



**INDÚSTRIA TÊXTIL E VESTUÁRIO
PORTUGUESA
VISÃO ESTRATÉGIA 2030**



ATP – QUEM SOMOS?

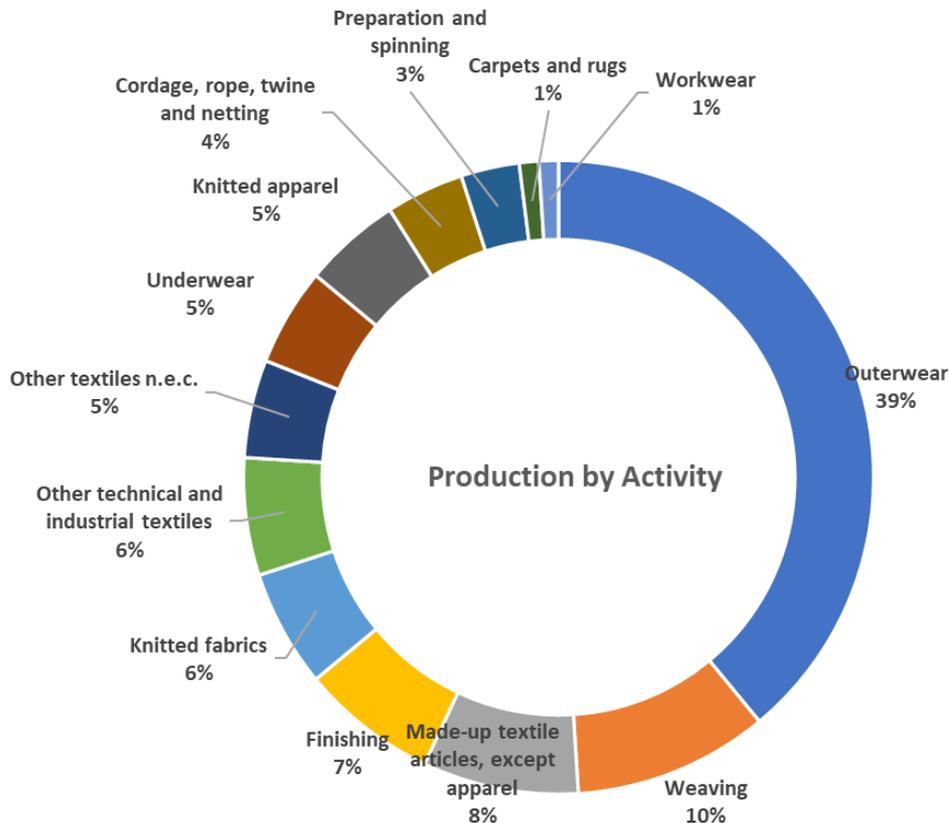


- Associação patronal – Nacional – T&V
- Desde 1965
- 500 associados | 3 mil milhões de € faturação | 35 mil trabalhadores
- Serviços diretos | por delegação | protocolos de cooperação
- Missão:
 - Unir, capacitar e defender os interesses dos membros
 - Promover condições para melhorar a competitividade e o crescimento das empresas
 - Fornecer serviços úteis e personalizados
 - Garantir o futuro e a dinâmica de uma atividade tradicional e moderna
- Filiações Nacionais | Internacionais



