

INTERFORMA INOVA COM "MAKE IT REAL"

A Interforma apresentou o programa "Make it Real", uma iniciativa inédita em Portugal que teve como finalidade a integração de jovens designers no mercado de trabalho, estimulando, em simultâneo, a sua produção criativa. O projecto foi realizado em cinco momentos: portfolioday, workshop, conferência, exposição itinerante e estágio internacional

POR HUGO LOPES CORREIA

O programa Interforma "Make it Real" é uma iniciativa inédita em Portugal de celebração do design português em torno do conceito Portfoliodays, existente em países como Itália e EUA.

Consciente da importância fundamental da elaboração de um portefólio para a integração de designers no mercado de trabalho, a Interforma – cadeia de lojas de mobiliário contemporâneo – lançou um desafio inclusivo, que visou promover as competências profissionais dos jovens designers, estimulando a sua produção criativa em articulação com a entrada no mundo laboral.

Organizado em cinco momentos, o projecto "Make it Real" foi composto por um portfolioday, workshop, conferência, exposição itinerante e estágio internacional.

Neste contexto, a Interforma uniu-se à Futuro – Associação Cultural, para implementar um projecto que desafiou os jovens designers nacionais, estudantes ou recém-licenciados, a

participar no portfolioday, através da apresentação de uma proposta de portefólio construída para ser testada, debatida e avaliada por um júri composto por elementos de reconhecido mérito nas áreas do design, indústria do mobiliário e comunicação, nomeadamente, Bern Göbel, presidente da Hülsta, os designers Filipe Alarcão e Henrique Ralheta, Carla Cardoso e Namalimba Coelho, em representação da Associação Futuro.

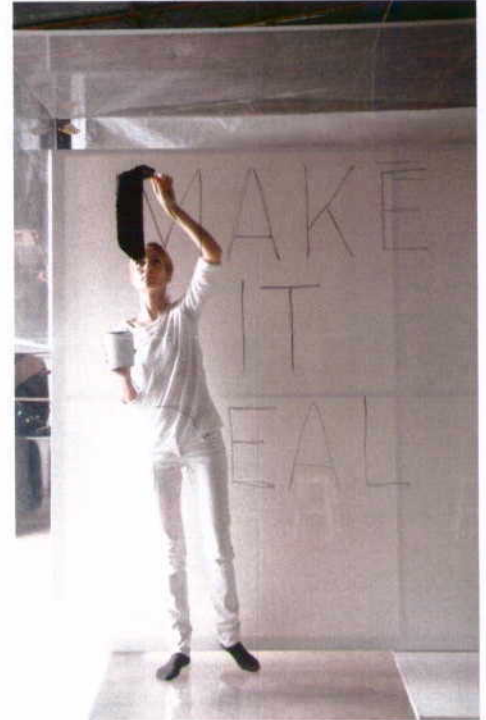
Futuro

Após recepção das propostas, as mais criativas foram pré-seleccionadas e os participantes tiveram a oportunidade de ser ouvidos, aconselhados e direccionados para a construção de um documento sólido, que será uma mais-valia na apresentação e conquista no mercado de trabalho.

A esta primeira fase de apresentação das cerca de 15 propostas pré-seleccionadas, seguiu-se um workshop no âmbito do qual – e sob a orientação do presidente da marca alemã

Hülsta, que se deslocou a Lisboa para realizar entrevistas e analisar os portefólios – os participantes tiveram a oportunidade de trabalhar no sentido de aperfeiçoar as suas propostas.

O terceiro momento da iniciativa foi marcado por uma conferência que se realizou na loja da Interforma em Alfragide, o qual integrou palestras, debates e apresentação de case studies,



aberta a todos os participantes e ao público em geral. Protagonistas do design nacional e internacional, bem como CEO de várias empresas, foram convidados a partilhar as suas experiências de integração no mercado de trabalho.

Ao longo de três dias de entrevistas pessoais, de workshops e alguns debates, os designers mais criativos tiveram a oportunidade de expor as suas ideias, aprender e partilhar com os intervenientes, discutir abertamente as suas dúvidas, receios e métodos de trabalho com o objectivo de saírem da experiência fortalecidos e mais confiantes.

Os portefólios dos participantes que integram o workshop constituirão o corpo de uma exposição itinerante nas lojas Interforma em todo o País, do passado mês de Julho a Dezembro de 2010, bem como das acções de promoção e divulgação a nível nacional.

O projecto Interforma "Make it Real" cumpriu assim a sua missão de tornar real a oportunidade de realização de um estágio internacional ao autor do portefólio vencedor. Durante um período de três meses, o premiado integrará a equipa de design da Hülsta, na Alemanha, no quarto trimestre de 2010. Todas as despesas de deslocação, refeições e estada são partes integrantes do prémio.

Interforma



A Interforma é uma cadeia de lojas de mobiliário contemporâneo com um estilo e atributos muito próprios, existente em várias cidades portuguesas. Ao longo dos anos a Interforma tem vindo a antecipar tendências

procedendo a uma selecção criteriosa das melhores marcas de design alemão e italiano. Tonon, Reflex, Battistella, Pianca, Rolf Benz, Zanette e a marca alemã, Hülsta, são algumas referências internacionais disponíveis nas suas lojas.



