

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

PROJETO Nº: 37.594

APOIO NO ÂMBITO DO SISTEMA DE INCENTIVOS: 04-SIAC-2017

DESIGNAÇÃO DO PROJETO: Portugal Fashion 2017 – 2018

CUSTO TOTAL ELEGÍVEL: 5.456.008,621 €

APOIO FINANCEIRO DA UE - FEDER/INCENTIVO: 4.637.607,33 €

CÓDIGO UNIVERSAL: POCI-02-0752-FEDER-037594

APOIO FINANCEIRO PÚBLICO NACIONAL: Portugal 2020 – Compete 2020

SÍNTESE DO PROJETO:

Com este projeto pretendemos fazer vingar o espírito mais jovem, empreendedor e inovador, que acompanha habitualmente as ações da ANJE. De facto, há um forte investimento em novas ações e na dinamização das parcerias entre jovens criadores e a indústria, de modo a que por via do design e da criação de marca própria, a indústria nacional da moda possa singrar por si própria, não estando dependente de subcontratações, ainda que das principais marcas e criadores internacionais.

As principais atividades a implementar são:

- PORTO: 2 Edições:

2ª EDIÇÃO 2017 e 1ª EDIÇÃO 2018

Trata-se da formatação de uma verdadeira semana de moda, à semelhança do que acontece em França, Reino Unido, Itália ou NY, com desfiles de carácter profissional e outras iniciativas complementares, sempre com forte capacidade de comunicação da qualidade da Moda nacional, da inovação que o setor incorpora e do design subjacente a todas as coleções participantes do alinhamento oficial do Portugal Fashion.

Propomo-nos concretizar a apresentação de coleções de moda em desfiles individuais, assegurando a renovação do que até agora tem sido uma constante no programa do Portugal Fashion nacional, permitindo uma maior proximidade às características individuais de cada criador e marca. Com estas apresentações personalizadas, todo um conceito criativo envolvente é transmitido ao público passando a imagem da coleção do criador, ou da marca, no seu todo.

O Programa chega a milhares de potenciais consumidores da Moda Nacional e a dezenas de jornalistas, agentes de compras e opinion-makers internacionais que visitam o nosso país e, através do pretexto Moda, entram em contacto com a modernidade que se pretende passar e vincar nas memórias destes grupos de visitantes.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

- JOVENS CRIADORES: 2 Edições:

2ª EDIÇÃO 2017 e 1ª EDIÇÃO 2018

Também aqui nos propomos a realizar dois desfiles por ano, especialmente dirigidos aos Jovens Criadores. Desde o início de consolidação das suas carreiras profissionais que devem estar conscientes da importância de dar resposta aos timings exigidos pelo mercado e às dificuldades de gestão de um calendário que lhes impõe duas coleções por ano, Outono|Inverno e Primavera|Verão.

Pretendemos promover mais ativamente novos nomes para a Moda Nacional. A proximidade à indústria é fomentada desde a primeira fase de relacionamento destes jovens criadores com empresas do sector, pelo desenvolvimento de parcerias que pretendem aumentar a competitividade, pelo desenvolvimento de maior qualidade nos produtos apresentados e de fatores de inovação como novos materiais.

- DESFILES BLOOM: 2 Edições:

2ª EDIÇÃO 2017 e 1ª EDIÇÃO 2018

O apoio aos jovens criadores é uma das maiores preocupações do projeto Portugal Fashion. Neste contexto, propomo-nos a realizar a ação Desfiles Bloom. Esta nova iniciativa afasta-se do conceito tradicional de passerelle, com o intuito de proporcionar desfiles num ambiente mais informal, urbano e multiartístico. Para além da presença de desfiles de Jovens Criadores esta ação envolve ainda a participação das escolas de moda.

É nossa intenção descobrir novos talentos, associá-los ao Portugal Fashion e integrá-los no movimento criativo do país, da região Norte e do Porto.

Pensamos que o ambiente gerado no Espaço BLOOM torna mais atrativos os desfiles dos jovens designers, fazendo chegar as suas criações a um público receptivo à vanguarda, ao experimentalismo, e à rutura estética.

A aposta em jovens criadores é, desde há muito, um dos pilares da estratégia do Portugal Fashion. O evento procura funcionar como alavanca de talentos emergentes, de modo a renovar o panorama da moda nacional, a facilitar a integração de novos designers no mercado de trabalho e a preencher eventuais lacunas que empresas do sector têxtil, vestuário e calçado tenham ao nível do design. Neste sentido, o Espaço BLOOM foi concebido com o propósito de dar visibilidade ao trabalho de jovens saídos das escolas de moda e que revelam potencial, bem como de consolidar os resultados do esforço promocional que tem sido feito em criadores emergentes e já com participações anteriores no Portugal Fashion.

Ao lançar novas promessas, o Portugal Fashion está também a dinamizar todo o circuito da moda nacional. Mais criadores no mercado significam valor acrescentado para a produção industrial e um volume maior de atividades na Fileira Moda (desfiles, show-rooms, feiras, castings).

Estes Desfiles Bloom, para além de se constituírem como um espaço de divulgação da originalidade e da inovação das propostas dos jovens talentos (finalistas ou ex-alunos das

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

escolas de moda e design), fomentarão a utilização de matérias-primas 100% nacionais, tais como os fios e os tecidos, ou os novos materiais produzidos ou desenvolvidos no âmbito do Sistema Científico e Tecnológico nacional, num esforço conjunto de promoção da criatividade e qualidade destes produtos, acrescentando-os à tradicional cadeia de valor.

- CONCURSO BLOOM 2018

O Concurso Bloom tem como grande objetivo estratégico a intensificação da produção de coleções e marcas próprias nacionais criando condições de estímulo ao seu desenvolvimento por parte dos jovens criadores nacionais.

Neste projeto dá-se especial atenção a esta ação, já que representa a renovação, o espírito empreendedor e a possibilidade de lançar no mercado novos designers.

O Portugal Fashion tem vindo a dar um importante impulso (no posicionamento e imagem da moda nacional), contudo no que respeita à capacidade de produção, exportação e distribuição nos mercados internacionais ainda nos encontramos muito aquém do desejável.

Para que se possam promover as coleções dos criadores nacionais e potenciar o aparecimento de novas marcas nacionais, torna-se necessário encontrar uma forma de estimular os criadores portugueses a profissionalizarem a sua ação e a aproximarem-se das principais empresas do sector. A solução passa por dar um apoio ao criador, para o encaminhar para essa via profissionalizante.

O Concurso Bloom terá uma ligação aos desfiles Bloom, ou seja, os vencedores do concurso terão a oportunidade de desenvolver coleções que resultem numa apresentação em público no espaço Bloom.

O Portugal Fashion tem sido abordado por muitas e variadas semanas de moda internacionais, revelando a forte tendência atual de pulverização dos eventos de moda que fogem à ditadura dos "big four". Certamente como Riga, Toronto e plataformas independentes de Shanghai e NY (além da Semana Oficial onde o Portugal Fashion estará presente) tentam aliciar a participação de criadores portugueses e do Portugal Fashion nas suas programações oficiais, revelando a notoriedade que a nossa semana de moda começa a assumir internacionalmente. No entanto, o Portugal Fashion selecionou as mais importantes semanas de moda, onde a imagem de Portugal fica em maior destaque e é apreciada por mais pessoas e empresas.

- FRANÇA FASHION WEEK: 2 Edições:

1ª EDIÇÃO 2018 e 2ª EDIÇÃO 2018

Pretendemos manter a regularidade de presença que o Portugal Fashion tem conseguido assegurar desde 2000, pela organização de desfiles de moda para alguns dos principais criadores de moda portuguesa, que poderão assegurar a projeção de uma imagem de modernidade, de design e de qualidade do pronto-a-vestir português quer na semana de Mulher quer na semana de Homem desta importante semana de moda europeia. Estes desfiles ou apresentações serão complementados por uma ação forte de promoção durante a estação em que se apresentam, através de uma relação continuada com imprensa especializada e opinion makers, de forma a concretizar produções de moda, editoriais, artigos

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

de opinião, etc. das coleções apresentadas em desfile. Desta forma, a ação promocional ultrapassa o momento do desfile / apresentação e assegura uma presença contínua no mercado.

França é uma plataforma onde se cruzam diferentes culturas e saberes, onde aportam muitos olhares interessados no mundo da moda e a partir de onde se geram dinâmicas criativas capazes de seduzir o mundo. O mercado francês dita as tendências internacionais e influencia toda a Moda mundial com incidência na moda americana e japonesa.

A moda francesa ganhou o estatuto de "primeira" no mundo inteiro e não é por acaso que se conhece França como a Capital da Moda, devido também a ter sido a primeira cidade a realizar o "Calendário da Moda", que se traduz numa semana de desfiles, a chamada "Semana do Prêt-à-Porter", nos meses de Setembro/Outubro e Fevereiro/Março e que se constitui como um dos eventos de Moda mais mediáticos a nível internacional, contando com a presença de cerca de 1500 Jornalistas especializados na área da moda. Este exemplo foi, entretanto seguido por todas as outras grandes capitais da Moda, como Itália, EUA e Reino Unido.

O Calendário Oficial da Semana de Moda de França é organizado pela Chambre Syndicale de la Couture, que tem como órgão executivo a Fédération Française du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode e com a qual o Portugal Fashion tem sedimentado um relacionamento de proximidade, graças ao qual, tem conseguido, desde 2000 e de forma ininterrupta assegurar a participação das melhores coleções portuguesas neste tão exigente e prestigiado calendário.

Pretendemos, pois, manter essa regularidade de presença, pela organização de desfiles de moda para alguns dos principais criadores de moda portuguesa, que poderão assegurar a projeção de uma imagem de modernidade, de design e de qualidade do pronto-a-vestir português. Estes desfiles serão complementados por uma ação forte de promoção durante a estação em que se apresentam, através de uma relação continuada com imprensa especializada e opinion makers, de forma a concretizar produções de moda, editoriais, artigos de opinião, etc. das coleções apresentadas em desfile. Desta forma, a ação promocional ultrapassa o momento do desfile e assegura uma presença contínua no mercado.

- REINO UNIDO FASHION WEEK: 2 Edições: 1ª

EDIÇÃO 2018 e 2ª EDIÇÃO 2018

Também em Reino Unido, o Portugal Fashion pretende assegurar uma presença regular e constante, pela organização de desfiles/apresentações de moda e outras intervenções e instalações artísticas com forte componente vanguardista e comunicativa de forma a assegurar a projeção de uma imagem de modernidade, de design e de qualidade do pronto-a-vestir português. Os desfiles serão complementados por uma ação forte de promoção durante a estação em que se apresentam, através de uma relação continuada com imprensa especializada e opinion-makers, de forma a concretizar produções de moda, editoriais, artigos de opinião, etc. das coleções apresentadas em desfile/apresentação. Desta forma, a ação promocional ultrapassa o momento do desfile e assegura uma presença contínua no mercado.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Reino Unido assume-se com uma das capitais mundiais de moda com a maior componente de vanguardismo e inovação. No seu calendário oficial apresentam-se criadores e marcas reconhecidos pelas suas propostas disruptivas e capazes de atingir públicos específicos sensíveis ao produto Moda e à exclusividade que o mesmo aporta ao seu lifestyle.

