

CONSTRUÇÃO

Concorrer para a valorização da Pedra portuguesa



• Célia Marques, vice-presidente executiva da Assimagra

Entrevista. É um dos projectos mais recentes da Associação Portuguesa da Indústria dos Recursos Minerais (Assimagra) chama-se “Broot – Dialogues from Within” e fez a sua estreia em Riade, na INDEX Saudi Arabia, mas a intenção é ir mais além do que a presença em feiras internacionais. Ao CONSTRUIR, Célia Marques, vice-presidente executiva da Assimagra falou sobre a importância deste projecto para a valorização da pedra natural

Manuela Sousa Guerreiro
Fotos: DR

Para já, a aposta na inovação e adopção de uma postura pró-activa na resposta aos desafios da sustentabilidade, de onde se destacam a implementação de novas técnicas de extração e transformação que minimizam o impacto ambiental, contribuíram para a valori-

zação do produto exportado pelo sector de pedra natural. Contas feitas, até Julho as exportações do sector atingiram os 289 milhões de euros, uma redução de 6,54% face ao período homólogo. Em contrapartida, o preço médio por tonelada aumentou 2,77%. É por concorrer para a valorização do produto exportado que projectos como o “Broot – Dialogues from Within”, são tão importantes, considera Célia Marques, vice-presidente executiva da Associação Portuguesa da Indústria dos Recursos Minerais, Assimagra.

A Assimagra lançou o “Broot – Dialogues from Within”. Em que contexto e com que objectivo?

O projecto Broot – Dialogues from Within foi lançado no con-

“Até Julho de 2024, as exportações do sector de pedra natural atingiram 289 milhões de euros, embora tenha havido uma redução de 6,54% em relação ao mesmo período de 2023. No entanto, o preço médio por tonelada aumentou 2,77%, o que mostra uma valorização dos produtos exportados”

texto da valorização da pedra natural portuguesa, com financiamento do Plano de Recuperação e Resiliência (PRR), através da Agenda Verde Sustainable StoneByPortugal. O objectivo principal é destacar a importância da pedra natural portuguesa como material sustentável e versátil, promovendo o diálogo entre tradição e inovação e mostrando como as rochas podem ter aplicações em projectos de arte e design, enquanto se promove a internacionalização e a valorização da indústria da pedra natural.

ID: 114016738

01-11-2024

Como é que este programa se insere na estratégia da Assimagra e do sector que a associação representa? Este é um projecto que “pisca o olho” à internacionalização?

O projecto Broot está totalmente alinhado com a missão da Assimagra de promover a internacionalização do sector, ampliando a presença de produtos de pedra natural portuguesa em mercados globais. Este enfoque é sustentado pela participação em feiras como INDEX Saudi Arabia em Riade, a Maison et Object em Paris, a Milan Design Week em Milão, a NYC Design Week, em Nova Iorque, e eventos em outras regiões do mundo, como é o caso da presença no pavilhão de Portugal da Expo Osaka, no Japão, ampliando o potencial exportador

O que inspirou esta primeira colecção e a relação com as diferentes regiões do país?

A primeira colecção, intitulada “Dialogues”, é inspirada no diálogo entre a pedra natural e outros materiais sustentáveis originários de diferentes regiões de Portugal. Cada peça reflecte as características culturais e geográficas do país, como a fusão de xisto e madeira do Vale do Côa, granito e burel da Serra da Estrela, mármore e cortiça do Alentejo, calcário e o barro da região centro e o basalto e fibras naturais das ilhas. Esta colecção foi criada por cinco estúdios de design, que representam diferentes regiões e tradições.

CONCORRER PARA A PROJECCÃO INTERNACIONAL DA PEDRA PORTUGUESA

Esta colecção tem a curadoria de Gisella Tortoriello, lança 25 peças que já tiveram a sua estreia no mercado. Qual foi a receptividade? Para além da participação em feiras está a ser pensada outra forma de divulgação destas peças?

A receptividade inicial foi bastante positiva, com destaque para a estreia em Riade na INDEX Saudi Arabia. Além da participação em feiras, há uma estratégia de comunicação digital robusta, envolvendo a plataforma oficial do projecto e redes sociais, o que reforça a visibilidade global. Para além das feiras, a Assimagra está a explorar outras formas de divulgação, incluindo exposições itinerantes, colaborações com galerias



de arte e parcerias com designers nacionais e internacionais, para garantir que o alcance deste projecto continue a expandir-se.

Esta é a primeira colecção, o que está pensado para o futuro em termos de desenvolvimento do “Broot – Dialogues from Within”?

