saccus adso.

100% made in Portugal, ao nível do melhor do mundo - SACCUS

A SACCUS (do latim mala) é uma marca 100% portuguesa de vestuário, calçado e acessórios que alia o que recorreu à ADSO para o desenvolvimento da sua identidade. De design contemporâneo e funcional a marca destaca-se ainda ao utilizar a pele de peixe curtida - uma iniciativa fantástica onde o que antes era desperdício agora dá lugar a belíssimas peças.

adso.

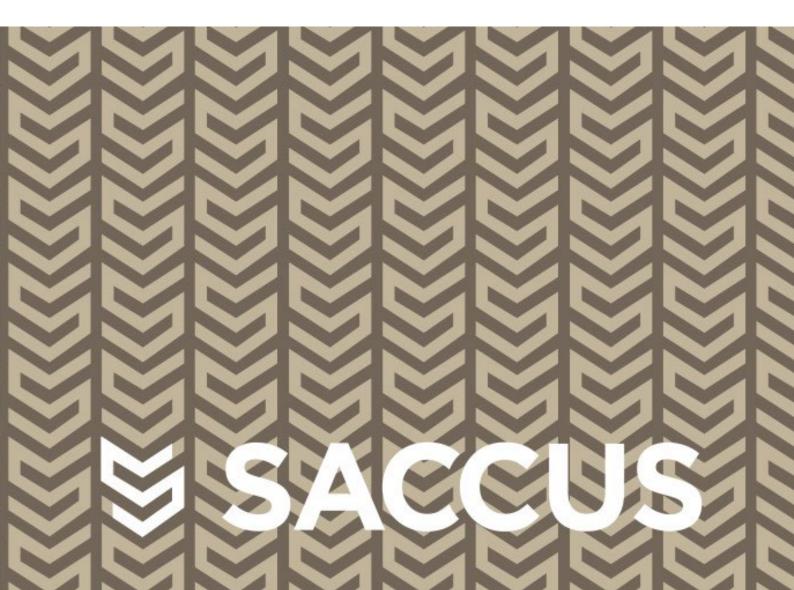
Branding

Uma identidade que se afirma.
Um lettering equilibrado e um S
mais trabalhado que faz lembrar
as escamas da pele de peixe (uma
das matérias-primas utilizadas no
design dos produtos).

Uns fazem logos, nós fazemos marcas e, no caso da Saccus, ainda "fazemos" o produto. O trabalho de branding passou da marca para o design do próprio produto.