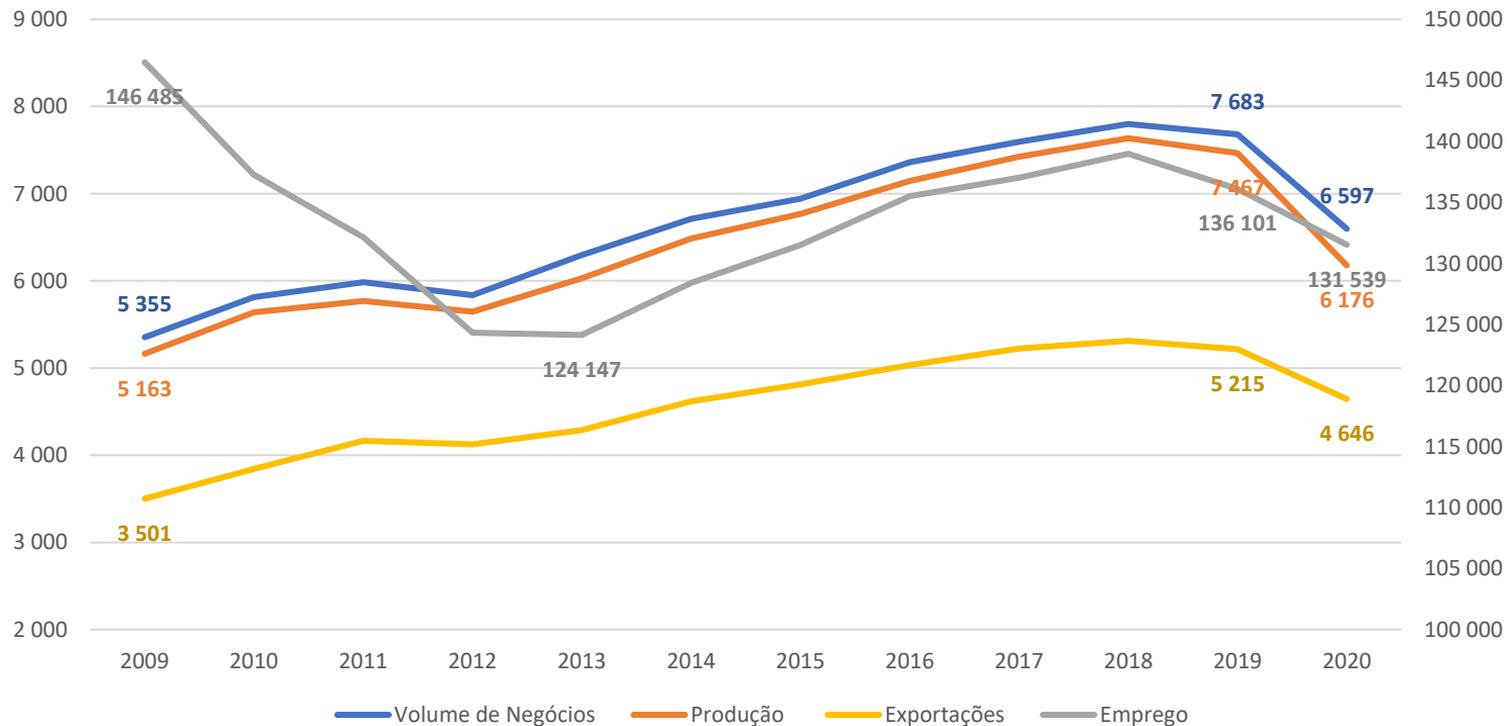
ITV PORTUGUESA

DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA E POR ATIVIDADE



ITV PORTUGUESA

Evolução dos Principais Indicadores da ITV



ITV PORTUGUESA

UMA DAS INDÚSTRIAS MAIS IMPORTANTES PARA A ECONOMIA NACIONAL

Emprego '19	% na Indústria Transformadora	VAB'19	% na Indústria Transformadora	Exportação de Bens '19	% no Total das Exportações
Têxteis e Vestuário	18%	Produtos Metais, exceto maquinaria e equipamentos	12%	Veículos, aeronaves, navios e equipamentos de transporte	16%
Produtos Alimentares	14%	Produtos Alimentares	11%	Maquinaria e aparelhos mecânicos; material elétrico e seus componentes	14%
Produtos Metais, exceto maquinaria e equipamentos	13%	Têxteis e Vestuário	11%	Têxteis e Vestuário	9%
Couro e produtos relacionados	7%	Veículos a motor, reboques e semi-reboques	8%	Metais e seus artigos	7%
Veículos a motor, reboques e semi-reboques	6%	Outros produtos minerais não metálicos	7%	Produtos minerais	7%

ITV EUROPEIA

PRINCIPAIS PLAYERS

Volume de Negócios 2018		Emprego 2018		VABfc 2018	
Itália	35%	Itália	21%	Itália	32%
Alemanha	14%	Roménia	10%	Alemanha	14%
França	9%	Polónia	10%	França	9%
Espanha	7%	Portugal	9%	UK	8%
UK	6%	Alemanha	8%	Espanha	6%
Portugal	5%	Bulgária	6%	Portugal	5%
Polónia	4%	Espanha	6%	Polónia	4%
Países Baixos	3%	França	6%	Roménia	3%
Bélgica	3%	Rep. Checa	3%	Países Baixos	3%
Roménia	2%	Hungria	2%	Bélgica	2%

