

[FIOS]



INOVAFIL

Chegou, viu e venceu

Inaugurada há pouco mais de dois anos, a Inovafil continua a crescer sustentada em fios especiais e no just-in-time, uma estratégia que deverá levá-la a encerrar o corrente exercício com um aumento de 20% no volume de faturação.

A Europa, com destaque para França, Alemanha e Espanha, é atualmente o principal destino dos fios que saem da Inovafil, produzidos por uma equipa de 116 pessoas. A empresa, que exporta diretamente 18% da produção, está empenhada em reforçar a sua presença no Velho Continente, contando para isso com os trunfos da rapidez de resposta e reatividade. «Neste momento, o nosso objetivo é expandir o mercado europeu, potenciando a nossa vocação para o just-in-time. O nosso ADN comporta qualidade, inovação e flexibilidade, pelo que temos trabalhado no sentido de explorar estes elementos, tirando partido da vantagem geográfica que possuímos», afirma o diretor comercial do mercado externo, Pedro Martins, ao *Jornal Têxtil*.

Os fios direcionados para a alta performance são a mais recente aposta da empresa. «Esta fição, tal como o nome indica, procura ser inovadora e, nesse sentido, estamos a desenvolver uma gama de fios técnicos para a área do sportswear e do vestuário de proteção», revela. Os primeiros desenvolvimentos serão apresentados no primeiro semestre de 2017, em dois importantes certames profissionais dedicados a estas áreas: a Ispo Munich e a Techtextil.

Mas há mais novidades, a descobrir na Pre-

mière Vision Yarns. «O grande destaque da nova coleção é uma linha ECO/Sustainable, a qual pretende exprimir a aposta da Inovafil em trabalhar com os materiais menos nocivos e mais confortáveis. Com esta linha procuramos potenciar a utilização de matérias como poliéster reciclado, algodão orgânico ou algodão BCI», explica Pedro Martins ao *Jornal Têxtil*.

Uma adição que deverá ajudar a atingir os objetivos delineados para o salão parisiense. «Este projeto tem enorme potencial e estamos convencidos que, no atual contexto geopolítico, será possível, nesta edição da Première Vision, assegurar a captação de importantes marcas europeias de vestuário para o nosso leque de clientes», acredita o diretor comercial do mercado externo da Inovafil, cujos fios podem já ser encontrados nas marcas do Grupo Inditex e nas coleções da Hugo Boss.

A diferenciação tem permitido à fição contornar alguns dos obstáculos colocados pela situação política e económica do mercado europeu e, como tal, as expectativas são de crescimento face aos 12,7 milhões de euros de volume de negócios registado no ano passado. «Estamos convencidos que será possível fechar 2016 com um crescimento de 20% no volume de faturação», conclui Pedro Martins.