Reino Unido é uma das Big Four capitais de moda mundial e a importância do evento vai além das páginas de moda, já que segundo o British Fashion Council (BFC), a Semana de Moda de Reino Unido representa um valor direto para a economia britânica de 21 mil milhões de libras (24,7 mil milhões de euros). Com a presença de compradores de 39 países diferentes, o BFC estima que as encomendas ultrapassem os 100 milhões de libras a cada estação.

O Portugal Fashion tem marcado presença na semana de moda londrina desde Setembro de 2003, pela realização de desfiles e pela participação em eventos com a chancela oficial da organização local, como o International Fashion Showcase que integra a programação oficial da LFW.

Também em Reino Unido, o Portugal Fashion pretende manter esta regularidade de presença, pela organização de desfiles de moda e outras intervenções e instalações artísticas com forte componente vanguardista e comunicativa de forma a assegurar a projeção de uma imagem de modernidade, de design e de qualidade do pronto-a-vestir português. Os desfiles serão complementados por uma ação forte de promoção durante a estação em que se apresentam, através de uma relação continuada com imprensa especializada e opinion-makers, de forma a concretizar produções de moda, editoriais, artigos de opinião, etc. das coleções apresentadas em desfile. Desta forma, a ação promocional ultrapassa o momento do desfile e assegura uma presença contínua no mercado.

- ITÁLIA FASHION WEEK: 2 Edições:

1ª EDIÇÃO 2018 e 2ª EDIÇÃO 2018

O Portugal Fashion irá, à semelhança das restantes capitais da moda, promover desfiles individuais de criadores portugueses na semana de homem e de mulher, complementados por uma forte ação de promoção nos meses subsequentes aos desfiles, de forma a capitalizar os resultados obtidos com o momento oficial de apresentação das coleções.

A segunda das big four semanas de moda internacionais realiza-se semestralmente em Itália. Marcas famosas e influentes no mercado de luxo como Armani, Prada e Roberto Cavalli fizeram a fama da fashion week mais importante da Itália e top 3 mundial. Organizado pela Câmara Nacional de Moda Italiana, o evento conta com um calendário específico para cada categoria, tendo como ponto alto a Milano Moda Donna que acontece a partir de 20 de fevereiro. O Portugal Fashion considera que a presença nas 4 grandes capitais de moda poderá de forma inequívoca, promover a inovação do design e a qualidade do têxtil portugueses, pelo que Itália deverá passar pelo roteiro internacional da campanha coletiva de promoção.

Pretende, à semelhança das restantes capitais da moda, promover desfiles individuais de criadores portugueses, complementados por uma forte ação de promoção nos meses subsequentes aos desfiles, de forma a capitalizar os resultados obtidos com o momento oficial de apresentação das coleções.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

No caso da Itália Fashion Week, foram já estabelecidos contactos com a principal responsável pela sua organização, a Camera Nazionale della Moda Italiana, estando neste momento a ser detalhado o formato de participação do projeto Portugal Fashion nos calendários oficiais semestrais promovidos pela mesma.

- EUA FASHION WEEK: 2 Edições:

1ª EDIÇÃO 2018 e 2ª EDIÇÃO 2018

EUA dispensa apresentações. Para além de ter conquistado um lugar incontestável no grupo das 4 grandes capitais de moda internacionais, posiciona-se como um mercado pleno de oportunidades para quem deseja internacionalizar os seus produtos e serviços. Em EUA as tendências internacionais são seguidas a rigor conferindo-lhes depois um look Nova-Iorquino bem próprio. França é reconhecida nos E.U.A. como a "Mãe" da moda. Itália significa o design italiano e a criatividade que fascina os americanos, mas EUA é sem dúvida a capital da moda para a sua população. A um nível global, a moda prêt-à-porter norte-americana devido ao seu espírito prático começa a ditar padrões seguidos mundialmente.

O mercado americano é bastante promissor em termos de importações de têxteis e vestuário. A procura de produtos de qualidade motivada pelo bem-estar económico apresenta-se como argumento de peso para os produtos portugueses de têxtil e vestuário, quando em concorrência com produtos de baixo preço provindos da Ásia. A tendência de 'outsourcing' e redução do fabrico nos EUA reduz as oportunidades de exportação de matéria-prima de alta qualidade como os fios, linhas, fibras e tecidos produzidos em Portugal.

Por outro lado, o mercado assenta sobre canais de distribuição bastante atrativos para o produto Moda, como os armazéns como Macy's, Bloomingdale's, Lord & Taylor e JC Penney, existindo neste segmento, oportunidades em termos de colocação de produtos de design e de alta qualidade.

Os números que criam a atratividade desta semana de moda são claros: 270 desfiles e apresentações de moda; 100.000 visitantes; 865 milhões de dólares gerados anualmente pelo certame (um número impressionante quando comparado com o outro grande evento nova-iorquino, a Super Bowl que gera 430 milhões), 1.346.869 posts somente na rede social Instagram com o hashtag #NYFW e cerca 200.000 jornalistas especializados acreditados.

Na semana de moda de NY, o Portugal Fashion pretende promover desfiles individuais de criadores portugueses, complementados por uma forte ação de promoção nos meses subsequentes aos desfiles, de forma a capitalizar os resultados obtidos com o momento oficial de apresentação das coleções.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

EXECUÇÃO FÍSICA DO PROJETO

PORTO 2ª EDIÇÃO 2017 | JOVENS CRIADORES 2ª EDIÇÃO 2017 | DESFILES BLOOM 2ª EDIÇÃO 2017

O 41.º Portugal Fashion primavera/verão 2018 realizou-se entre os dias 19 e 21 de outubro, com um cartaz muito heterogéneo, do qual fizeram parte 37 marcas, entre desfiles com moda de autor, criações de jovens designers, pronto-a-vestir, alta-costura, alfaiataria e calçado. Completou-se um programa que, totalizou 33 desfiles com propostas de 17 criadores, oito jovens designers, 12 estudantes de seis escolas de moda, cinco marcas de vestuário e seis marcas de calçado. Foi uma edição com propostas bastante diversificadas, desde a moda de autor às linhas mais comerciais da indústria de vestuário, sem esquecer a irreverência dos jovens criadores. Esta heterogeneidade dos desfiles reflete o dinamismo, versatilidade e modernidade da moda portuguesa e da fileira têxtil, através de cerca de 925 coordenados, que continuam a somar êxitos internacionais quer em termos de notoriedade em passerelle, quer em termos de exportações. Sem esquecer, claro, outros nomes grandes da moda portuguesa, como Anabela Baldaque, Nuno Baltazar ou Luís Buchinho, jovens emergentes como Carla Pontes, Estelita Mendonça e Susana Bettencourt, marcas tão importante como a Lion of Porches ou a Dielmar, bem como a excelência do nosso calçado, como se viu pelo desfile de Luís Onofre. Se dúvidas existissem, o cartaz deste Portugal Fashion serviu também para reiterar a qualidade da moda portuguesa à luz dos mais elevados padrões internacionais. Qualidade que traduz, igualmente, a notável reestruturação e o reforço da competitividade dos setores do têxtil, do vestuário e do calçado nos últimos anos.

Incluído no calendário realizaram-se desfiles de criadores com recentes e bem-sucedidas experiências internacionais: Alexandra Moura (London Fashion Week), Hugo Costa (Semana da Moda Masculina de Paris), Miguel Vieira (New York Fashion Week) e Katty Xiomara (New York Fashion Week).

Outro dos destaques do line-up no são os desfiles de jovens designers que, depois da experiência adquirida na passerelle Bloom (novos criadores), pontificam no calendário principal do Portugal Fashion. Carla Pontes, Estelita Mendonça, Hugo Costa e Susana Bettencourt são exemplos de jovens criadores que evoluíram extraordinariamente e cujas carreiras estão hoje consolidadas. Atualmente, estes criadores não só integram a passerelle principal do Portugal Fashion como participam, com o apoio do evento, em desfiles e showrooms internacionais. Já passaram, pois, da fase de afirmação para a de confirmação como grandes nomes da moda portuguesa.

Sempre motivo de interesse, os desfiles de Júlio Torcato, Anabela Baldaque, Nuno Baltazar e Luís Buchinho. Trata-se de quatro históricos da moda portuguesa, cuja capacidade de reinvenção estética e de antecipar tendências pôde ser uma vez mais confirmada nesta edição do Portugal Fashion. Mais novo, mas igualmente talentoso, Diogo Miranda é já um nome seguro da moda portuguesa que celebrou 10 anos de carreira.

Destaque ainda para as linhas comerciais de marcas de pronto-a-vestir e calçado. Pé de Chumbo, Lion of Porches e Ana Sousa mostraram a vitalidade, modernidade e dimensão internacional da confeção “made in Portugal”. Também a Dielmar exibiu a excelência do nosso vestuário, com a particularidade de se dedicar à alta alfaiataria. Num desfile com o apoio da associação empresarial do setor, a APICCAPS, com as marcas Ambitious, Dkode, Fly London, J. Reinaldo, Nobrand e Rufel apresentaram as suas coleções, com a qualidade e sofisticação do calçado português.

Depois de um dia exclusivamente dedicado a jovens criadores e estudantes de moda, o Portugal Fashion iniciou uma maratona de desfiles na Alfândega do Porto, onde, das 16h00 às 23h30, foram apresentadas oito coleções para a estação quente. No 3.º dia do evento destacou-se, desde logo, os desfiles dos criadores emergentes já aqui referidos: Carla Pontes, Estelita Mendonça, Hugo Costa e Susana Bettencourt.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Carla Pontes explorou volumes, cores e detalhes numa coleção com influências étnicas. Já Estelita Mendonça surpreendeu com as suas propostas arrojadas e marcadamente urbanas, enquanto na nova coleção de Susana Bettencourt sobressaiu as referências aos uniformes de aviação dos anos 70. Hugo Costa inspirou-se no povo nómada Moken (Arquipélago de Mergui) para criar uma linha minimalista, de cores garridas. A passerelle do 3.º dia de Portugal Fashion abriu-se também a criadores consagrados. Com a coleção “Mobil(ize) II”, Júlio Torcato misturou o corte da alfaiataria clássica com os materiais do universo desportivo. A partir do tafetá de seda, Diogo Miranda criou mangas exageradas, folhos, laços volumosos e decotes para a estação quente. Intitulada “7 mulheres mais 1”, a mais recente coleção de Anabela Baldaque distinguiu-se pelos estampados, cortes inesperados e silhuetas longas. A comemorar 30 anos de carreira, Miguel Vieira explorou os jogos de volume entre peças slime oversized, com um toque desportivo.

