

INDÚSTRIA

A inovação não escolhe idades

Com 50 anos de história, a Banema atravessou crises, chegou a novas cidades e ainda consegue surpreender o mercado

Texto Margarida Vaquelro Lopes

Quando, em 2016, Joaquim Neves decidiu abrir o **Banema Lab**, o setor pareceu não entender exatamente porquê. O empresário, dono da familiar Banema – que conta com mais de 30 anos de experiência no setor dos derivados de madeira –, até passou relativamente incólume pela crise e os arquitetos, que representam uma parte muito significativa dos seus clientes, reconhecem o nome da companhia sem dificuldade. Mas, para o presidente-executivo desta empresa 100%

familiar, a inovação é o que lhe permite manter o crescimento. E é precisamente isso que o empresário conta continuar a fazer este ano, em que perspetiva uma subida de 5% na sua faturação. “Quando ainda ninguém o fazia, começámos a vender as coisas em bloco – como o bloco porta, em que já a vendíamos pronta, com acabamentos e afins. Depois fomos dos primeiros a negociar o MDF. No início do milénio, procurámos ateliers de arquitetura e perceber quais eram as suas necessidades – e foi aí que começámos a apostar nos produtos de valor acres-

centado”, elenca o responsável da empresa, em ritmo apressado, como se as ideias lhe surgissem mais depressa do que a velocidade a que consegue transmiti-las. Estamos no **Banema Lab**, no Porto, um espaço que criou para receber arquitetos, fornecedores e potenciais clientes e onde há dezenas de amostras dos produtos que a Banema comercializa em Portugal. Soalhos, revestimentos, mobiliário, superfícies decorativas, que, não sendo de derivados de madeira, são produtos muito utilizados por quem escolhe os primeiros. Mais uma aposta arriscada, mas certa,





Design, design e mais design

A concept store da **Banema** é uma delícia para os amantes de objetos bonitos e inspiradores



LUÍS ROMALZ / BANEMA



LUÍS ROMALZ / BANEMA

“

Queremos tornar a madeira um negócio mais sexy

Joaquim Neves
Presidente-executivo da Banema

que Joaquim decidiu arriscar há cerca de três anos. “No ano passado, já representou um milhão de euros da nossa faturação.” Mas era preciso fazer mais. Num negócio em que as palavras podem assustar e há poucas coisas bonitas para ver – no armazém, aglomeram-se paletes de material que aos olhos de um leigo não passam disso mesmo: um aglomerado de material –, Joaquim decidiu dar mais um passo em frente. Em maio de 2018, abriu uma concept store no andar térreo do Banema Lab e começou a captar outro tipo de atenções. Se até agora o negócio era praticamente todo feito a montante, ou seja, junto dos gabinetes de arquitetura ou das empresas de construção, a concept store tem permitido aos consumidores finais conhecerem alguns produtos, além de chamar a atenção para as marcas internacionais que estão presentes nas enormes vitrinas e na espaçosa e luminosa sala. E alguns dos que entram para comprar uma vela acabam no andar de cima a fazer negócio. “Queremos, assumidamente, posicionar-nos num segmento em que o design é determinante. E tentamos, através da concept store, atrair públicos que potenciem este negócio das madeiras – até porque estamos aqui no Bairro das Artes, no Miguel Bombarda”, justifica o CEO. “Queremos tornar este negócio mais sexy”, explica

