

Love it Portugal leva o melhor do país ao mundo digital

Loja online lançada há pouco mais de um ano prepara-se para entrar nos mercados dos EUA, Canadá e Japão. Vendas são para duplicar.



Sónia Santos Pereira

18 Junho, 2023 • 08:02

PARTILHAR



Facebook



Twitter



WhatsApp



E-mail



Comentar



Há mais de 20 anos que António Moreira acalentava o sonho de lançar uma marca para dignificar Portugal. © D.R.

A Love it Portugal, loja de comércio online consagrada à venda de produtos genuinamente portugueses, iniciou o processo de registo nos EUA, Canadá e Japão. A empresa criada por António Moreira há pouco mais de um ano quer levar o melhor do país aos quatro cantos do mundo digital. Neste momento, já exporta artigos para a União Europeia, mas também para o Reino Unido e Suíça, embora Portugal ainda seja o principal mercado. Os emigrantes nacionais são um forte dinamizador do negócio, mas António Moreira quer alargar a ação do seu espaço online. Como afirma, a loja "é para os portugueses que estão fora do país e para os turistas que vieram a Portugal e querem comprar um produto típico do país".

Mas a Love it Portugal não é "uma loja de souvenirs", frisa o empresário. "É uma marca para dignificar Portugal, com produtos portugueses de qualidade e com design". À venda estão as tradicionais malas de junco, mas com incorporação de elementos como alças de couro e forro de burel, peças de joalharia em filigrana, acessórios em burel e cortiça, uma panóplia de flores em cerâmica e artesanato. Nesta última categoria, António Moreira realça que são

sobretudo peças de autor, embora também estejam à venda os típicos galos de Barcelos e as sardinhas portuguesas. "Porque temos de ter, mas são peças estilizadas". A loja tem mais de 200 referências expostas no site. O cuidado com a imagem e qualidade dos produtos estende-se às embalagens, numa filosofia de aliadas da marca.

A loja foi lançada oficialmente em fevereiro de 2022 e neste primeiro exercício faturou cerca de 17 mil euros. Segundo António Moreira, "foi o ano de arranque, o zero, quisemos testar o modelo". Agora, "estamos a apostar mais na componente comercial". As receitas iniciais foram geradas principalmente em Portugal (55%) e França (25%), seguindo-se por ordem de importância o Reino Unido e a Suíça. O empresário admite duplicar o volume de vendas em 2023, sendo que as expectativas estão muito centradas no crescimento do mercado francês.

"O projeto está sólido, quer em termos tecnológicos quer no que toca aos parceiros", realça. O objetivo é consolidar as geografias onde já ganhou notoriedade e mais para o final do ano, com o processo de registo terminado, avançar para os EUA. Neste mercado, António Moreira está especialmente interessado na comunidade portuguesa do estado de New Jersey, até porque os Estados Unidos são um país gigantesco, sendo muito difícil abarcar todo o território. Segundo diz, "o objetivo é criar um mercado, consolidar a operação e depois saltar para outro". O negócio tem os seus caminhos, pois não é só abrir geografias, "é preciso promoção". Nos projetos a curto prazo do empresário, está também a integração da Love it Portugal na plataforma internacional de e-commerce Etsy, cuja atividade está focada na venda de produtos de criadores e vintage.

A Love it Portugal é a materialização de um sonho de António Moreira com mais de 20 anos. Como conta, a ideia surgiu nos aeroportos e na necessidade de passar as horas entre voos. Ligado ao setor da logística, viajava com assiduidade e nessas incursões o jogo do Stop das marcas era um entretenimento para si e para os seus colegas. E apercebeu-se que em Portugal havia poucas marcas. Foi acalentando a ideia de lançar a sua própria insígnia e dignificar a marca Portugal. Aos 60 anos, já reformado e sem preocupações de maior com os filhos, decide criar a Love it Portugal. A empresa, com sede em Santa Maria da Feira, já implicou um investimento da ordem dos 90 mil euros.

Acesso à notícia no site do Dinheiro Vivo: <https://www.dinheirovivo.pt/empresas/love-it-portugal-leva-o-melhor-do-pais-ao-mundo-digital--16541914.html>