No último dia de desfiles, logo pela manhã, Katty Xiomara surpreendeu com um desfile que combina moda com street art. Inusitado foi, desde logo, o local do desfile: o Antigo Matadouro Industrial do Porto, que deverá ser convertido em Museu da Indústria, com uma valência dedicada à arte contemporânea. Foi neste cenário austero e decrépito que a criadora luso-venezuelana apresentou uma coleção inspirada numa estranha viagem: levado pela brisa caribenha, um paraquedas aterra no revivalismo art décode Miami Beach dos anos 60.

Mas o desfile de Katty Xiomara serviu também de pretexto para uma grande festa de cultura urbana. Com gestão artística da Circus Network, 14 artistas de street art pintaram um mural de 60 metros no antigo matadouro, recriando o ambiente de Miami e, em particular, do Wynwood Arts District, que inspirou a nova coleção da criadora, intitulada “Parachute Trip”. A ideia desta intervenção artística serviu não só de cenário do desfile mas também de evento de despedida do antigo matadouro, criando um novo spot de street art até ao início das obras de reconversão.

Num outro espaço, também ele inédito nas edições do Portugal Fashion, o Cais Novo, na Ribeira, Luís Buchinho revelou uma coleção de forte influência desportiva. O verão do criador setubalense radicado no Porto foi leve, com estampados expressivos que desenhavam silhuetas soltas e longas. Avultaram os tons claros (pastel-verde água, rosa pele e azuis aguados), com algumas notas de cores vivas e quentes (morango e coral). Houve ainda toques gráficos de preto, branco e amarelo flúor. Os padrões decorativos dos anos 60-70, reinterpretados livremente, foram elementos fortes da coleção.

De regresso à Alfândega do Porto, Nuno Baltazar voltou a impressionar com a extrema elegância e requinte a sua nova coleção. Detalhes subtis e românticos num registo high-tech definiram as propostas de Alexandra Moura, a criadora que se seguiu no programa de desfiles de sábado. Inspirada na deterioração dos interiores de palácios portugueses do século XVIII, bem como em peças de vestuário dessa época, a coleção “Within the time within” teve formas marcantes, por vezes oversized, por vezes ajustadas, que criam opostos na silhueta e se conjugam com atilhos e bolsos para criar statement looks com apontamentos fortes e icónicos de outros tempos. Na reta final do 41.º Portugal Fashion, a Pé de Chumbo apresentou uma coleção onde imperou o estilo casual e descontraído da marca, mas com uma aura clássica. Seis marcas de calçado mostraram o dinamismo de um setor económico tradicional, seguindo-se a Lion of Porches com uma linha de sportswear rica em cores, padrões requintados e materiais nobres. Cores vibrantes, tecidos de luxo e sedas bordadas caracterizaram a nova coleção de alta-costura de Micaela Oliveira. Para homem, a Dielmar propôs fatos intensos em cores, texturas e padrões. A marca Ana Sousa encerrou o 41.º Portugal Fashion com soluções arrojadas mas intemporais para mulheres sofisticadas.

O primeiro dia de desfiles no Porto, a 19 de outubro, foi integralmente dedicado a jovens designers do Bloom, plataforma de promoção de novos talentos que voltou a ter calendário próprio e local exclusivo. Realizaram-se dez desfiles Bloom no Museu do Carro Elétrico, com as propostas de oito jovens designers e de 12 estudantes de seis escolas de moda (dois por cada curso). A coordenação e produção de moda do Bloom esteve, pela segunda vez consecutiva, a cargo do coordenador Paulo Cravo. Nesta 41.ª edição, o Portugal Fashion reforçou a participação de

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

estabelecimentos de ensino e cursos especializados em moda no seu programa de desfiles. Às já habituais Escola de Moda do Porto, MODATEX e ESAD –Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos juntou-se, desta feita, o curso de Design de Moda da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, a CENATEX (Guimarães) e a Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

É muito importante, não só dar aos estudantes a oportunidade de apresentarem publicamente as suas criações, como contribuir para a sua formação proporcionando-lhes uma experiência profissional ímpar num grande evento de moda.

O projeto Bloom desempenha um papel fundamental na emergência de novos criadores, contribuindo para a renovação geracional da moda portuguesa, para a integração profissional de jovens designers e para a captação de talento pela indústria de vestuário. Neste sentido, e depois das bem-sucedidas experiências das duas edições anteriores, voltamos a reservar um dia do Portugal Fashion só para os desfiles do Bloom. A qualidade, modernidade e sofisticação das coleções dos jovens criadores justificam plenamente esta autonomia em relação à passerelle principal.

O projeto Bloom foi criado pelo Portugal Fashion em outubro de 2010, na 27.ª edição do evento, com o intuito de apoiar, divulgar e valorizar, nacional e internacionalmente, jovens criadores portugueses.

PORTO 1ª EDIÇÃO 2018 | JOVENS CRIADORES 1ª EDIÇÃO 2018 | DESFILES BLOOM 1ª EDIÇÃO 2018

Foi no Parque da Cidade do Porto que se concentrou boa parte do programa de desfiles da 42.ª edição do Portugal Fashion Outono-Inverno 2018/19, onde nasceu uma verdadeira cidade da moda. No maior parque urbano do país, foi instalada uma megaestrutura com capacidade para acomodar três espaços de desfiles, bastidores, showroom, várias áreas sociais e de lazer, sala de imprensa, entre outras valências.

Com 10 mil m² de área total, oito mil dos quais totalmente cobertos, a megaestrutura instalada no Parque da Cidade do Porto foi composta por seis módulos distintos. Nesta edição do Portugal Fashion, seguiu-se a lógica organizativa dos grandes shows de moda internacionais, como as fashion weeks de Londres, Nova Iorque e Paris, que privilegiam a realização dos desfiles em grandes estruturas amovíveis instaladas em locais nevralgicos das cidades.

O dia 22 de março foi, quase na totalidade, dedicado a jovens criadores do projeto Bloom, com a qual o Portugal Fashion descobre, promove e apoia novos talentos da moda nacional. Ainda no âmbito do projeto Bloom, desfilaram, durante toda a tarde e início da noite, seis jovens criadores e uma marca. Em paralelo aos desfiles, aconteceu o Bloom Intershow Music, um espetáculo de DJing a cargo de DJ Kitten e dos White Haus em live act. O primeiro dia de desfiles no Porto terminou em beleza, com as novas coleções para a estação fria de Anabela Baldaque, Estelita Mendonça e Júlio Torcato. Dois nomes consagrados e um talento emergente.

Nos dias 23 e 24 de março, ao longo da tarde e à noite, desenrolou-se boa parte do programa de desfiles do 42.º Portugal Fashion Outono-Inverno 2018/19. Houve, então, a oportunidade de apreciar as coleções invernosas dos consagrados Diogo Miranda, Luís Buchinho, Luís Onofre, Micaela Oliveira, Miguel Vieira, Nuno Baltazar e Katty Xiomara. Destaque ainda, na moda de autor, para as presenças de criadores tão promissores como Carla Pontes, Hugo Costa, Inês Torcato e David Catalán –os dois últimos fizeram, nesta edição do evento, a passagem do projeto Bloom para a passerelle principal, depois da recente participação no calendário da Altaroma, em Roma, com o apoio do Portugal Fashion.

Sem descurar a vertente comercial, que está na matriz do evento, o 42.º Portugal Fashion deu a conhecer as propostas de pronto-a-vestir e calçado de grandes marcas nacionais. De vestuário, realizaram-se os desfiles de Ana Sousa, Concreto, Dielmar, Lion of Porches, Meam e Pé de Chumbo. Como habitualmente, o programado evento contemplou também um desfile dedicado ao calçado, no qual foram reveladas as coleções de Ambitious, Fly London, J. Reinaldo, Nobrand, Rufel e The Baron's Cage.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

PORTO 2ª EDIÇÃO 2018 | JOVENS CRIADORES 2ª EDIÇÃO 2018 | DESFILES BLOOM 2ª EDIÇÃO 2018

De 18 a 20 de outubro, o Portugal Fashion regressou ao seu local de eleição, o Edifício da Alfândega do Porto, onde se realizaram praticamente todos os desfiles desta 43.ª edição do evento. Após o desfile de Alexandra Moura na Modalisboa, o Portugal Fashion voltou ao Porto para realizar 35 desfiles e duas apresentações, repartidos pela passerelle principal, pelo espaço Bloom (jovens criadores) e pelas instalações do grupo Cães de Pedra (Lion of Porches e Decenio). Nove marcas de vestuário, oito marcas de calçado e acessórios, 17 criadores individuais e duas duplas criativas revelaram as suas coleções primavera/verão 2019, a que se juntaram ainda os coordenados de sete jovens designers e cinco escolas de moda.

O Portugal Fashion regressou, à Alfândega do Porto para apresentar as propostas da próxima estação quente, numa edição marcada pela aposta em novas dinâmicas de circulação e utilização de espaços. O evento reuniu, como habitualmente, alguns dos maiores criadores e marcas nacionais, como Alves/Gonçalves, Carlos Gil, Diogo Miranda, Estelita Mendonça, Hugo Costa, Lion of Porches, Luís Buchinho, Luís Onofre, Miguel Vieira, Katty Xiomara, Nuno Baltazar, Susana Bettencourt, Storytailors, entre outros. As principais novidades desta edição foram as estreias de Marques'Almeida e Sophia Kah, duas marcas made in Portugal lançadas a partir de Londres, que têm causado sensação no circuito da moda internacional e que contam, entre os seus clientes, com estrelas do showbiz mundial.

A linha de roupa e acessórios femininos Marques'Almeida foi criada, em 2009, em Londres, por Marta Marques e Paulo Almeida, antigos alunos da escola de moda CITEC, no Porto. Com atelier na capital inglesa, a marca participa, desde 2010, na London Fashion Week e, em setembro último, integrou pela primeira vez o calendário oficial da Paris Fashion Week, com o apoio do Portugal Fashion. A marca Marques'Almeida caracteriza-se pela irreverência e informalidade, sendo comercializada em cerca de 100 pontos de venda no mundo e marcando presença em plataformas e-commerce de referência, como a Net a Porter, a Yoox, a Farfetch, a Matches Fashion ou a Selfridges.

