

INOVAÇÃO

COMO O CALÇADO DA BE NATURE SE INTEGRA NA NATUREZA



NOVO

O projeto Be Nature permite destruir rapidamente a pele de um sapato em ambiente de compostagem natural



17 DIAS

Curtida com crómio e metais, a pele tem vida longa, mas assim a cor começa logo a desvanecer e a resistência das fibras diminui



31 DIAS

No espaço de um mês, torna-se visível a degradação das fibras e o sapato perde a sua configuração



2 MESES

Ao fim de 60 dias, o sapato já não é perceptível e apresenta-se como um composto, totalmente degradado, sem cor

Portugal produz sapatos biodegradáveis

Indústria do calçado e dos curtumes trabalhou junta no projeto Be Nature para ganhar valor e mercados

Na hora de fazer compras, 65% a 75% dos consumidores europeus são sensíveis a aspetos ambientais, segundo estudos de mercado citados pelas indústrias portuguesas de curtumes e do calçado. Atentos a esta tendência, os dois setores estão a desenvolver um trabalho conjunto, no projeto Be Nature, que permitiu encontrar uma solução para curtir e estabilizar peles naturais, sem metais nem crómio, biodegradáveis.

“Nos sapatos, a pele está pronta a resistir ao sol e à chuva, mas os ensaios mostram que o couro é totalmente desintegrado num ciclo de compostagem de dois meses quando o calçado deixar de ter uso”, explica Maria José Ferreira, diretora de Qualidade, Investigação e Desenvolvimento do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP), a trabalhar noutros projetos complementares para cruzar a pele com solas e outros componentes naturais e biodegradáveis.

A inovação, já aplicada em sapatos e integrada no circuito das exportações nacionais, resulta de um investimento de €830 mil num trabalho a várias mãos que envolveu a **Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa**, o CTCP, o Centro Tecnológico das Indústrias do Couro e as empresas Comforsyst (calçado), Vega Industries (componentes) e ANC — António Nunes Carvalho/Grupo Carvalhos (curtumes).



O grupo Carvalhos já está a exportar a pele com a marca BiOnature e vai usá-la no sector automóvel FOTO TIAGO MIRANDA

O objetivo conjunto, através do Be Nature, é “desenvolver couro, componentes e calçado biodegradáveis e compostáveis destinados a um nicho de mercado específico de consumidores que procuram produtos ecológicos e que tem vindo a assumir importância na balança comercial”. A base da ideia é fiel à velha lei da oferta e da procura: se o consumidor procura cada vez mais produtos amigos do ambiente e opta por escolhas ecológicas quando os preços forem similares ou

A fileira do calçado acredita que a maioria dos consumidores europeus são sensíveis a aspetos ambientais e aproveita a tendência

sem grandes discrepâncias, a indústria só tem a ganhar ao encontrar novas soluções para oferecer aos seus clientes.

Custos controlados

No grupo de curtumes Carvalhos, fundado há 75 anos, o interesse pelo tratamento sem crómio, inspirado no processo tradicional de curtume vegetal a partir de casca de carvalho, já começou há 15 anos, precisamente para responder ao interesse dos alemães da VW, clientes da Couro Azul, empresa do seu universo dedicada à indústria automóvel.

Foi assim que nasceu a marca Oak Leather, dedicada a produtos ecológicos mas resistentes, obtidos a partir de matérias-primas selecionadas e processos produtivos em que o impacto ambiental é minimizado,

hoje com clientes na indústria automóvel, do mobiliário e do calçado, sector onde o grupo trabalha com empresas nacionais e marcas internacionais de prestígio no mundo da moda. Aos 75 anos, o grupo de Alcarenna, com 550 trabalhadores e um volume de negócios de €60 milhões, 80% do qual obtido nas exportações para a Europa, Ásia e América, lança a nova gama de produtos BiOnature, desenvolvida no âmbito do projeto Be Nature para acrescentar a total biodegradabilidade ao menor impacto ambiental da sua oferta. “Foi uma evolução lógica no caminho que vínhamos seguindo”, sustenta Nuno Carvalho, administrador deste grupo que está a lançar as novas peles nos mercados de França, Itália, Estados Unidos e Canadá, tendo, também, conseguido “suscitar muito interesse em

nichos de mercado na China”.

As perspetivas são boas, a avaliar pela receção do produto nas feiras internacionais. Em Hong Kong, a Couro Azul ficou em segundo lugar e, em setembro, recebeu o prémio “Innovation Award of the year” na Feira Internacional de Xangai.

Fornecedor de couro para revestir bancos e volantes de marcas como a Volkswagen, Seat, Citroën, Peugeot e Nissan, o grupo concentra no sector automóvel 80% da sua faturação. Por isso, “naturalmente, também está a apresentar a nova solução à indústria automóvel”, refere o administrador, admitindo que o processo de curtimento usado é mais caro, “mas há outros custos mais controlados, como o da água, que pode ser reutilizada”.

MARGARIDA CARDOSO
mmcardoso@expresso.imprensa.pt

Uma pegada ecológica e confortável

Na estratégia da Comforsyst, um dos caminhos escolhidos é cruzar a vertente ambiental com uma oferta centrada no conforto. Foi este rumo que levou a empresa de calçado a lançar a coleção Green Edition, da marca Softwaves, onde integrou, agora, a nova linha de sapatos de pele biodegradável. Prontos a vender há 15 modelos de sapatos, mas a oferta promete crescer uma vez que “nos mercados maduros há uma procura interessante deste tipo de produtos diferenciados”, refere Marcelo Santos, administrador desta empresa familiar fundada em 1970, em São João da Madeira. Em 2013, a Green Edition representou 5% das vendas de €6 milhões da Comforsyst, que emprega 100 pessoas e exporta 98% da produção para a Europa, mas também para o Japão, Nova Zelândia ou Ilhas Guadalupe. A empresa cresceu 10% e, este ano, espera ver as suas vendas aumentarem mais 5%. Os contributos para uma produção média diária de 700 pares são vários, da oferta da nova linha criada a partir do projeto Be Nature, a pensar num público-alvo dos 20 aos 40 anos, aos projetos iniciados com outras marcas, em subcontratação, para ganhar volume. O objetivo é, no entanto, continuar a apostar na marca própria.