

Portugal Fashion abre showroom em Paris para dar a conhecer marcas portuguesas

written by Maria Paulo | 4 de Outubro, 2025



O Portugal Fashion inaugurou o **primeiro showroom com dez marcas portuguesas em Paris**, durante a semana da moda, para impulsionar ***“a credibilidade e o interesse junto da comunidade profissional”*** a nível internacional.

“O nosso objetivo e a nossa ambição é conseguir ter aqui uma marca que comece a apresentar-se regularmente e que possa realmente gerar a credibilidade e o interesse junto desta comunidade profissional que vem até Paris”, disse à Lusa a diretora do Portugal Fashion, Mónica Neto, referindo a importância da cidade enquanto ***“montra principal dos profissionais de moda para conhecer novos criadores”*** e fazer negócios.

A iniciativa pensada há mais de um ano pretende ser a primeira de muitas, tendo em conta que **“o trabalho de construção de uma nova marca e de uma nova iniciativa não é um trabalho de resultado imediato, de conversão imediata em negócio”**, sendo essa a ambição, segundo a diretora do Portugal Fashion.

O espaço aberto até ao dia 4 de outubro, no coração do bairro parisiense Marais, conta com os trabalhos de Lo Siento, Maria Carlos Baptista e Veehana, três projetos emergentes integrados no BLOOM Incubator Programme, plataforma que apoia e promove o talento de jovens designers portugueses. Mas também com Susana Bettencourt, David Catalán, Nopin, Pé de Chumbo e Davii, bem como Gonçalo Peixoto e Duarte Hajime.

No showroom, que para Mónica Neto representa um **“sinal de maturidade e de responsabilidade”** e pretende ser uma **“promoção comunicacional”**, existem **“duas áreas distintas”** mais viradas para **“a venda de toque”**, uma dedicada às **“três marcas de jovens designers que estão no processo de inovação para se profissionalizarem, para converterem realmente esta atividade mais artística num negócio”**.

Na outra área, estão presentes as marcas **“que já estão mais profissionalizadas e que foram selecionadas precisamente pela sua capacidade”** de dar sequência a encomendas e que consigam **“exportar para qualquer lado que venha cá tentar fazer negócio”**, afirmou.

Durante a inauguração passaram pelo espaço dezenas de pessoas para verem as peças dos designers portugueses e até mesmo quem não podia entrar acabava por parar e olhar para as sessões de fotografia que iam sendo feitas na rua por modelos vestidos por todas as marcas bem distintas.

Para Maria Carlos Baptista, este é **“um momento muito feliz”** para a sua marca, para a qual trabalha sozinha e cujo trabalho procura **“trazer alfaiataria para o mundo feminino”**, incorporando o facto de ter sido bailarina, com a questão de

movimentos para as peças e também uma preocupação com a sustentabilidade.

“Como uma marca pequena que sou, é muito importante”, disse, acrescentando que esta iniciativa possibilita **“estar com um público diferente”** que pode desconhecer a sua marca e que proporcionou ter **“boas interações”** com pessoas com **“visões diferentes”**.

Já João Viana, responsável pela marca Veehana, revelou que as suas peças surgem **“a partir de pensamentos”**, destacando-se pela escolha de materiais e formatos que trouxe para Paris e os quais deram origem a vários **“‘feedbacks’ positivos”**.

“Acho que é muito importante para nós, marcas portuguesas, e principalmente marcas que estão a começar com nós, termos esta visibilidade e esta oportunidade para poder ter contacto com compradores, ter contacto com o mercado e abrir as portas para o mercado”, disse José Vieira da Lo Siento, projeto que começou em 2020 com João Pereira.

A parceria entre os dois designers pretende ser **“inovadora”** e **“marcante”**, tentando desafiar um mercado cada vez mais focado **“no que é clean, no que é minimal”**, com **“propostas de ‘streetwear’, mas misturando o que é vestuário masculino e o que é vestuário feminino”**, por exemplo, **“um homem com um vestido”** e uma mulher **“com um ‘look’ mais masculino”**, com destaque para a cor vermelha.

De acordo com a diretora do Portugal Fashion, em Portugal existe **“um ecossistema muito próprio que foi durante muitos anos conhecido pelo saber fazer”**, mas cada vez mais acredita na força do **‘created in Portugal’** (criado em Portugal) por estes **designers que conseguem acrescentar criatividade, conseguem realmente converter aquela imagem do país produtor para o país criador”**.

“O Portugal Fashion, 30 anos depois, também consegue sentir o carinho da comunidade internacional profissional, o respeito

e, portanto, aquilo que nós temos sentido é que a marca Portugal na moda está numa boa fase e o Portugal Fashion como plataforma para gerar interesse de novas marcas e marcas consagradas que vêm connosco também está numa boa fase”, afirmou Mónica Neto.

OC/MP