É também em Londres que a designer Ana Teixeira de Sousa desenha os luxuosos vestidos de noite da marca Sophia Kah, que começam a ter reconhecimento no mercado internacional e a acolher a preferência de celebridades como Beyoncé e Florence Welch. Oriunda de uma família com tradição no setor têxtil, na zona de Felgueiras, Ana Teixeira de Sousa cresceu no bulício da fábrica dos pais, brincando com tecidos e inventando as suas primeiras roupas. Em 2010 criou a marca Sophia Kah, integralmente produzida em Portugal com pontos de venda em armazéns tão prestigiados como o Harrods e o Barneys NY e conhece uma significativa procura em países do Médio Oriente e na Rússia. De salientar ainda a apresentação de Cristina Ferreira, que revelou a nova coleção da sua marca de calçado CF CRISTINA. É de assinalar também o regresso às passerelles e ao Portugal Fashion de Maria Gambina, que participou na 1.ª edição do evento em 1995 e figurou, durante muitos anos, nos programas de desfiles. Duas subidas do Bloom para a passerelle principal e ligação à indústria reforçada. No line-up da 43ª edição destaque também para os sempre inovadores e irreverentes desfiles dos jovens designers do projeto Bloom. A plataforma do Portugal Fashion destinada à divulgação do trabalho de criadores ainda em fase de arranque nas suas carreiras viu subir Nycole e Sara Maia, dois dos jovens talentos em evidência nas últimas edições nacionais do evento, à passerelle principal. Entre os sete jovens designers na plataforma Bloom também marcaram presença os dois finalistas do Concurso Novos Criadores PFN, Luís Sandão (ESAD) e João Sousa (Escola de Moda do Porto), as vencedoras do Concurso Bloom, Mara Flora e Maria Meira, e ainda Rita Sá, que se estreia no Bloom depois de ter sido nomeada finalista do concurso REBELPIN, organizado pela ACTE –European Textile Collectivities Association.

A ligação à indústria, um dos pilares estratégicos do Portugal Fashion, foi também fortalecida nesta edição com a organização dos dois únicos desfiles off location pelas marcas Lion of Porches

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

e Decenio, ambas pertencentes ao grupo Cães de Pedra.

Como habitualmente, a passerelle Bloom exibiu também as criações de estudantes de escolas de moda. Desta feita, há cinco instituições representadas: a Escola de Moda do Porto, a ESAD –Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos, a MODATEX (Porto), a CENATEX (Guimarães) e a Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

PORTO 1ª EDIÇÃO 2019 | JOVENS CRIADORES 1ª EDIÇÃO 2019 | DESFILES BLOOM 1ª EDIÇÃO 2019

O 1.º dia de desfiles na Alfândega do Porto foi quase integralmente dedicado a jovens designers, que, como habitualmente, tiveram a oportunidade de mostrar as suas criações no Bloom, projeto com o qual o Portugal Fashion apoia e promove novos talentos da moda. Mas, pela primeira vez, a passerelle dedicada aos designers mais jovens incluiu dois tipos de desfiles: os habituais Bloom, com criadores num estado de desenvolvimento profissional e estético mais avançado, e o desfile coletivo Bloom Upload, com criadores que ainda se encontram numa fase embrionária dos seus percursos. Sob coordenação e produção de moda de Paulo Cravo, a 18.ª edição do Bloom reuniu ao todo 10 jovens designers e uma escola de moda.

Queremos reforçar o papel do Bloom enquanto incubadora de novos criadores. Neste sentido, o Bloom Upload funcionou como um espaço onde designers mais inexperientes ganham maturidade profissional e estética para posteriormente integrarem o calendário oficial do Bloom. Com a introdução de uma segunda passerelle no Bloom, o Portugal Fashion reforçou a sua vocação para descobrir, apoiar e promover novos talentos da moda.

No desfile coletivo Bloom Upload, as criações de Carolina Sobral, ARIEIV (by José Pinto), João Sousa e 0.9 Vírus (by Filipe Ferreira) foram apresentadas num formato de cápsulas com cinco coordenados. A contínua aposta do Portugal Fashion nos jovens designers diz bem da abertura do evento a novos talentos e da sua capacidade para renovar geracionalmente a moda portuguesa.

Na passerelle principal do Bloom foram dadas a conhecer as criações de alunos da MODATEX – Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios, bem como as coleções de Ashma Karki, Daniela Pereira, Mara Flora, Maria Meira, Rita Sá e Sofia Silva. A nepalesa radicada no Algarve Ashma Karki e Sofia Silva foram as grandes vencedoras da 2ª edição do PFN – Concurso Novos Criadores Portuguese Fashion News 2018 e, por isso, tiveram a oportunidade de se estrear no Bloom. Todos os outros já participaram em anteriores edições desta plataforma, nomeadamente Mara Flora e Maria Meira que, por terem vencido o último Concurso Bloom, foi-lhes dada a prerrogativa de participar nas edições de outubro de 2018 e março de 2019 do Portugal Fashion.

O fashion alert para uma moda e um planeta mais sustentáveis marcaram o 44.º Portugal Fashion outono/inverno 2019-20, que teve lugar entre 14 e 17 de março, na Alfândega do Porto. A mensagem de sustentabilidade atravessa uma edição que contou com 33 desfiles com propostas de quase 50 criadores e marcas nacionais, cobrindo desde a moda de autor às linhas mais comerciais, sem esquecer o espaço Bloom dedicado aos novos talentos. Estilistas consagrados e criadores emergentes, indústria de vestuário, calçado, acessórios e lifestyle, jovens designers e estudantes de moda fizeram parte de um calendário de desfiles que, pela primeira vez, dedica uma manhã ao kidswear.

Foi uma edição do Portugal Fashion com vários motivos de interesse, desde logo a apresentação, de coleções que tiveram amplo sucesso em capitais da moda como Londres, Paris e Milão. As tendências para a próxima estação fria foram reveladas por alguns dos nossos maiores criadores e marcas, que não deixaram de demonstrar toda a elegância, savoir-faire e modernidade da moda portuguesa.

Na passerelle do 44.º Portugal Fashion foram reveladas as propostas para a próxima estação fria de nomes consagrados da moda nacional, como Alexandra Moura, Alves/Gonçalves, Diogo Miranda, Luís Buchinho, Luís Onofre, Maria Gambina, Miguel Vieira, Katty Xiomara e Nuno Baltazar.

Neste 44.º Portugal Fashion também foi com grande expectativa que se revelaram as coleções de

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

criadores emergentes, como a dupla Marques'Almeida – que está a causar furor na alta-rodada da moda mundial –, a marca Sophia Kah – cujos vestidos de alta-costura estão a conquistar celebridades internacionais –, o designer Hugo Costa – que tem conhecido forte aclamação no calendário de menswear da Semana da Moda de Paris – ou os sempre criativos e surpreendentes Carla Pontes, Daniela Pereira, David Catalán, Estelita Mendonça, Pé de Chumbo e Susana Bettencourt.

Como é habitual e se inscreve no perfil do evento, o Portugal Fashion consagrou uma boa parte do seu programa de desfiles às linhas comerciais dos setores do vestuário e do calçado/acessórios, que estão entre os mais empregadores, competitivos e exportadores do país. Marcas de pronto-a-vestir como Concreto e Meam apresentaram as suas novas coleções. Por seu turno, o melhor do setor do calçado e acessórios português foi representado nesta edição pelas marcas Ambitious, Fly London, Gladz, J. Reinaldo, Lemon Jelly, Nobrand, Rufel e The Baron's Cage.

No programa realizaram-se apresentações que se afastam do conceito tradicional de desfile e se definem, sobretudo, como performances de moda, sendo caracterizadas por um elevado grau de espectacularização, de interação com o público e de envolvimento artístico. Para marcas e criadores, trata-se de ser mais criativo e diferenciador na revelação das suas coleções, com o intuito de reforçar a respetiva identidade estética. Para o público, este tipo de apresentações podem gerar formas diferentes de experienciar o fenómeno da moda. Júlio Torcato, Estelita Mendonça, Susana Bettencourt e Carla Pontes são os criadores que, nesta edição, vão subverter o habitual formato dos desfiles de moda.

As novidades do 44.º Portugal Fashion também passaram por uma nova organização espacial e pela utilização de um espaço da Alfândega nunca antes destinado ao evento. A ideia foi a de melhorar a fruição das coleções, facilitar a mobilidade no edifício, otimizar as condições de trabalho dos protagonistas, aumentar o conforto dos convidados e tornar mais aprazíveis os espaços sociais.

Com arranque previsto para as 15h00, o 1.º dia do 44.º Portugal Fashion foi quase em exclusivo dedicado aos desfiles de jovens designers do projeto Bloom. Mas nessa noite, a partir das 21h00, três nomes de peso definem tendências na passerelle do Portugal Fashion: o veterano Júlio Torcato – que preparou uma performance com suporte de vídeo e áudio, em que alerta para os animais em risco de extinção por ação humana e tem como convidada especial Raquel Prates –, o ex-bloomer Hugo Costa – que em janeiro último participou pela 6.ª vez consecutiva na Paris Fashion Week Menswear – e Maria Gambina – que reincidiu no evento depois do regresso às passerelles na última edição.

Hugo Costa apresentou a coleção “Maybe we’ll be together again”, frase escrita, e inscrita, no que resta do Muro de Berlim e que serviu para ilustrar as “liberdades limitadas, muros erigidos e atitudes extremadas” que inspiraram as novas propostas do criador. As silhuetas desconstruídas a partir de clássicos dos anos 70 e 80, o denim e outros tecidos (alguns técnicos) de aspeto austero e as cores sombrias (preto, cinza e verde seco mas também bege, bordeaux e rosa) caracterizaram a mais recente coleção de Hugo Costa e refletiram um certo desencanto com o mundo atual. “Talvez um dia o mundo se torne num lugar mais democrático e de respeito”, pôde ler-se no descritivo da coleção.

Após o feliz e promissor regresso de Maria Gambina às passerelles e ao Portugal Fashion, em outubro último, a criadora deu-nos a conhecer “Nancy”, uma coleção “com influências retro, num ambiente de estâncias de neve”. Para o próximo Outono-Inverno, Maria Gambina propôs fatos de esqui que se transformaram em delicados vestidos rodados feitos em materiais técnicos com referências a peças intemporais; “machos tábua” que remetem para os acolchoados e colaretos que evidenciam pormenores básicos do vestuário; micro quadrados vichy, tricots e jogos gráficos de jacquard que conferiram um look retro à coleção mas com uma atitude contemporânea; plissados e efeitos crackle que evocam o universo feminino. Nas cores, a criadora privilegia o bordeaux, o cru, o branco, o amarelo-torrado e o coral, com apontamentos laranja, verdes e azuis-claros.

O 2.º dia de Portugal Fashion arrancou às 15h00 com o desfile duplo de Inês Torcato e Sara Maia,

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

jovens designers que se mantiveram na passerelle principal do evento depois da experiência adquirida no espaço Bloom. Seguiu-se um outro ex-bloomer, o irreverente Estelita Mendonça, e mais tarde Sophia Kah, marca de alta-costura feminina da criadora portuguesa Ana Teixeira de Sousa. Esta foi já a segunda participação consecutiva da marca no Portugal Fashion, evento que também apoiou os dois desfiles de Sophia Kah na London Fashion Week, em setembro e fevereiro últimos.