Para o futuro, a Broot continuará no desenvolvimento contínuo de novas colecções que explorem a fusão de materiais e reforcem a identidade cultural de Portugal. A ideia é que o projecto seja uma plataforma de inovação constante, trazendo novos diálogos entre a rocha, o design e a cultura, reforçando o papel da pedra portuguesa no cenário internacional. Também está planeado um foco crescente em sustentabilidade e a utilização de tecnologias avançadas para criar peças únicas, mantendo a abordagem experimental que caracteriza o projecto.

A actividade da Assimagra vai mais além do que este

“A receptividade inicial foi bastante positiva, com destaque para a estreia em Riade na INDEX Saudi Arabia. Além da participação em feiras, há uma estratégia de comunicação digital robusta, envolvendo a plataforma oficial do projecto e redes sociais, o que reforça a visibilidade global. Para além das feiras, a Assimagra está a explorar outras formas de divulgação, incluindo exposições itinerantes, colaborações com galerias de arte e parcerias com designers nacionais e internacionais, para garantir que o alcance deste projecto continue a expandir-se”

programa. Quais são as principais acções onde estão envolvidos?

A Assimagra está igualmente focada em inúmeras iniciativas, com foco na inovação tecnológica, ajudando as empresas a mo-

dernizarem seus processos produtivos e a aumentarem sua competitividade internacional, na sustentabilidade, como é o caso dos projectos Roteiro de Descarbonização do sector e caracterização da pegada ambiental dos

produtos em pedra natural, e na promoção da pedra portuguesa em mercados internacionais, como são exemplos as iniciativas internacionais voltadas para a arquitectura "About Portuguese Stone" que decorrem durante este mês de Outubro em Nova Iorque, Chicago e Londres. No fundo, o trabalho da associação é todo ele voltado para as PME do sector, ajudando a valorizar a indústria em todas as suas vertentes e a diversificar o seu potencial exportador.

A inovação e sustentabilidade são os dois grandes desafios do sector? Como é que a indústria nacional está a responder a estas duas grandes questões?

A indústria tem adoptado uma postura pró-activa na resposta aos desafios da sustentabilidade, implementando novas técnicas de extracção e transformação que minimizam o impacto ambiental, sem perder de vista a inovação no design e na utilização de novos materiais e desen-

“Os principais mercados em 2024 incluem a França, China, Espanha e Estados Unidos. A França lidera com mais de 67 milhões de euros em exportações, enquanto a China e a Espanha enfrentaram quedas. No entanto, mercados como o Vietname, que cresceu 30%, e o Kuwait, com um aumento de 62,83%, têm mostrado um grande potencial”

volvimento de novos produtos mais eco-friendly. Projectos como o Broot são um exemplo claro de como o sector está a adaptar-se a estas exigências.

EUROPA É O PRINCIPAL COMPRADOR, MAS MÉDIO ORIENTE E ÁSIA CRESCEM
Esta é uma indústria exportadora. 2024 tem sido um bom ano? É possível adian-

tar os números referentes ao primeiro semestre do ano? E quais as previsões para o fim do ano face ao ano anterior?
Até Julho de 2024, as exportações do sector de pedra natural atingiram 289 milhões de euros, embora tenha havido uma redução de 6,54% em relação ao mesmo período de 2023. No entanto, o preço médio por tonelada aumentou 2,77%, o que mostra uma valorização dos produtos

exportados. A Europa continua a ser o principal destino, representando 53,18% do total das exportações. As previsões indicam um abrandamento nas exportações face ao contexto europeu onde nos inserimos, embora com uma perspectiva de recuperação para o segundo semestre.

Quais são os nossos principais mercados e quais os que perspectivam maior crescimento?

Os principais mercados em 2024 incluem a França, China, Espanha e Estados Unidos. A França lidera com mais de 67 milhões de euros em exportações, enquanto a China e a Espanha enfrentaram quedas. No entanto, mercados como o Vietname, que cresceu 30%, e o Kuwait, com um aumento de 62,83%, têm mostrado um grande potencial. A Arábia Saudita também se destaca, com um crescimento de 76,24%. Estes mercados, especialmente no Médio Oriente e em alguns países asiáticos, perspectivam um crescimento contínuo. **C**

EMPRESAS



É um dos projectos mais recentes da Associação Portuguesa da Indústria dos Recursos Minerais (Assimagra) chama-se "Broot - Dialogues from Within" e fez a sua estreia em Riade, na INDEX Saudi Arabia, mas a intenção é ir mais além do que a presença em feiras internacionais. Ao CONSTRUIR, Célia Marques, vice-presidente executiva da Assimagra falou sobre a importância deste projecto para a valorização da pedra natural

Concorrer para a valorização da Pedra portuguesa

20-23