



Revista: Saber VIVER

Publicação: Impressa

Data: Junho



tiu que “ainda precisamos de meia dúzia de anos para poder dar valor e vender sapatos ao preço dos italianos”. À frente da associação do setor tomou como missão voar mais alto e tornar o couro em Portugal uma referência e aumentar a competitividade na cena internacional.

Decorpistus/Ege A passadeira para a fama

A Fábrica de Tapetes Vitória era um negócio de família. Uma vida inteira a produzir tapetes de lã, um saber que passou de pai para filho. Um dia, numa feira, a marca Egecarpets surgiu-lhes ao caminho e o espírito visionário da família trouxe-a para Portugal. Foi a primeira marca que a Decorpistus — uma nova empresa da mesma família — representou e, decorridos 18 anos, tornou-se uma referência no setor, representando, atualmente, 90% das vendas da empresa. A Fábrica de Tapetes Vitória cedeu à crise e acabou por fechar portas, mas a Decorpistus continuou a tra-

dição familiar ligada às alcatifas, que já vai na terceira geração.

“A Ege revelou-se um produto diferenciador pela qualidade, pelo material, a poliamida, e pela associação a designers — Christian Lacroix, Versace, Jean Paul Gaultier e Chanel —, contribuindo com propostas mais modernas”, refere Mónica Massano, responsável de marketing da Decorpistus. A sustentabilidade foi sempre uma prioridade na Ege, que utiliza “materiais-primas feitas de produtos oriundos da reciclagem e as próprias alcatifas são 100% recicláveis”.

Neste caso, aconteceu o inverso das demais marcas nacionais: trata-se de uma marca estrangeira que deu novo impulso a uma empresa nacional. O facto de ser um produto líder mundial no setor das alcatifas impulsionou as vendas da Decorpistus. Arquitetos, decoradores e designers de interiores reconheceram a qualidade e entre os 5000 desenhos disponibilizados pela marca encontram sempre uma proposta à medida dos projetos que têm em mãos, seja

hotelaria (70% do volume de vendas da Decorpistus), escritórios ou o setor doméstico.

Nos últimos dois anos, a empresa passou a exportar as alcatifas Egecarpets também para os Palop, nomeadamente, Angola e Moçambique.

Dando continuação ao espírito visionário da marca, a Ege continua a estabelecer parcerias com artistas, e a última coleção foi assinada pelo estilista dinamarquês David Andersen. “Esta colaboração tem levantado algumas dúvidas desde o início. Ninguém está à espera de transformar alcatifas em vestidos de alta-costura. Mas, de facto, foi isso que David conseguiu alcançar”, disse Jan Magdal Poulsen, marketing e brand manager da Egecarpets. Por cá, a Decorpistus associou-se à ModaLisboa sob o lema ‘Vision’ e criou uma instalação de 920 m² de alcatifa do designer dinamarquês Brian Frandsen, disposta em 250 camadas, que resultaram num retrato tridimensional. Com preços entre os 23 e os 45€/m², a Ege é responsável pelo sucesso da Decorpistus.