A marca que já vestiu celebridades como Beyoncé, Keira Knightley, Nelly Furtado e Florence Welch revelou a coleção “Tiger Souls”, na qual foi evidente o ADN Sophia Kah: vestuário elegante, com detalhes artesanais elaborados. Desta feita, Ana Teixeira de Sousa reinterpretou os tecidos clássicos, como a seda, o chiffon e o georgette de seda, muitas vezes sobrepostos com um entrelaçado francês. Silhuetas sóbrias e fluídas, decotes com cortes assimétricos, mangas compridas, trespases e cores góticas (pretos e os azuis noite com apontamentos escarlate e fúcsia vibrantes) marcaram uma coleção onde imperaram os vestidos de noite com emblemas de tigre bordados.

De regresso da Milano Moda Donna, onde se estreou a 24 de fevereiro com o apoio do Portugal Fashion, Katty Xiomara trouxe à Alfândega do Porto uma coleção, “Maria Mimosa”, impulsionada pelo convite da Sanrio para criar uma minicolecção comemorativa dos 45 anos da Hello Kitty. Deu-se a coincidência de ser também a idade da criadora, o que despoletou uma série de recordações transpostas para as novas criações de Katty Xiomara. Assim nasceu “uma coleção de formas simples e femininas, com cores fortes e explosivas e uma grande mistura de materiais, brilhos e texturas, que revelaram esta profusão de lembranças”. Por outro lado, a criadora quis também refletir sobre a condição da mulher e alertar para a necessidade ambiental de aumentar a durabilidade do vestuário. Há, de resto, na coleção uma capa com 100% de reaproveitamento do tecido e que pode ser vestida em três posições diferentes.

Também a coleção que se seguiu no dia 17, da Pé de Chumbo, revelou preocupações ambientais ao incluir casacos com fios reaproveitados e pelo de poliéster reciclado do plástico dos oceanos. Pela primeira vez, as propostas da criadora estenderam-se aos sapatos, que são desenvolvidos pelo mesmo processo de construção das peças de vestuário. A sustentabilidade também esteve presente na coleção da TM TERESAMARTINS graças à utilização de tecidos naturais e ao recurso a técnicas de confeção tradicionais.

Ambos de regresso de Paris, onde apresentaram as suas últimas coleções com o apoio do Portugal Fashion, Diogo Miranda e Luís Buchinho proporcionaram dois dos principais momentos de moda desta edição. Inspirada na personagem de Catherine Deneuve no filme “Indochina”, a nova coleção de Diogo Miranda foi pródiga em motivos náuticos, como riscas e correntes, usados de forma feminina e com um look clássico. Sobressaíram os casacos náuticos em conjunto com calças de marinheiro e o tafetá para criar mangas exageradas e volumosas em contraste com saias plissadas. Ivory, cinza claro, bege, preto, azul-marinho e dourado foram as cores escolhidas para a estação fria.

Já Luís Buchinho inspirou-se no uniforme das mulheres pioneiras da aviação da década de 1940. O criador privilegiou o couro luxuoso misturado com pelo falso, flanela, malha, lã e feltro. Avultaram os casacos com colarinhos gigantes, os sobretudos de avião e os casacos curtos, boleros e híbridos com variações gráficas particulares (tanto de volume como de forma) e especificidades interessantes no abotoamento. Geométrica, estruturada e composta de zonas onde o mate e o brilho se conjugaram com couro e pelo falso, a nova coleção de Luís Buchinho combinou peças casuais com os clássicos e manipulou materiais e cores criando silhuetas gráficas.

A noite terminou com o sempre muito aguardado desfile de Miguel Vieira, que regressou à passerelle depois da 5.ª participação consecutiva na Milano Moda Uomo em janeiro último, com o apoio do Portugal Fashion. Na nova coleção do criador, sugestivamente intitulada “Um inverno em África”, os tecidos grossos e estruturados deram lugar a materiais mais leves e frescos, e os elementos geométricos lembraram estampados étnicos. Bege bronze, laranja ocre, amarelo caril, azul celeste, castanho tabaco e azul-marinho foram as cores eleitas por Miguel Vieira, enquanto nos materiais a preferência foram para a bombazina, o veludo (nomeadamente estampado), o

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

pelo, as lantejoulas estampadas e os tecidos acolchoados. A silhueta desta coleção é justa mas informal, com jogos de volume.

O 3.º dia de Portugal Fashion arrancou, pelas 14h00, com o elogio à elegância e sofisticação femininas sempre presente nos desfiles de Nuno Baltazar. Seguiu-se a marca de pronto-a-vestir Meam, que tem como diretor criativo o estilista Francisco Rosas, e logo depois Susana Bettencourt, com coleção “Stop the clock” – uma reflexão sobre “sociedade automatizada em que vivemos”, onde as malhas tricotadas de forma tradicional voltaram a ter protagonismo. A criadora açoriana surpreendeu com um novo formato de apresentação, com o qual valorizou a mensagem e o processo criativo desta coleção. Susana Bettencourt contou com a colaboração do ilustrador Ricardo (@ricardoxparker) numa apresentação que incluiu, igualmente, uma exposição de artes plásticas.

A diversidade do Portugal Fashion foi bem evidente no 3.º dia de desfiles. A meio da tarde teve lugar o desfile coletivo de sapatos e marroquinaria, seguindo-se a marca de vestuário Concreto – que nasceu em 1990 e é distribuída pelo grupo Valerius Têxteis – e a estilista Micaela Oliveira, cujo trabalho criativo se centrou na moda nupcial e na alta-costura.

A noite terminou em beleza com os decanos da moda portuguesa Manuel Alves e José Manuel Gonçalves, cujas criações parecem intemporais, e com o desfile de Luís Onofre, que foi recentemente nomeado presidente da Confederação Europeia do Calçado. Na passerelle brilharam os acessórios, a marroquinaria e os sapatos femininos e masculinos de um dos designers de calçado mais famosos do mundo, com clientes como Letizia Ortiz, Michelle Obama, Naomi Watts ou Paris Hilton.

Na coleção de senhora de Luís Onofre, as botas e os botins estiveram em destaque, divididos entre texanas e above the knee. Os materiais são muito heterogéneos, desde o verniz ao efeito vinil brilhante e aos animal print, enquanto nas cores o mel, branco, cereja e cinza deram vida aos clássicos preto e castanho. Retomando a parceria com a Boca do Lobo, Luís Onofre voltou a criar um salto metálico inspirado numa icónica mesa. Para homem, o designer propõe um conjunto de essenciais masculinos reinventados (Loafers, Oxfords e Monks Straps), produzidos em peles de qualidade e tendo o mel como tom de eleição. Trata-se de modelos bastante confortáveis, tal como as sapatilhas Luís Onofre de look mais urbano e contemporâneo.

Ao início da tarde do último dia, a marca Marques'Almeida apresentou a sua nova coleção, depois do sucesso alcançado em fevereiro na Semana da Moda de Paris, com o apoio do Portugal Fashion. A dupla Marta Marques e Paulo Almeida voltou a interpretar Portugal e o seu sentir profundo com as suas criações, sem deixar, no entanto, de refletir as suas referências punk britânicas. Numa coleção marcadamente de street wear, houve gangas, vestidos longos, saias e sweat-shirts com silhuetas, formas, sobreposições e padrões inusitados.

Com atelier na capital inglesa, a marca portuguesa Marques'Almeida é comercializada em cerca de 100 pontos de venda e está presente em plataformas e-commerce de referência, como a Net-a-Porter, a Farfetch, a MatchesFashion ou a Selfridges. Ainda recentemente, a cantora Beyoncé partilhou uma fotografia no seu Instagram onde está vestida com um conjunto Marques'Almeida. Isto diz bem de como as criações da dupla formada no CITEX estão a conquistar o showbiz internacional e a causar frisson na alta-roda da moda. Para além da ex- Destiny's Child, também as cantoras Rihanna, FKA Twigs e Solange surgiram já em público com o look M'A girls da Marques'Almeida.

Depois do êxito na Milano Moda Donna, com o apoio do Portugal Fashion, Alexandra Moura apresentou no Porto uma coleção que homenageou a arte de Rosa Ramalho, intitulada “Bestiário”. As criaturas fantásticas da ceramista influenciaram os detalhes, os desenhos, as misturas de materiais, as sobreposições, a paleta de cores e os dizeres da coleção. Os materiais presentes foram o tule delicado, a flanela de algodão, a lã, a bombazine, o jersey metálico e o denim, estabelecendo-se assim uma ponte entre o clássico e o contemporâneo, entre o rural e o urbano. A paleta de cores também remeteu para as obras de Rosa Ramalho, sendo evidente a tonalidade do barro misturada com os tons escuros dos trajes rurais e a coloração habitualmente presente nas criaturas da ceramista. Preto, azul navy, amarelo, tons terra e azul seco compuseram a paleta.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

O 44.º Portugal Fashion encerrou com os desfiles de dois ex-bloomers, que estão a causar sensação na passerelle principal do evento. Referimo-nos aos jovens criadores Carla Pontes e David Catalán, que surpreenderam com as suas inventivas criações. Com a instalação viva “Remember where you come from”, Carla Pontes convidou o público a aproximar-se para melhor conhecer as linhas que constroem os volumes das peças. As volumetrias orgânicas e os detalhes subtis definem a estética da criadora, cujo desenho equilibra formas e materiais em peças com influências arquitetónicas e pormenores inesperados. O trabalho de Carla Pontes enquadrou-se na slow fashion, movimento que valorizou as tradições locais e defendeu a sustentabilidade da indústria da moda.

Já David Catalán apresentou a coleção “Still alive”, que combinou peças clássicas com o sportswear para criar um guarda-roupa moderno, sofisticado e também aconchegante, como se exige para a estação fria. A coleção parte de uma paleta térrea e neutra – bege, tijolo, preto e castanho – até avançar para tons mais contrastantes, como o azul-marinho, o laranja brilhante e o amarelo mel. Destacaram-se as texturas antagónicas, sobrepostas e combinadas neste conjunto de propostas outono/inverno que tiveram a escalada como inspiração principal.

Desde essa edição em 2010, o projeto Bloom já possibilitou a apresentação de coleções a 56 jovens criadores e marcas. A saber, Alexandre Marrafeiro, Align With Kay (by Catarina Santos), Amorphous (by Carla Alves), Ana Segurado, Andreia Lexim, Atelier Ctrl, Autopsy (by Jordann Santos), Beatriz Bettencourt, Carla Pontes, Carlos Couto, Catarina Santos, Celsus, Cláudia Garrido, Daniela Barros, Daniela Pereira, David Catalán, Diana Matias, Eduardo Amorim, Elionai Campos, Estelita Mendonça, Gonçalo Páscoa, HIBU (by Marta Gonçalves e Gonçalo Páscoa), Hugo Costa, Inês Marques, Inês Torcato, Iúri, Joana Braga, Joana Ferreira, João Melo Costa, João Rôla, João Sousa, K L A R (by Alexandre Marrafeiro, Andreia Oliveira e Tiago Carneiro), Luís Sandão, Mafalda Fonseca, Margarida Gentil, Mara Flora, Maria Martins, Maria Meira, Maria Kobrock, Mariana Almeida, Nycole (by Tânia Nicole), Olimpia Davide, O Simone, Pedro Jorge, Pedro Neto, Pedro Pinto, Pilar Pastor, Pritt Franco, Rita Gilman, Rita Sá, Sara Maia, Stefano Ficetola, Susana Bettencourt, Teresa Abrunhosa, 0.9 Vírus (by Filipe Ferreira) e UNT.

