e partilha de dados em conformidade com o REACH; (iv) Regulamento (CE) 440/2008, da Comissão de 30 de maio, que estabelece métodos de ensaio nos termos do REACH, e (v) Regulamento (CE) 340/2008 da Comissão, de 16 de abril, sobre as taxas e encargos a pagar à Agência Europeia dos produtos químicos nos termos do REACH.

³⁵ <http://www.reachhelpdesk.pt/>

9. Perspetivas Futuras

A **promoção comercial externa** continua a ser uma das **principais prioridades** para a ITV portuguesa. A concorrência a nível internacional constitui não apenas uma oportunidade mas um incentivo para as empresas nacionais melhorarem a sua *performance*, aperfeiçoando-se, investindo e evoluindo mais que os seus concorrentes.

Neste âmbito, segundo a ATP, as **principais tendências** futuras consideradas para a indústria têxtil e vestuário nacional, são as seguintes:



Para preparar as empresas portuguesas para o futuro e para a **Indústria 4.0**, o Governo trabalhou, desde abril de 2016, com mais de 200 entidades e empresas, organizadas em grupos de trabalho de acordo com quatro fileiras³⁶. As empresas de têxteis e vestuário fizeram parte da estrutura inicial do grupo de trabalho relativo à moda. Os grupos emitiram recomendações ambiciosas, mas realizáveis, para todos os envolvidos, com uma agenda adaptada às necessidades e ao potencial da indústria nacional.

A **Estratégia Nacional para a Indústria 4.0** resulta, assim, de um conjunto de 60 medidas de iniciativa pública e privada, que se encontram organizadas por seis eixos de atuação prioritária, desde o desenvolvimento do capital humano à adaptação legal e normativa de suporte ao processo de digitalização da economia. No âmbito desta Estratégia, foram desenvolvidos um conjunto de mecanismos de financiamento, como forma de incentivar e orientar o investimento das empresas em novas soluções tecnológicas e de negócios, a fim de tornar a indústria portuguesa mais competitiva nos mercados externos.

³⁶ Moda e Retalho, Automóvel, Agroalimentar e Turismo. Estas fileiras foram selecionadas em função da sua contribuição para a economia nacional, relevância no tecido de PME nacional e suscetibilidade à transformação digital, tendo servido de amostra, numa primeira fase.



No setor têxtil e vestuário, será necessário **investir**, nomeadamente, em áreas como o *marketing* digital e as vendas *online* e promover a interligação entre empresas e universidades, não esquecendo a aposta em mão de obra qualificada, nas diversas áreas e níveis hierárquicos, os novos modelos de negócio (concentrando-se em vantagens competitivas), a inovação tecnológica, e aproveitar outros benefícios dos fundos estruturais, nomeadamente, no âmbito do Horizonte 2020.

Segundo a ATP, a **cadeia de valor da ITV** tem potencial nas atividades de maior valor acrescentado, sobretudo no que respeita à criação de marcas próprias, baseadas no *design* e utilização de materiais e tecidos técnicos evoluídos.

Neste contexto, convém referir que a atividade das **marcas** é complementar à atividade da produção, mas tem implícito um modelo de negócio muito diferente da atividade industrial. Verifica-se, assim, por parte de algumas empresas, o investimento e desenvolvimento do negócio das marcas nacionais. Todavia, no contexto do total da indústria de vestuário e moda, este negócio continua a ter uma expressão muito menor do que o negócio da subcontratação (*private label*) qualificada, que representa cerca de 90% das exportações de vestuário de Portugal.

Refira-se que no mercado atual a concorrência entre marcas é muito forte e a necessidade de renovação (com o aparecimento de novas marcas) é uma constante, sendo necessário um plano de ação a longo prazo para a criação de marcas portuguesas.

Assim, e apesar da ITV nacional ser hoje um caso de sucesso internacional e um exemplo para outras economias mundiais, é necessário continuar a investir, para conferir sustentabilidade aos progressos alcançados, quer ao nível da qualificação dos recursos humanos, da diversificação dos mercados externos e de uma melhor e mais rigorosa gestão das empresas, que permita um aumento de eficiência.

