

LOJAS

Costa Nova, o novo paraíso das loiças em Lisboa

17/11/2018, 9:56 ↗ 3.446 🗨 3 📷


A marca tem dez anos e exporta 98% da produção. Em Lisboa, acaba de abrir a primeira loja. Depois de ter conquistado o mundo, a Costa Nova quer dar-se a conhecer no seu país de origem, Portugal.

Partilhe [f](#) [t](#) [g+](#) [in](#) [✉](#)



É a primeira loja da Costa Nova em Lisboa e tem todas as coleções da marca portuguesa. [Veja as imagens na fotogaleria](#) 📷 18 fotos

Autor

 **Mauro Gonçalves**
[✉ Email](#)

Mais sobre

100% PORTUGUÊS
DECORAÇÃO
LISBOA
LOJAS
LIFESTYLE
PAÍS
COMPRAS
MODA

Nem todos os fetiches consumistas giram em torno de malas, casacos e sapatos. Há um, em especial, que vem ao de cima quando entramos na nova loja da Rua Castilho, em Lisboa. Duas décadas após a fundação e 12 anos depois de ter criado uma marca própria, a [Costa Nova](#), empresa sediada na Zona Industrial de Vagos, em Aveiro, acaba de abrir a sua primeira loja. Chamemos-lhe uma boutique de loiça, já que a própria configuração do espaço assim o proporciona. São seis salas, pelas quais se distribuem as várias coleções da marca portuguesa. Das peças utilitárias mais simples e minimais às cerâmicas habilmente trabalhadas, a roçar o decorativo, ai de quem tiver um fraquinho por pratos, taças, jarros e travessas. Aqui, não vai encontrar nada, senão uma valente perdição.

“Nós já somos uma empresa de sucesso. Exportamos 98% da nossa produção, mas ainda somos pouco conhecidos aqui em Portugal”, afirma o administrador Miguel Casal ao Observador. O portefólio internacional da Costa Nova é, no mínimo, impressionante. Antes de a marca existir, a empresa dedicava-se exclusivamente ao segmento *private label*, ou seja, a produzir para outras marcas. Entre elas, a Ralph Lauren e os armazéns norte-americanos Williams-Sonoma e Crate & Barrel. Com a criação do selo Costa Nova, a marca afirmou-se em no próprio. Os mercados francês e alemão estão no topo da lista, mas o passo dado em 2006 acabou por alavancar a entrada no mercado asiático. Hoje, Japão, China e Coreia do Sul são oficialmente fãs da loiça portuguesa.



Interior da nova loja Costa Nova, em Lisboa © Divulgação

“De facto, cada vez mais sentíamos uma necessidade de ter uma presença maior em Portugal, aproveitando também este *boom* da hotelaria e da restauração. Tínhamos de ter um espaço que funcionasse como loja e que posicionasse a marca, mas que também fosse *showroom* para os nossos clientes profissionais, que são a maioria”, continua Miguel Casal. O projeto ganhou forma e, apesar do encantamento causado pela loja (uma *flagship store*, na realidade), a marca continua a posicionar-se num segmento de gama média, felizmente para as nossas carteiras. Um prato de sobremesa custa, em média, dez euros; uma tigela rondará os oito euros. Um serviço de mesa (que varia entre as 30 e as 36 peças) pode custar entre 210 e 245 euros.

Riviera foi uma das últimas coleções a ser lançada, desenhada por Christian Tortu, designer e florista francês. Quem entra na nova loja facilmente esbarra com os pequenos pratos em forma de folha, logo à entrada. Entre mesas antigas e arranjos de flores, com velas e frutas da época à mistura, encontramos também moldes que vieram diretamente da fábrica, onde, aliás, a marca mantém o seu primeiro ponto de venda ao público. Além das loiças, há também copos de vidro, conjuntos de talheres e têxteis para levar à mesa, tudo com etiqueta Costa Nova. “Nascemos como uma indústria que fazia *private label* para uma série de marcas e essa experiência motivou-nos a criar o nosso próprio projeto, muito inspirado na tradição da cerâmica em Portugal, mas, de certa forma, com uma reinvenção, com estilos novos, mais contemporâneos”, refere Miguel Casal.

Ao fundo da loja, projetada pelos arquitetos João Mendes Ribeiro e Luísa Bebiano, está a maior surpresa de todas. Uma cozinha ampla, com um balcão central em pedra. Não faltam as habituais peças utilitárias, vulgarmente encontradas numa copa, mas também há plantas. O espaço destina-se a receber, sobretudo, sessões de *showcooking*, embora o próximo evento em agenda seja um workshop de design floral dado por Christian Tortu. Ainda assim, não ignoremos o prato forte desta loja, as compras. Segundo Miguel Casal, 90% do que a Costa Nova produz está aqui e o pouco que não está pode ser comprado [online](#) e recolhido também na loja.



Algumas peças vieram com os moldes usados na fábrica © Divulgação

Há muito que a marca anda nas bocas do mundo (da próxima vez que viajar e estiver à mesa de um hotel ou de um restaurante, espreite o fundo do prato). Presente em 50 mercados, Miguel explica a necessidade de desenvolver diferentes coleções — as opções vão de formas minimais como as da coleção Lagoa aos ornamentos da linha Cristal — e de adaptar a matriz da cerâmica portuguesa ao gosto de outros países. Enquanto a fábrica labora a todo o vapor, a loja online já vende para quase toda a Europa e para os Estados Unidos. Quanto a novas lojas, a empresa deixa bem claro que não quer abrir uma cadeia de retalho. Expandir para o Porto ou marcar presença em Madrid não está fora dos planos. Até lá, entretenhamo-nos a comprar loiça para a mesa de Natal em Lisboa.