ALGUMAS PERGUNTAS A...

Margarida Ferreira, CEO do Grupo Interforma



e encontrar parceiros à altura de tal empreendimento. Foi muito interessante verificar a forma como a nossa ideia inicial foi sendo enriquecida com o conhecimento e as capacidades de quantos a nós se juntaram, permitindo que o resultado final fosse muito mais rico e completo que o inicialmente pensado.

Que importância tem o “Make it Real” para os jovens designers?

É uma oportunidade fantástica para todos quantos, terminando os seus estudos, se preparam para a aventura de uma vida profissional. Os tempos de mudança que atravessamos pedem capacidade de inovação e criatividade em todas as áreas e na do design em especial. Mas implicam igualmente um conhecimento profundo da realidade empresarial e dos desafios que a vida nos traz. Possibilitar espaços e momentos de encontro e diálogo entre estes dois mundos parece-nos absolutamente fundamental para encontrar soluções diferenciadas e diferenciadoras.

Por que decidiram abraçar este projecto?

A ideia de levar avante um projecto nesta área em Portugal estava nos nossos horizontes há algum tempo. No entanto, tínhamos a certeza que para o podermos concretizar, para além da nossa vontade, importava concertar esforços nacionais e internacionais

Qual o conceito portfoliodays?

O portfoliodays é uma prática internacional corrente nas instituições e ateliers de design mais pres-

estratégias

A Hülsta



A Hülsta é uma das mais conhecidas marcas europeias de mobiliário, que dispõe de gama de mobiliário contemporâneo versátil, para sala, casa de jantar, quarto, quarto de criança e escritório. Esta marca tem a qualidade "made in Germany", oferecendo uma ampla escolha

em design, acabamentos e tamanhos, com soluções inovadoras e funcionais, de entre as 50 linhas de que dispõe.

Criada em 1940, todo o mobiliário da Hülsta continua a ser fabricado em fábricas próprias, na região de Muensterland.

tigidos do mundo, que permite que os participantes adquiram a oportunidade única – inédita em Portugal – de expor as suas ideias, aprender e discutir abertamente as suas dúvidas, receios e métodos de trabalho com intervenientes exemplares na área do design, complementando e melhorando assim o portefólio de cada um deles. As propostas são analisadas e avaliadas considerando os critérios de criatividade, inovação, design, funcionalidade/sustentabilidade, materiais aplicados, técnicas utilizadas e versatilidade.

O que ganha a Interforma enquanto marca com este projecto?

Quando aparecem projectos que valorizam os nossos jovens profissionais e lhes abrem novos mercados e perspectivas, penso que ganhamos todos enquanto país e enquanto sociedade. A marca Interforma é reconhecida no nosso mercado como inovadora e pioneira e é essa a imagem que queremos continuar a manter. Nos tempos de mudança que vivemos, celebrar a criatividade e a iniciativa é fundamental para conseguirmos

qualitativamente alterar a nossa forma de estar e viver. É esse o propósito desta iniciativa. É claramente uma aposta na futura geração e nas suas potencialidades. Compete a uma marca socialmente responsável apoiar e dinamizar, dentro das suas possibilidades e conhecimentos, todos quantos se esforçam por crescer pessoal e profissionalmente. Esta é a nossa área, é aqui que gostaríamos de promover o intercâmbio do que de melhor se vai fazendo no mundo, abrindo assim horizontes e oportunidades aos nossos jovens. Ganhar esta batalha é o objectivo da marca Interforma.

Qual o investimento alocado?

Há desde logo o investimento imenso de anos de trabalho, desenvolvido pela nossa marca, nacional e internacionalmente, que nos permite hoje pôr de pé este projecto. Sem as parcerias com grandes marcas como a Hülsta, a Rolf Benz e a Tonon, que nos permitiram pensar e estruturar este projecto, não seria possível esse trabalho. Para a implementação prática deste projecto destinamos cerca de 200 mil euros, valor que não contamos ultrapassar.

A Interforma é das marcas mais reconhecidas no seu sector. A que se deve este sucesso?

Penso que se deve a uma convergência de factores. Destacaria o conhecimento profundo do mercado nacional e das suas necessidades; uma investigação contínua em produtos e serviços que nos permitam apresentar um pacote diferenciador e personalizável a todos quantos nos procuram e ao excelente grupo de profissionais que conosco trabalha. O mercado português é um mercado conhecedor e exigente que espera das marcas líderes de mercado, como é o caso da Interforma, exemplos de inovação e de aposta no futuro. Trabalhamos diariamente para continuar a merecer essa distinção. ©



Futuro – Associação Cultural

A Futuro tem como objectivo promover o desenvolvimento cultural, social e económico assente em práticas sustentáveis. O seu campo de intervenção consiste na divulgação do design, da arquitectura, da criação artística e de outras disciplinas criativas.

A instituição desta associação sem fins lucrativos surge da vontade dos seus membros de apostar em iniciativas alternativas de cariz projectual, encarando a criatividade como ponto de partida para uma abordagem informada, transversal e interventiva nas diversas áreas da sociedade.

Em 2008, Inspired Lisbon by Bombay Sapphire foi apenas o seu primeiro passo.