10. Considerações Finais

A ITV nacional constitui uma indústria extremamente importante para a economia portuguesa, devido à sua capacidade para gerar riqueza e criar emprego.

Após um período de declínio, a ITV conseguiu encontrar novos caminhos para a sua **renovação**, nomeadamente, através do *design*, da moda, da inovação tecnológica, da aplicação de novos materiais, da qualidade (reconhecida a nível internacional), da intensificação do serviço e da internacionalização das empresas, não concorrendo pelo preço, mas pela diferenciação e pelo valor.

O investimento em **campanhas de promoção externas**, permitiu destacar uma das indústrias mais dinâmicas e exportadoras da economia portuguesa, constituída, atualmente, por empresas tecnologicamente evoluídas, reconhecidas pelo seu *know-how*, criatividade, flexibilidade e fortemente orientadas para os mercados internacionais.

De facto, o profundo conhecimento da atividade e as tecnologias de produção permitiram o aumento do **valor acrescentado**, da flexibilidade de produção e rapidez de resposta, o que, em conjunto com um *cluster* organizado e estruturado para o apoio ao setor, foram fundamentais para o seu crescimento, ao longo dos últimos anos.

No entanto, a reduzida dimensão de algumas empresas, recursos humanos escassos e ainda pouco qualificados, a fragilidade financeira, determinadas características culturais e baixas competências B2C (*Business to Consumer*³⁷), têm dificultado uma maior expansão empresarial, designadamente através da criação de marcas e redes de distribuição rentáveis e com maior dimensão.

De qualquer forma, os novos **desafios** resultantes, nomeadamente, da economia digital, da sustentabilidade e economia circular, da diversificação tecnológica do setor (têxteis técnicos e funcionais, novas matérias primas, novos produtos e novos mercados) e a perspetiva de novas marcas nacionais, poderão ser a oportunidade de consolidação do futuro desenvolvimento da ITV portuguesa.

Refira-se, ainda, a importância dos **Programas de Incentivos**, que têm sido bem aproveitados pelo setor, contribuindo para a relevância internacional do têxtil e vestuário português.

De facto, a estratégia de internacionalização definida para o setor, alinhada com as políticas públicas de estímulo à atividade económica e à internacionalização da economia, tornaram a atual ITV nacional um *case study* de sucesso.

³⁷ O B2C refere-se ao modelo de comércio eletrónico entre uma empresa e o consumidor, pela internet e sem intermediários. Visa, portanto, criar proximidade com os clientes.



11. Referências Bibliográficas

- ↳ Fashion from Portugal 2016, ATP
- ↳ Fashion from Portugal 2017, ATP
- ↳ “50 Anos ATP”, edição comemorativa dos 50 anos, ATP
- ↳ Revista Portugalglobal, “Indústria têxtil e de vestuário uma referência a nível mundial”, outubro 2018
- ↳ “Análise Setorial da Indústria dos têxteis e vestuário 2012-2016”, Estudos da Central de Balanços, Banco de Portugal, 2018
- ↳ Boletim Económico, Banco de Portugal, dezembro 2018
- ↳ “A indústria têxtil e vestuário Portuguesa”, António dos Santos Pereira, ed. Correios Portugal, 2017
- ↳ Economia Digital, Fórum da Indústria Têxtil, ATP, julho 2018
- ↳ The World Trade Organization Agreement on textiles and clothing, Informative Note, November 1999
- ↳ Ficha do Comércio Externo – Indústrias dos Têxteis e Vestuário, DGAE, 2018
- ↳ Ficha do Tecido Empresarial - Indústrias dos Têxteis e Vestuário, DGAE, 2018
- ↳ 1000 maiores empresas, Jornal Expresso, dezembro 2018
- ↳ 500 maiores e melhores, Exame 2018
- ↳ www.ine.pt
- ↳ www.atp.pt
- ↳ www.citeve.pt
- ↳ www.modatex.pt/portal/
- ↳ www.selectivamoda.com
- ↳ www.portugaltextil.com
- ↳ www.aicep.pt
- ↳ www.ec.europa.eu/portugal/home_pt
- ↳ https://ec.europa.eu/growth/sectors/fashion/textiles-clothing/eu_pt
- ↳ <http://eutextilecooperation.com/>