A descoberta de jovens designers faz-se desde logo no Concurso Bloom, cujos finalistas apresentam individualmente os seus coordenados num desfile no próprio Portugal Fashion e submetem-se, assim, à avaliação de um júri constituído por especialistas de moda. São então distinguidos dois jovens criadores, que ganham a possibilidade de participar nas duas edições seguintes do Portugal Fashion. Por tudo isto, o Concurso Bloom é não só uma experiência enriquecedora para os jovens designers como permite ao Portugal Fashion descobrir e promover novos talentos da moda.

Alguns jovens criadores do Bloom têm participado em desfiles e showrooms internacionais com o apoio do Portugal Fashion ou do seu projeto comercial complementar, o Next Step, marcando assim presença em importantes certames de moda de Londres, Paris, Milão, Viena, Copenhaga, Roma ou Madrid, por exemplo.

Carla Pontes, David Catalán, Estelita Mendonça, Hugo Costa, Inês Torcato, Sara Maia e Susana Bettencourt são exemplos de jovens criadores que, depois do tirocínio no projeto Bloom, consolidaram as suas carreiras e hoje pontificam no calendário principal do Portugal Fashion, como se verifica, de resto, nesta edição. Têm, inclusivamente, participado em vários eventos de moda internacionais com o endorsement do Portugal Fashion.

Dentro deste grupo de criadores emergentes, Hugo Costa é um verdadeiro case study. O jovem designer estreou-se na Semana da Moda Masculina de Paris em junho de 2016 e conta já com seis participações consecutivas na fashion week da cidade-luz. Sempre com o apoio do Portugal Fashion.

Outra bloomer já com passagem pela passerelle principal, a designer Tânia Nicole, apresentou a sua nova coleção na última edição da ModaLisboa, em inícios de março. Powered by Portugal Fashion, a jovem criadora revelou no Pavilhão Carlos Lopes, em Lisboa, as propostas da sua marca de menswear Nycole. Esta participação foi possível ao abrigo do acordo de cooperação entre o Portugal Fashion e a ModaLisboa assinado em 2018 e que prevê, entre outras iniciativas conjuntas de promoção da moda portuguesa, o intercâmbio de criadores e marcas entre os eventos.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

FRANÇA – FASHION WEEK 1º SEMESTRE 2018

PARIS FASHION WEEK MENSWEAR

Três dias depois do desfile de Miguel Vieira em Milão, foi Hugo Costa que se destacou no calendário oficial de apresentações da Semana de Moda Masculina de Paris. A inovadora apresentação da coleção “(A)Way of Punk”, um formato experimental e interativo, foi produzida pelo Portugal Fashion no dia 17 de janeiro, entre as 17h e as 19h30, no nº43 da Rua Notre Dame de Nazareth. As propostas “no gender” de Hugo Costa surpreenderam pela quebra com as formas habituais da marca, mas o designer de São João da Madeira antecipou outra novidade: o lançamento de uma nova linha de óculos de sol. Esta foi a quarta participação consecutiva de Hugo Costa na semana de moda de Paris dedicada ao menswear. A estreia no calendário da conceituada fashion week aconteceu em junho de 2016. Tratou-se efetivamente de uma estreia para o designer lançado em Portugal pela plataforma de jovens criadores do Portugal Fashion, o Bloom, mas também de uma conquista inédita para o próprio Portugal Fashion, que integra assim o mercado de menswear no seu roteiro internacional de desfiles e apresentações.

O Hugo Costa é um dos exemplos recentes do que o Portugal Fashion faz bem: identificar novos talentos, ajudá-los a dar os primeiros passos, através da plataforma Bloom, e acompanhar a evolução dos seus projetos, integrando-os na sua plataforma principal de desfiles e nos seus circuitos internacionais de apresentações. Hoje, o designer Hugo Costa possui uma marca em ascensão, integra o calendário oficialmente reconhecido pela Federação Francesa de Moda, a Fédération Française de la Couture du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode, responsável pela organização das fashion weeks da cidade luz, e tem a oportunidade de apresentar o seu trabalho numa montra global, com tudo o que isso tem de benéfico em termos de visibilidade, notoriedade, posicionamento e prestígio.

FRANÇA – FASHION WEEK 2º SEMESTRE 2018

PARIS FASHION WEEK MENSWEAR

Feitas as honras em Milão com o desfile de Miguel Vieira, o Portugal Fashion concretizou a segunda fashion stop do seu roteiro primavera/verão 2019, marcando presença no conceituado calendário oficial da Paris Fashion Week Menswear com o criador Hugo Costa. Foi no contexto das semanas de moda masculinas que o designer apresentou as suas propostas para a estação quente, no dia 20 de junho, às 18h30, no Espace marais•marais (5 Bis Rue de Beauce, 75003). “Kintsukuroi” é o nome da coleção que deu o mote à quinta participação de Hugo Costa na consagrada semana de moda francesa. Tratou-se de uma apresentação num registo criativo que juntou a inspiração conceptual do criador a uma instalação artística e potencia o contacto direto com a coleção.

Iniciar o roteiro internacional do Portugal Fashion com as semanas de moda masculinas, falando do caso concreto da Paris Fashion Week, assume uma importância reforçada para o projeto. Por um lado, totalizamos agora a décima ação no segmento menswear, o que vem provar a abrangência e dinâmica promocional estratégica do Portugal Fashion, bem como a capacidade dos designers lusos para trabalhar em vários segmentos de mercado. Por outro, apresentamo-nos em Paris com um criador jovem, que lançámos em 2010 aquando da criação do projeto Bloom e que conquistou presença no exigente calendário da cidade luz, consolidando a partir de lá uma marca global “Kintsukuroi”: a arte que nos dá um outro olhar sobre a imperfeição. Com lugar conquistado na Paris Fashion Week Menswear, Hugo Costa inspirou-se no conceito abstrato de imperfeição e na cultura do Japão para conceber as propostas SS19. “Kintsukuroi”, técnica japonesa que restaura peças de cerâmica através do ouro, dá o mote a uma coleção onde as imperfeições são celebradas.

Hugo Costa apresentou uma coleção onde reinam as sobreposições de peças e uma vasta paleta de cores – protagonizada quer por tons pastel, quer por tons neutros. Também os padrões

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

floridos, igualmente misturados e que facilmente nos podem remeter para a estética da cerâmica japonesa, vão de encontro à celebração da imperfeição e da humanidade.

PARIS FASHION WEEK WOMENSWEAR

O Portugal Fashion regressou à Paris Fashion Week, no dia 26 de setembro, com uma estreia absoluta e dois nomes cujo percurso internacional já tem história na cidade-luz. Às 12h00, no Palácio de Tóquio, a marca Marques'Almeida integrou pela primeira vez o calendário oficial da Paris Fashion Week, naquela que foi também a sua primeira participação no roteiro do Portugal Fashion. Mais tarde, na Universidade de Paris Descartes, às 13h30 e às 18h30, respetivamente, Diogo Miranda e Luís Buchinho voltaram a estar presentes no certame parisiense, completando mais uma etapa do seu processo de internacionalização.

O Portugal Fashion congratula-se por poder apoiar o crescimento e a internacionalização da marca Marques'Almeida. Trata-se de um projeto que está a ter aceitação internacional e revela grande potencial comercial, pelo que vai ao encontro dos nossos principais critérios de apoio a marcas e criadores portugueses. Os desfiles em Paris abrem novas oportunidades de internacionalização à marca Marques'Almeida, ao mesmo tempo que consolidam o trajeto internacional dos criadores Diogo Miranda e Luís Buchinho.

Com atelier na capital inglesa, a dupla participa, desde 2010, na London Fashion Week com a sua linha de roupa e acessórios femininos Marques'Almeida. Absolutamente portuguesa, a marca caracteriza-se pela irreverência e informalidade, avultando nas suas coleções as t-shirts garridas, o denim, as peças desconstruídas e sobredimensionadas, os folhos... Ora foi este look casual que atraiu não só a indústria da moda mas também celebridades do showbiz, como Rihanna, FKA Twigs, Beyoncé, Solange ou Sarah Jessica Parker, que vestem criações Marques'Almeida. Em 2014, a dupla foi distinguida na categoria Talento Emergente –Moda Feminina dos British Fashion Awards e, em 2015, recebeu o prémio da LVMH (grupo que detém marcas como a Louis Vuitton, Dior e Givenchy) para Jovens Estilistas de Moda. Integrou, igualmente, a shortlist para o prémio BFC/VogueDesigner Fashion Fund 2018.

Refira-se que, em 2014, Marta Marques e Paulo Almeida criaram uma coleção para a rede de lojas Topshop e, no ano seguinte, desenharam o guarda-roupa para o espetáculo da gala de moda da companhia de ballet de Nova Iorque (New York City Ballet's Fourth Annual Fall Fashion Gala), que teve a curadoria da atriz Sarah Jessica Parker. Hoje, a Marques'Almeida é comercializada em cerca de 100 pontos de venda e marca presença em plataformas e-commerce de referência, como a Net a Porter, a Yoox, a Farfetch, a MatchesFashion ou a Selfridges.

Em Paris, a dupla quis inaugurar uma nova estratégia de abordagem ao mercado, privilegiando a proximidade com os clientes. É que, embora a marca seja portuguesa e desenvolva a sua atividade comercial a partir de Londres, Paris é a cidade onde habitualmente são concluídos os seus negócios, depois da apresentação das coleções na capital inglesa.

Diogo Miranda regressou à Paris Fashion Week, três anos após a sua estreia no evento, em 2015. Na altura, o desfile do criador mereceu a atenção dos media internacionais, designadamente do The New York Times da Harper's Bazaar. A carreira internacional de Diogo Miranda inclui ainda participações em prestigiados showroom sem Paris, Londres, Berlim e Nova Iorque, que se traduziram no aumento de pontos de venda em mercados externos.

