

Guerra aos mosquitos

de raios ultravioleta é a arma da NG Wear para conquistar o mercado

(vestuário termocromático que altera a cor em função do calor).

No caso da No-Mosquito, mais do que uma coleção de roupa capaz de repelir estes insetos num raio de 50 centímetros, a NG Wear apostou em aplicar uma solução nacional e assumiu a sua característica técnica na própria marca.

Na promoção das camisolas, calções, saídas de praia e redes mosquiteiras, a empresa não se esquece de referir “a estimativa de que os mosquitos transmitem doenças a 700 milhões de pessoas anualmente” e estão “em expansão, das regiões tropicais para outras latitudes”.

Como há diferentes graus de risco, a oferta apresenta vários níveis de intensidade, do *soft*, suave, limitado a produtos naturais, ao *strong*, mais forte, destinado a “aplicações mais específicas e exigentes”. Quanto ao preço, no caso das camisolas varia entre os €17 e os €29,90.

Europa e África são os principais alvos da marca, dirigida “a quem vive e a quem viaja em países de risco”. Na fase de lançamento a Internet tem sido um dos canais de venda da empresa,

que está a criar uma rede de distribuição para lojas monomarca, hotéis e campos de golfe.

Integrada num grupo têxtil especializado em malhas, com 320 trabalhadores e um volume de negócios de €17 milhões, 65% do qual na exportação, a NG Wear espera vendas de €1 milhão em 2011 e confia no potencial de crescimento para se aproximar da dimensão da tinturaria Tinamar e das confeções Fergotex, Marvimalhas e Favima, no vales do Ave e Cávado.

“Nascemos para dar corpo à estratégia de diversificação de um grupo tradicional, com o objetivo de criar marca e valor acrescentado e contribuir para aumentar o seu volume de negócios”, afirma Manuel Pinheiro.

A próxima etapa a cumprir tem ainda os mosquitos na mira. Dando continuidade ao trabalho desenvolvido ao longo de dois anos em parceria com o CITEVE — Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal e o Instituto de Higiene e Medicina Tropical da Universidade Nova de Lisboa, a empresa quer aumentar a longevidade do produto para

além das 20 lavagens a que o repelente resiste atualmente. A gama de artigos também vai aumentar e contemplar soluções personalizadas para a hotelaria.

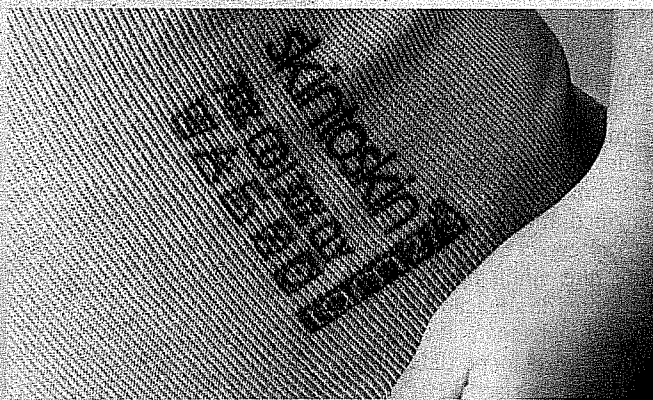
Apresentar no portefólio novas soluções, como o vestuário para controlar a humidade e temperatura, é mais um desígnio desta jovem empresa que vai apresentar a sua marca na Conferência Global Fashion (Moda Global): Contextos Criativos e Inovadores, a decorrer na próxima semana, no Porto. A

NG Wear estará a representar as empresas portuguesas ao lado da Natura Pura e da Parfois nesta conferência que junta a indústria e a universidade para promover anualmente o diálogo entre investigadores de todo o mundo sobre o fenómeno da moda e tem a sua edição de 2010 em Portugal, por iniciativa do Centro de Estudos de População, Economia e Sociedade da Universidade do Porto.

MARGARIDA CARDOSO

mmcardoso@expresso.imprensa.pt

New Textiles em defesa da pele



Ajudar a combater doenças de pele e patologias como a psoríase é a aposta comercial da New Textiles, empresa de Guimarães que se estreou no mercado, em 2009, com a marca Skintoskin. Apresentada como “adjuvante no tratamento e prevenção” de problemas dermatológicos, designadamente a pele atópica, a sua gama de roupa interior combina algodão, algas castanhas e prata e está à venda exclusivamente em farmácias e parafarmácias. Em 2010, estreou-se em Espanha e espera entrar, ainda, no Reino Unido, Suécia e República Checa, para fechar o exercício com vendas de €500 mil. No próximo ano, as vendas deverão triplicar. Mesmo assim, a New Textiles fica aquém dos objetivos inicialmente definidos (€3 milhões em 2011) devido ao atraso no lançamento de novos produtos. Com contactos em curso no Japão, EUA e Rússia, a empresa está a preparar o lançamento, ainda este ano, de uma camisola de tripla ação, para termorregulação, gestão de humidade e dermoproteção. No caminho de inovação na área dos têxteis técnicos e funcionais que está a seguir, tem como parceiros a Universidade do Minho, o Hospital de São Marcos e a TecMinho — Interface da Universidade do Minho.