ITV PORTUGUESA *EXPORTAÇÕES*

	<i>em Milhões €</i>	Jan.-Set. 2019	Jan.-Set. 2020	Jan.-Set. 2021	Evol. 21/20	Evol. 21/19
Têxteis (exceto Têxteis-Lar)		1 051	918	1 049	14,3%	-0,2%
Vestuário		2 346	1 902	2 293	20,5%	-2,2%
Têxteis-Lar e outros artigos têxteis confeccionados		527	611	643	5,2%	22,0%
TOTAL		3 924	3 431	3 985	16,1%	1,6%

PRINCIPAIS CLIENTES

	<i>em Milhões €</i>	Jan.-Set. 2019	Jan.-Set. 2020	Jan.-Set. 2021	Evol. 21/20	Evol. 21/19	Peso 21
Espanha	1 216	895	1 021	14,1%	-16,0%	26%	
França	501	546	573	4,8%	14,4%	14%	
Alemanha	329	331	352	6,2%	6,9%	9%	
EUA	252	231	317	36,9%	25,5%	8%	
Reino Unido	nd	nd	289	nd	nd	7%	
Itália	234	203	269	32,6%	14,8%	7%	
Países Baixos	172	151	198	30,8%	15,1%	5%	
Suécia	77	68	88	28,3%	13,6%	2%	
Bélgica	73	78	83	7,4%	14,4%	2%	
Dinamarca	59	61	75	23,6%	27,9%	2%	
Intra UE (27)	2 900	2 554	2 917	14,2%	0,6%	73%	
Extra UE (27)	1 024	877	1 068	21,8%	4,3%	27%	
Mundo	3 924	3 431	3 985	16,1%	1,6%	100%	

ITV PORTUGUESA

VISÃO ESTRATÉGICA E PERSPETIVAS – 2030



ENQUADRAMENTO MACROECONÓMICO NACIONAL E INTERNACIONAL

A ITV PORTUGUESA NO CONTEXTO EUROPEU E MUNDIAL

GRANDES TENDÊNCIAS

ANÁLISE SWOT DO STV PORTUGUÊS

AS PRIORIDADES ESTRATÉGICAS PARA A DÉCADA

Os CAMINHOS DO SETOR. OS CENÁRIOS: OURO, PRATA E CHUMBO

RECOMENDAÇÕES

ao Estado e à Administração Pública
aos Centros de Competências do Setor
às Empresas

ITV PORTUGUESA

VISÃO ESTRATÉGICA E PERSPETIVAS – 2030

7 PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

Para potenciar crescimento, produtividade e competitividade

1. Diferenciação
2. Sustentabilidade
3. Digitalização
4. Cooperação
5. Capacitação dos Recursos Humanos
6. Internacionalização
7. Capitalização



ITV PORTUGUESA

VISÃO ESTRATÉGICA E PERSPETIVAS – 2030

1. DIFERENCIAÇÃO:

Pela inovação tecnológica, criatividade e design.

Subir na cadeia de valor. Incrementar oferta de serviços.

Novos segmentos de mercado e novos clientes.

Abraçar novas tendências como a digitalização, sustentabilidade e economia circular.



VISÃO ESTRATÉGICA E PERSPETIVAS – 2030

2. SUSTENTABILIDADE:

Energias mais limpas. Seleção cuidadosa de matérias primas. Uso inteligente de **recursos**. Métodos de produção **mais eficientes** e inovadores. Reduzir **resíduos**. Produtos de maior valor acrescentado.

Economia circular.

Durabilidade, possibilidade de reparação, adaptabilidade de reutilização e reciclagem.

Melhorar a transparência, rastreabilidade avaliação do ciclo de vida dos produtos.

3. DIGITALIZAÇÃO:

Oportunidades da indústria 4.0 pela sua transformação e pela digitalização das operações na cadeia de valor. Desde o design, ao retalho, incluindo produção, embalagem e distribuição.

Velocidade. Integração. Informação. Decisão.

Tecnologia digital de **apoio à transição para a economia circular**. Incremento da virtualização, desmaterialização e transparência.

Promover a partilha de informação do ciclo de vida dos produtos.

VISÃO ESTRATÉGICA E PERSPETIVAS – 2030

4. COOPERAÇÃO:

Intensificar a colaboração e a cooperação, sem perder a identidade dos atores em toda a cadeia de valor de forma a criar flexibilidade e valor.

Incrementar o investimento em projetos I&D+I, em estreita cooperação com centros tecnológicos e universidades para o **desenvolvimento de novos produtos, novos materiais, novos processos, tecnologias**, novas **formas de organização do trabalho e melhorar a performance industrial**.

Desenvolver o negócio para ganho de escala através de fusões e aquisições ou outras formas de cooperação entre empresas.

5. CAPACITAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS:

São necessárias novas “skills” em toda a cadeia de valor (novos processos produtivos, mas também no design, no desenvolvimento de produto, logística, marketing, vendas e serviço ao cliente, tudo num negócio que é completamente global).

Atrair e reter conhecimento e talento.

Foco na interdisciplinaridade, tanto na **Formação académica** como na **Formação profissional** através de programas de aprendizagem ao longo da vida.

VISÃO ESTRATÉGICA E PERSPETIVAS – 2030

6. INTERNACIONALIZAÇÃO:

Intensificar a diversificação de mercados. **Novos clientes. Novos segmentos de mercado**, diversificar estratégias de acesso aos mercados, procurar novos clientes.

Expandir a base de exportação.

Novos ciclos de desenvolvimento e novas abordagens ao mercado; saber **comunicar a diferenciação** e vantagens da oferta.

7. CAPITALIZAÇÃO:

Incrementar o capital próprio e solvabilidade. Reduzir o nível de dependência de capitais alheios. **Financiar o crescimento e suportar riscos** e impactos inerentes ao crescimento dos negócios.

CENÁRIO OURO:

- + 5.000 empresas
- + 120 mil trabalhadores
- + 10 mil milhões de euros VN
- + 8 mil milhões de euros exportações

Desafio exigente. Aposta no **crescimento do setor**. Requer espírito de **ambição empresarial e novas políticas**.

“Romper” com o período de estagnação socioeconómica.

Estimular empreendedorismo, investimento, inovação, criar vantagens competitivas para a oferta portuguesa.



VISÃO ESTRATÉGICA PARA A ITV EUROPEIA

AMBITION

EURATEX



THE EUROPEAN APPAREL
AND TEXTILE CONFEDERATION

Promote a competitive
and sustainable
European T&C industry

1. Be a global leader on
sustainable textiles

2. Strengthen the efficiency of
European textiles industry

3. Increase our global
market share

1.

Be a global leader on sustainable textiles

- 1.1. Adopt coherent and harmonised standards and requirements for sustainable textiles
- 1.2. Develop realistic business models for sustainability
- 1.3. Develop sufficient recycling capacity in Europe
- 1.4. Authorities choosing sustainable textiles (green public procurement)
- 1.5. Consumers choosing sustainable textiles (stimulate consumer behaviour)

2.

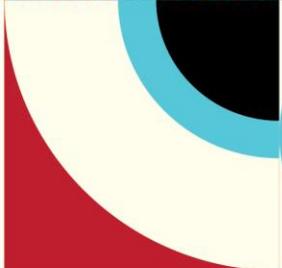
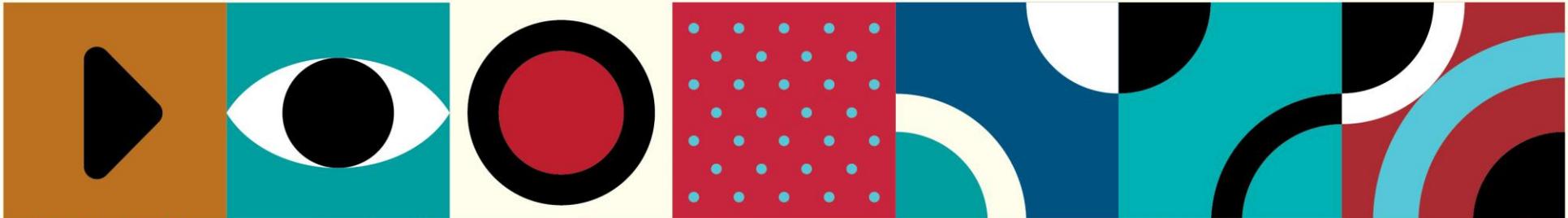
Strengthen the efficiency of European textiles industry

- 2.1. Invest in digitalisation of the T&C supply chain
- 2.2. Develop new green and digital skills
- 2.3. More textiles innovation and research support through EU programmes
- 2.4. Support start ups in T&C industry
- 2.5. Reduce dependancy on extra-EU raw materials and improve energy efficiency

3.

Increase our global market share

- 3.1. Install more effective market surveillance
- 3.2. Develop multilateral rules to ensure level playing field
- 3.3. A strategic regional agenda: US, Mercosur, Africa,...
- 3.4. Promote reshoring and supply chain development within the PEM region
- 3.5. Support T&C SMEs to access new markets (economic diplomacy)



ATP@ATP.PT

WWW.ATP.PT