Neste regresso a Paris, Diogo Miranda apresentou a sua coleção para a primavera/verão de 2019, que foi inspirada na obra de um dos fotógrafos mais influentes do século XX, Irving Penn. Nas novas propostas do criador sobressaem as “linhas femininas e etéreas transmitidas por cortes minuciosamente pensados, drapeados”, bem como as “silhuetas esbeltas e longas”, que “transmitem sensualidade, porém contida”. Nos materiais, “o tafetá de seda e os brocados ajudam a moldar mangas 3D e a criar volumes, comprimentos midi versus pernas expostas, cortes assimétricos e decotes profundos em crepe e linho”. Avultam as “cores nude, como o rosa, o amarelo, o azul céu, em contraste com o roxo, o preto e o bordeaux”. Assim se constrói o look de Diogo Miranda “para uma mulher contemporânea, austera, independente e imaculada”. Luís Buchinho, por seu turno, voltou à semana de moda onde é presença assídua desde 2009. Refira-se que o criador setubalense radicado no Porto já realizou desfiles nas fashion weeks de Nova

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

lorque, São Paulo e Paris, sendo um dos nomes mais internacionais da moda portuguesa e dos que regista melhor performance comercial em mercados externos. Luís Buchinho exporta cerca de metade das suas coleções, chegando a mercados tão importantes como os EUA (tem pontos de venda em Nova Iorque e Filadélfia, por exemplo), Hong Kong ou Arábia Saudita.

FRANÇA – FASHION WEEK 1º SEMESTRE 2019

PARIS FASHION WEEK MENSWEAR

Hugo Costa abriu as portas do número 43 rue Notre Dame de Nazareth no dia 16 de janeiro, às 17 horas (locais), numa apresentação que se estendeu por duas horas e meia.

Num registo criativo que junta a inspiração conceptual do criador a uma instalação artística e potencia o contacto direto com a coleção, Hugo Costa reflete sobre a “dificuldade de aceitarmos as diferenças e as barreiras que se criam para dividir as pessoas”.

A coleção “MAYBE WE’LL BE TOGETHER AGAIN”, frase escrita, e inscrita, no que resta do Muro de Berlim, marcou a sexta participação consecutiva do designer no calendário oficial da conceituada Paris Fashion Week Menswear.

A coleção de Hugo Costa pretendeu fazer uma reflexão sobre as liberdades cortadas, os muros que se levantam e o crescendo das atitudes extremadas. “Há uma distância física que vai enfraquecendo as relações emocionais e sentimentais entre as pessoas”.

Há um jogo de sentimentos nas cores usadas por Hugo Costa. Se ao preto, cinza e verde seco talvez vá buscar o lado mais duro e seco da sua coleção, no bege, bordeaux e rosa talvez se encontre o lado mais “amor”.

Nos tecidos, Hugo recorreu ao denim, aos tecidos de aspeto austero e a alguns (poucos) tecidos técnicos. Há predominância dos clássicos dos anos 70 e 80 nas silhuetas.

Hugo Costa lançou uma pergunta final. Uma provocação que pretende fazer pensar: “O que é que fica quando o sonho se vai, para além deste presente que é tão severo”?

PARIS FASHION WEEK WOMENSWEAR

Foi com a dupla que está a causar sensação na moda internacional, Marta Marques e Paulo Almeida, que o Portugal Fashion iniciou nova investida promocional em Paris, nos dias 26 e 27 de fevereiro. A marca Marques’Almeida apresentou a sua coleção às 12h30 do dia 26, no Colégio Jesuíta Saint Louis de Gonzague (Rua Benjamin Franklin, 12), com vista privilegiada para a Torre Eiffel. Apoiado pelo Portugal Fashion, o desfile da dupla portuguesa sediada em Londres inseriu-se no calendário oficial da Semana da Moda de Paris.

No dia seguinte, 27 de fevereiro, os criadores Diogo Miranda e Luís Buchinho, às 13h30 e 17h30, respetivamente, revelaram as suas propostas para o outono/inverno de 2019-20 no L’Oratoire du Louvre (Rua Saint Honoré, 145). Com o apoio do Portugal Fashion, estes dois pesos-pesados da moda nacional regressaram à cidade-luz para cumprirem mais uma etapa dos seus processos de internacionalização. De sublinhar que Marques’Almeida, Diogo Miranda e Luís Buchinho foram os criadores apoiados pelo Portugal Fashion nos desfiles da Paris Fashion Week, em setembro último. A dupla Marta Marques e Paulo Almeida fez a estreia da sua marca epónima na Semana da Moda de Paris em setembro de 2018, depois de várias presenças na London Fashion Week. Pouco menos de um mês depois, em outubro, a Marques’Almeida protagonizou um dos desfiles mais aguardados do 43.º Portugal Fashion, no Porto, naquela que foi também a sua estreia no evento. Na altura, a marca apresentou uma coleção inspirada em técnicas, silhuetas e padrões portugueses, recebendo instantânea aclamação da crítica e do público especializados. Também em Paris, a dupla promete continuar a interpretar Portugal e o seu sentir profundo com as suas criações.

Ainda recentemente, a cantora Beyoncé partilhou uma fotografia no seu Instagram onde está vestida com um conjunto da marca Marques’Almeida. Isto diz bem de como as criações da dupla portuguesa estão a conquistar o showbiz internacional e a causar frisson na alta-roda da moda. Para além da ex- Destiny’s Child, também as cantoras Rihanna, FKA Twigs e Solange surgiram já

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

em público com o look M'A girls da Marques'Almeida.

Quase quatro anos após a sua estreia em Paris, em 2015, Diogo Miranda apresentou uma coleção inspirada na personagem de Catherine Deneuve no filme "Indochina". Para a próxima estação fria, o criador propõe "motivos náuticos como riscas e correntes usadas numa forma feminina e um look extremamente confiante e clássico". Nesta coleção "de clássicos, sofisticação e volumes", como a descreve, sobressaíram os casacos náuticos em conjunto com calças de marinheiro e o tafetá para criar mangas exageradas e volumosas em contraste com saias plissadas. Ivory, cinza claro, bege, preto, azul-marinho e dourado são as cores escolhidas para esta estação.

Já Luís Buchinho apresentou uma coleção outono/inverno inspirada no uniforme das mulheres pioneiras da aviação da década de 1940. Em destaque esteve o couro luxuoso misturado com pelo falso, flanela, malha, lã e feltro. Avultaram os casacos com colarinhos gigantes, os sobretudos de aviador e os casacos curtos, boleros e híbridos com variações gráficas particulares (tanto de volume como de forma) e especificidades interessantes no abotoamento. Geométrica, estruturada e composta de zonas onde o mate e o brilho se conjugam com couro e pelo falso, a nova coleção de Luís Buchinho combina peças casuais com os clássicos e "manipulou materiais e cores criando silhuetas gráficas para as mulheres que querem romper com as barreiras de género. Mulheres fortes, afirmativas e sexy", descreve o criador.

REINO UNIDO – FASHION WEEK 2º SEMESTRE 2018

LONDON FASHION WEEK SS19

A Semana de Moda de Londres acolheu a moda portuguesa, com a estreia absoluta de Sophia Kah, uma marca nacional que conquistou particular popularidade na capital inglesa, e a quinta participação de Alexandra Moura, a criadora que encontrou em Londres uma montra à escala planetária para a apresentação das suas coleções. O périplo do Portugal Fashion na London Fashion Week iniciou-se precisamente a 13 de setembro, dia em que a marca Sophia Kah revelou as suas propostas para a próxima estação quente na residência oficial do Embaixador Português em Londres (11 Belgrave Square, London), uma apresentação em formato "saloon show", que decorreu entre as 18h00 e as 20h00 e que conta com o apoio da Embaixada de Portugal e da delegação da Aicep Portugal Global em Londres. No dia seguinte, 14 de setembro, às 10h30, no espaço The Boiler House (152 Brick Lane, London), foi a vez de Alexandra Moura subir à passerelle do certame inglês com "Heirloom".

A London Fashion Week é um mercado europeu fulcral para a projeção da moda portuguesa a nível internacional, já que a cidade de Londres funciona como uma autêntica montra à escala planetária, onde a moda de autor e as marcas de vestuário com etiqueta made in Portugal alcançam o merecido reconhecimento.

A Alexandra Moura é um dos exemplos de sucesso da moda de autor lusa, com uma estratégia consolidada a vários níveis, quer no plano nacional, quer a nível internacional.

REINO UNIDO – FASHION WEEK 1º SEMESTRE 2019

LONDON FASHION WEEK FW19-20

Sophia Kah reforçou, na sua coleção FW19-20, as características mais icónicas da sua estética: a elegância sartorial, a imaculada atenção ao detalhe, trabalhado de forma quase artesanal.

Foi com as criações etéreas de Sophia Kah que o Portugal Fashion regressou a Londres, naquela que é mais uma paragem do seu roteiro internacional, com a coleção Tiger Souls para o outono/inverno 19/20.

A apresentação que teve como cenário um dos mais exclusivos clubes londrinos, ou não fosse o Mark's Club um conceituado espaço que acolheu vários ícones da moda, como as criações sofisticadas de Victoria Beckham. Foi precisamente nesta atmosfera elegante que Sophia Kah presenteou imprensa, convidados, clientes e compradores internacionais com as delicadas propostas para o próximo inverno, numa apresentação intimista que potenciou a proximidade e

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

interação do público com a marca.

Tratou-se da segunda participação consecutiva de Sophia Kah na Semana de Moda de Londres com o apoio do Portugal Fashion, onde teve, também, um lugar cativo no calendário nacional desde a passada estação de verão. A marca Sophia Kah, com a etiqueta made in Portugal e o estatuto born global, conta já com grande reconhecimento no mercado internacional e a preferência de celebridades planetárias, como Beyoncé, Keira Knightley, Kerry Washington, Nelly Furtado, Florence Welch e muitas outras. De resto, a marca tem pontos de venda em armazéns tão prestigiados como o Harrods e o Barneys NY e conhece uma significativa procura em países do Médio Oriente e na Rússia.

ITÁLIA – FASHION WEEK 1º SEMESTRE 2018

MILANO MODA UOMO FW 18/19

O roteiro internacional do Portugal Fashion arrancou este fim de semana em Milão. Um ano depois da estreia na Milano Moda Uomo, o projeto de promoção da moda portuguesa regressou à passerelle italiana com Miguel Vieira, no dia 14 de janeiro, às 19h30, no espaço Padiglione Visconti (Via Tortona, 58). No ano que celebrou três décadas de carreira, o designer decidiu antecipar a estação fria inspirado pelo ritmo do “Rock and Roll”.

Para o Portugal Fashion, iniciar com as semanas de moda masculinas, pelo segundo ano consecutivo, uma nova estação de apresentações nacionais e internacionais é bastante motivador. A adaptação permanente aos calendários, lógicas organizativas e, principalmente, à evolução do mercado em termos de tendências de negócio e consumo é uma das principais prioridades do Portuga Fashion. Ora, o caminho que estamos a desenhar no menswear, com a presença em diferentes mercados, com várias ações de promoção e, inclusive, com iniciativas complementares de suporte comercial é recente, mas já repleto de histórias para contar. A afirmação de Miguel Vieira no mercado italiano, e a partir dele para o mundo, é um desses casos dignos de destaque, por todas as conquistas que temos conseguido potenciar em termos de notoriedade e projeção.

