



ID: 75252044

01-06-2018

Peças da marca estão disponíveis na Farfetch

As peças de Inês Torcato podem ser adquiridas na Farfetch. As t-shirts, os jeans, os blazers e as botas produzidos pela criadora vão estar disponíveis na plataforma até ao final desta estação.



Inês Torcato vestiu portuguesas na Eurovisão

Inês Torcato foi a criadora responsável por vestir as representantes portuguesas Cláudia Pascoal e Isaura na Eurovisão. A criadora foi convidada pelo stylist Miguel Veiga, através da Showpress, e vestiu também Ricardo Soler, português que cantou no coro da Áustria.



Inês Torcato: o talento emergente da moda portuguesa que já impressionou em Milão e Roma

Inês Torcato é sinónimo de criatividade, individualidade e vendas. A marca lançada pela criadora homónima é associada da ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários e um dos casos de sucesso de uma nova geração de designers de moda que está a despontar para o mercado global. O processo criativo caótico de cada coleção não abala a persistência e a identidade da jovem designer que, depois da entrada na plataforma de jovens criadores Bloom em 2014, afirmou-se já no calendário do Portugal Fashion, foi selecionada pela Vogue Itália para a plataforma Super Talents da Pitti Super e apresentou coleção em Altaroma. Em entrevista à “Vida Económica”, Inês Torcato revela os próximos passos da marca.

Pode dizer-se que a moda está no sangue de Inês Torcato ou esta foi uma paixão que descobriu mais tarde?

O design de moda foi uma área que surgiu mais tarde na minha vida. Estudei Audiovisual, Multimédia e Pintura, na Soares dos Reis e na Faculdade de Belas-Artes do Porto, e só mais tarde é que me cruzei com a moda.

Sendo Júlio Torcato um dos nomes conhecidos do panorama da moda nacional, de que forma o seu pai influenciou a sua carreira? Ainda sente essa influência no presente?

Na decisão de seguir esta carreira não existiu influência. Desde que nasci que acompanhei o trabalho do meu pai e até o assisti em bastidores e nunca isso interferiu com a forma como eu via a minha vida e aquilo que queria fazer. Desde que comecei a trabalhar nesta área, sim, posso dizer que os anos de experiência de trabalho do meu pai e o tipo de abordagem que tem no trabalho podem ter tido influência em algumas das áreas que gosto de explorar. Aliás, posso dizer que o meu gosto pela alfaiataria e pela reinterpretação dessas peças pode vir daquilo que sempre vi o meu pai fazer e do que acompanhei da construção e confecção destas peças.

Como caracteriza a pessoa que veste a marca Inês Torcato?

A estética que mostro em desfile e em imagem é sempre baseada naquilo que eu gosto e aquilo que sinto no momento em que desenho as coleções. Acho que, no geral, quem veste a minha marca são pessoas que não têm medo de mostrar a sua individualidade, a sua identidade e que não se importam com aquilo que os outros pensam. Por outro lado, vejo também cada coleção como um conjunto de peças que, separadas, podem ser vestidas por qualquer tipo de pessoa, em qualquer ocasião.

Quais foram os seus melhores momentos no Bloom – plataforma de jovens criadores do Portugal Fashion? E os maiores obstáculos?

Não consigo dizer os melhores momentos no Bloom. Cada um dos três desfiles que fiz fazem parte dos melhores momentos. A oportunidade que o Portugal Fashion me trouxe de estar na plataforma Super Talents da Pitti Super em Milão, a convite da Vogue Itália, o artigo no suplemento Vogue Talents da Vogue Itália, o início da internacionalização da minha marca com showroom em Paris, o meu primeiro desfile internacional na Altaroma, tudo isto foram melhores momentos e ao mesmo tempo todos estes foram os maiores obstáculos, pois tive de encontrar a força para continuar sempre, para tentar superar-me a mim mesma e manter-me sempre fiel àquilo em que acredito.

Este ano fez a transição do Bloom para a passerelle principal do Portugal Fashion. Como encarou essa mudança?

Foi uma mudança que encarei com muita responsabilidade e um sentimento de gratidão muito grande. Fiquei muito feliz com o convite, principalmente por sentir que estava a receber um voto de confiança de quem acredita na evolução do meu trabalho e ao mesmo tempo uma responsabilidade enorme de estar à altura destas expectativas.

Em janeiro, a Inês Torcato esteve na semana de moda de Altaroma. O que representa a internacionalização da marca para si?

A internacionalização da marca é o principal objetivo neste momento. Gostava muito de



Inês Torcato quer consolidar a marca com a apresentação de coleções em contexto de feira e showroom internacional nas vertentes masculina e feminina.

“A internacionalização da marca Inês Torcato é o principal objetivo neste momento.

Gosto de trabalhar a qualidade, o detalhe e a autenticidade. Neste caminho entra a internacionalização e o objetivo final será sempre conseguir projetar a marca no mercado internacional, de modo a que se torne sustentável a nível de vendas”.

Inês Torcato, designer de moda

me manter em Portugal, de continuar a produzir cá e manter o “made in Portugal” não só nas minhas peças, mas na minha vida. Acho que o nosso país tem um potencial de crescimento muito grande. Mas infelizmente no consumo de moda ou de arte em geral tem ainda muitas limitações. É muito difícil conseguir sobreviver cá com uma marca de

autor, que não é comercial e que não consegue competir com os preços do fast fashion. Gosto de trabalhar a qualidade, o detalhe e a autenticidade. Neste caminho entra a internacionalização e o objetivo final será sempre conseguir projetar a marca no mercado internacional, de modo a que se torne sustentável a nível de vendas.

Loja online já arrancou e há um plano de ação comercial definido para o futuro

Inês Torcato e Júlio Torcato inauguraram recentemente um espaço de venda em conjunto no Porto. As duas gerações retiraram dividendos positivos da ligação e o espaço na cidade do Porto é o pontapé de saída de uma estratégia comercial que tem a Farfetch e outros parceiros associados.

Depois da abertura da loja no Porto, quais são os próximos passos da estratégia comercial da marca?

Para já, estou a apostar no mercado internacional e na apresentação da coleção em contexto de feira e showroom internacional, nas vertentes masculina e feminina. Estou aberta a novos projetos e convites que surjam e quero continuar a dar o máximo de apoio e investimento pessoal aos clientes do nosso espaço no Porto, que requisitam o serviço de peças por medida. Espero também abrir a minha loja online, que, por culpa do volume de trabalho atual, ainda não me foi possível concluir. Por último, gostava muito de manter a parceria com a Wrong Weather, iniciada com a Pop-Up Bloom Portugal Fashion, e com a Farfetch.

Sente que a marca Inês Torcato cresceu com a visibilidade que tem tido?

O crescimento tem vindo aos poucos e a visibilidade é muito importante para isso acontecer. Felizmente, tenho tido a sorte de ter algumas solicitações para revistas, editoriais e até mesmo músicos, atores ou outras figuras públicas para usarem a minha roupa e estes pedidos são sempre muito bons em termos de projeção.

Quais são os seus objetivos para a marca a longo prazo?

O sonho é ter uma marca com algum reconhecimento internacional, apresentar coleções em desfiles internacionais, passear na rua e ver pessoas a usarem a minha roupa.