O desfile FW18-19 de Miguel Vieira teve lugar no espaço Padiglione Visconti, uma nova location oficial da Camera Nazionale Della Moda Italiana, entidade responsável pela organização das duas fashion weeks da cidade (Milano Moda Uomo e Milano Moda Donna) e com a qual o Portugal Fashion vem trabalhando de perto, de modo a assegurar integração dos desfiles nacionais nos respetivos calendários. Para o designer de São João da Madeira, este foi o terceiro desfile consecutivo naquela que é uma das mais importantes montras mundiais no segmento menswear, e um mercado que é também um catalisador de todo o negócio internacional da sua marca. Ainda que a antecipação dos 30 anos de carreira tenha começado em 2017, com as apresentações da coleção primavera/verão 2018, este desfile não deixou de ser especial: afinal, foi a primeira ação do criador naquele que é efetivamente o ano de comemoração destas três décadas de trabalho. Ao longo de 30 anos, a marca Miguel Vieira tem vindo a destacar-se em inúmeras categorias, um pouco por todo o mundo: roupa de homem, senhora, joias, sapatos, marroquinaria, mobiliário, óculos, criança, entre outros. Miguel Vieira participa regularmente em feiras internacionais e as suas propostas, apresentadas em Portugal no Portugal Fashion, já desfilaram em passerelles tão diversas como Paris, Istambul, Lodz, Barcelona, São Paulo, Moçambique, Milão (Homem e Senhora) e Nova Iorque. Devido ao seu sucesso, dentro e fora de portas, Miguel Vieira foi distinguido com a Comenda da Ordem do Infante D. Henrique (2006), recebeu o Prémio Infante D. Henrique na categoria de inovação (2009) e foi agraciado com a medalha de mérito de São João da Madeira, galardões que junta ao Globo de Ouro de Estilista do Ano de 2007 e, mais recentemente, ao de GQ Men of the Year Awards 2017 –Melhor Designer Nacional.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

MILANO MODA DONNA FW 18/19

Pedro Pedro e Carlos Gil são os protagonistas desta campanha e fizeram desfilarem as suas propostas na quinta-feira, 22 de fevereiro, respetivamente às 11h30 e 13h30 locais. Integrados no calendário oficial de eventos da semana coordenada pela Câmara Nacional de Moda Italiana, ambos os designers apresentam coleção na location oficial da semana de moda instalada no nº 58 da Via Tortona.

Itália é um mercado que temos vindo a trabalhar de forma progressiva e estratégica, com resultados de comunicação, marketing e até de afirmação comercial surpreendentes. A tradição italiana no universo da moda e a maturidade do seu mercado justificam hoje uma abertura e um interesse ímpares por novos talentos e pela afirmação de designers e marcas emergentes, que associam duas componentes fulcrais: criatividade e qualidade de confeção. Ora, nesta fusão, Portugal vem dando provas de competência há longa data e o trabalho que o Portugal Fashion tem vindo a desenvolver junto das semanas de moda de Milão (Moda Uomo e Moda Donna) e de Roma (Altaroma) é, sem falsas modéstias, um contributo claro para a construção de um novo posicionamento internacional do ecossistema moda português. Na Milano Moda Donna, o Portugal Fashion faz-se agora acompanhar de dois nomes já consagrados em Portugal no segmento de moda feminina, Pedro Pedro e Carlos Gil. Criadores que, com o acompanhamento do projeto da ANJE, têm vindo a construir um percurso internacional que, a partir de Milão, desenvolveu já ramificações para outras geografias.

ITÁLIA – FASHION WEEK 2º SEMESTRE 2018

MILANO MODA UOMO

A Milano Moda Uomo foi a primeira fashion-stop, com o desfile do criador Miguel Vieira que se realizou no sábado, 16 de junho. A apresentação da coleção aconteceu às 19h30, no espaço Area 56 (Via Savona, 56), uma location oficial da conceituada semana de moda italiana, que acolheu o designer de São João da Madeira numa das ações que assinalaram o seu 30º ano de carreira. Regressar a Milão é regressar a um mercado fulcral quer na estratégia de internacionalização do Portugal Fashion, quer de um conjunto cada vez mais significativo de criadores nacionais que ali têm uma plataforma de comunicação e negócio com abrangência planetária.

A celebrar 30 anos de carreira, Miguel Vieira mostra, a partir da Milano Moda Uomo, toda a vitalidade, irreverência e potencial de futuro da sua marca. A entrada para o calendário oficial de eventos desta mostra internacional, com o reconhecimento da Camera Nazionale della Moda Italiana, representou um marco no caminho internacional que o designer vem construindo com o Portugal Fashion: o fit deste mercado com as coleções masculinas de Miguel Vieira foi imediato, incrementando oportunidades de crescimento e afirmação de um nome que cumpre os mais exigentes requisitos de criatividade, excelência de materiais e qualidade de produção.

ALTAROMA SS19

Depois de marcar presença nas semanas de moda de Milão e Paris, o Portugal Fashion regressou a Itália para concretizar a terceira paragem do roteiro internacional primavera/verão de 2019, desta feita para promover os novos talentos da moda nacional. Foi no dia 26 de junho que cinco jovens designers sobiram à passerelle da semana de moda de Altaroma, num desfile que pretende refletir a aposta do Portugal Fashion na internacionalização de jovens designers. Daniela Pereira, Joana Braga, Mara Flora, Maria Meira e Nycole desfilaram no espaço Studio di Cinecittà, Teatro 10 (Via Vincenzo Lomaro, 30), no dia 28 de junho, às 16h00 locais. Tratou-se da quarta participação do projeto de moda da ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários no calendário da Altaroma, uma ação que consolida a parceria estratégica com a conceituada organização italiana, com o objetivo de estabelecer sinergias regulares ao nível da identificação, apoio e divulgação de jovens criadores.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

O Fashion Hub da Altaroma foi, mais uma vez, o grande impulsionador da presença do Portugal Fashion na semana de moda italiana. Dedicado ao scouting, apoio e promoção de novos talentos, o projeto concede aos jovens criadores italianos a oportunidade de expressarem a sua criatividade e divulgarem o seu trabalho naquela que é não só uma passerelle profissional, como também uma montra privilegiada de exposição na indústria da moda. Complementarmente, o Fashion Hub estende o seu trabalho de identificação e divulgação de talentos emergentes da moda além-fronteiras, contemplando na semana da moda desfiles e apresentações de jovens designers que tenham um percurso promissor noutros países europeus, contexto no qual se enquadram as criadoras Daniela Pereira, Joana Braga, Mara Flora, Maria Meira e Nycole. O Portugal Fashion é uma rampa de lançamento fundamental para os novos projetos de moda portuguesa, mas há muito que a sua dimensão não se cinge apenas a solo nacional. Com efeito, a aposta na internacionalização é uma das prioridades do projeto, que não só pretende facilitar o acesso dos jovens criadores ao circuito da moda no seu país, como também colocar as suas marcas no panorama da moda internacional e assegurar a sua promoção nos mercados externos, com todas as oportunidades que essa exposição certamente proporciona. A parceria com o Fashion Hub de Altaroma, no qual assinalamos agora a quarta participação consecutiva, tem um papel importantíssimo no caminho para a internacionalização dos nossos jovens designers e prova, também, o interesse do mercado italiano pela moda portuguesa e pela sua consequente renovação.

A próxima ação do Portugal Fashion no Fashion Hub de Altaroma marcou a estreia absoluta de quatro jovens designers em solo internacional, enquanto que a jovem criadora Nycole assinalou a sua segunda participação na iniciativa. Daniela Pereira, Joana Braga, Mara Flora e Maria Meira foram as designers estreadas neste roteiro internacional SS19 do Portugal Fashion.

ITÁLIA – FASHION WEEK 1º SEMESTRE 2019

MILANO MODA UOMO FW19-20

Miguel Vieira foi o mestre de cerimónias que abriu as portas da cidade no sábado, dia 12 de janeiro, na Via Tortona 54, às 17h30 locais. O criador que comemorou o 30º aniversário em 2018, fez a quinta participação consecutiva na Milano Moda Uomo, integrando o calendário oficial da Semana de Moda masculina, organizado pela Camera Nazionale della Moda Italiana.

Há uma luz mágica em África que transcende o Ser Humano. Há uma essência única. Há cheiros, memórias, sons, músicas e cores que são só, e apenas, daquele lugar. Daqueles lugares. Há em África a saudade deixada por todos aqueles que por lá passaram. Há a alegria dos que lá vivem e que fazem o continente vibrar.

Miguel Vieira decidiu celebrar o inverno em África, usando-o como inspiração para a sua coleção outono/inverno 2020.

MILANO MODA DONNA

Portugal Fashion voltou a Milão com estreias de Alexandra Moura e Katty Xiomara.

Katty Xiomara estriou-se na cidade italiana dia 24, às 13h, no Le Cavallerizze, Via Olona 6 Bis, em Milão, com “Maria Mimosa”. Um tributo às mulheres e ao mesmo tempo uma coleção cápsula da personagem Hello Kitty para o mercado europeu, japonês, coreano e chinês, num convite que partiu da SANRIO, empresa japonesa criadora da boneca.

Katty e Kitty nasceram em 1974, completando em 2019, 45 anos de idade. A primeira nascida numa família portuguesa, no clima temperado da América do Sul. A segunda, “nascida” pelas mãos da empresa japonesa SANRIO, que lhe conferiu origens (ou características) de menina do Reino Unido.

Uma coleção que é, também, e ao mesmo tempo, uma forma de consciencializar o consumidor e de lhe mostrar que é preciso voltar a importar-se com a durabilidade das peças. O querer as peças para hoje, fez com que a moda tenha deixado de fazer vibrar. Consumimos acima das nossas

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

necessidades e esta coleção também é um olhar sobre isso.

Segunda-feira, dia 25, às 10h30, no Palazzo Giureconsulti, na Plaza Dei Mercanti 2, a arte da ceramista Rosa Ramalho foi homenageada por Alexandra Moura em Milão na sua coleção outono/inverno, naquela que foi a estreia da designer de Lisboa na cidade italiana e logo em calendário oficial de desfiles.

Do universo mágico que habitava na mente de Rosa Ramalho, nasceu a inspiração para a coleção de Alexandra. “A inspiração em seres fantásticos, bestas e monstros, na vida rural de Rosa, fazem nascer detalhes, desenhos, misturas de materiais, sobreposições, paleta de cores e dizeres”.

Numa reinterpretação dos monstros da mulher do campo, trabalhadora e com uma inteligência e sentido estético fora do seu tempo, Alexandra Moura fez uma intervenção directa em algumas peças manualmente.