SACCUS













SACCUS











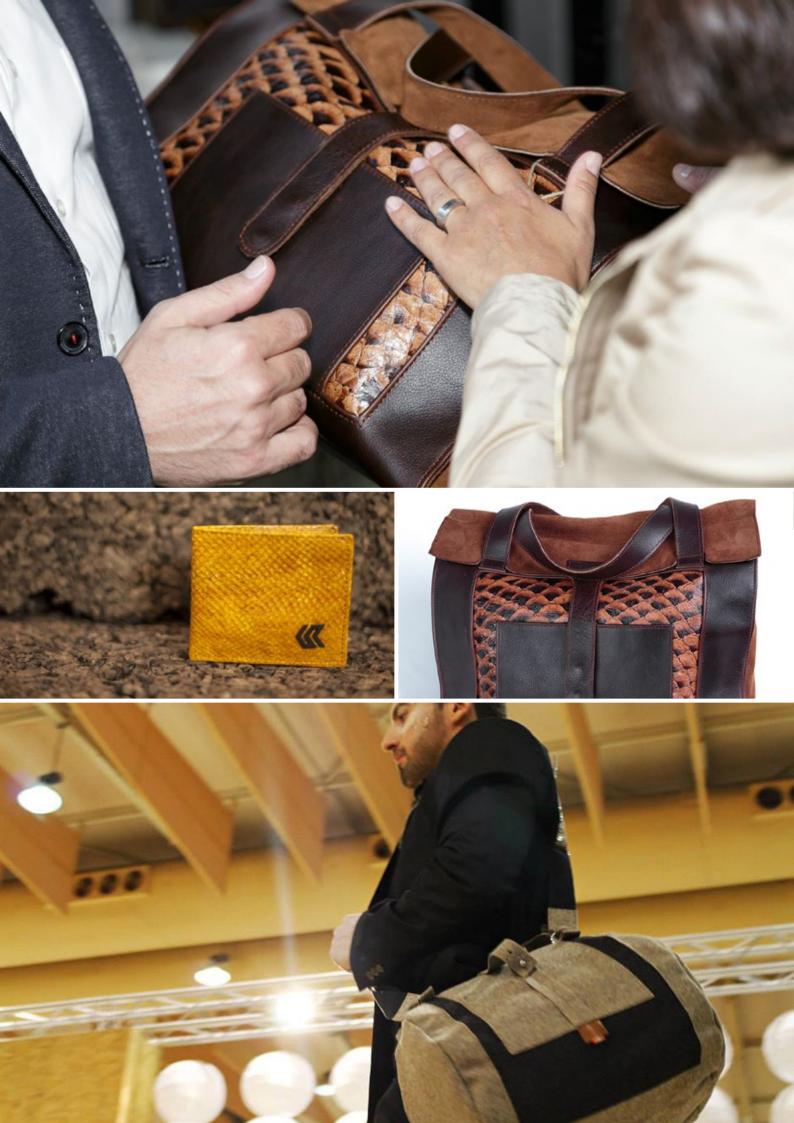
















Destaques

media

TV RTP, SIC, TVI, PORTO CANAL, CMTV

RÁDIO TSF, ANTENA1

PRESS PÚBLICO, JORNAL I, DN / JN, MEIOS E PUBLICIDADE, ABOUT MAGAZINE, STYLING PROJECT MAGAZINE, GENTLEMAN'S JOURNAL

eventos

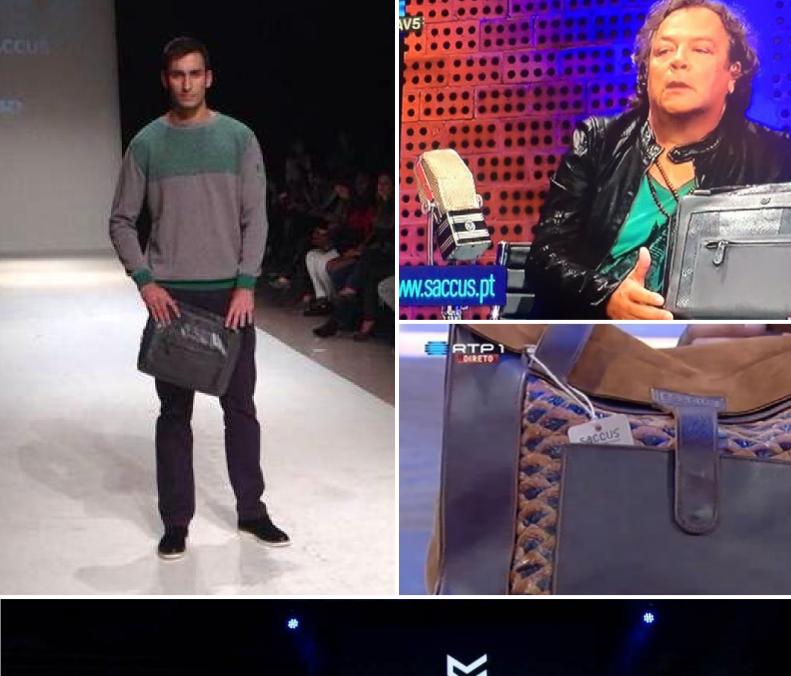
MODA LISBOA

LISBOA DESIGN SHOW

AMARSUL ECO FASHION

CAL TALKS







IDNAIS

AUMENTAM 12%

A Espanha foi o destino que maior crescimento registou em termos absolutos (acrescimo de 101 milhões de euros, correspondendo a um crescimento de 18%), seguida de franco (acrescimo de 81 milhões de euros e 22% de crescimento), do Reino unido (mais 18 milhões de euros e 3% e crescimento), dos EUA (mais 11 milhões de euros e e crescimento), dos EUA (mais 11 milhões de euros e e crescimento), dos EUA (mais 11 milhões de euros e uma taxa de crescimio de 24%) que passou a figurar no 9 º lugar do rantes de 24%) que passou a figurar no 9 º lugar do rante de quase 10 milhões de euros e uma taxa de crescimio de 24%) que passou a figurar no 9 º lugar do rantendo subido uma posição.

De milhões de euros, registaram um crescimento de a de 10%, estando ainda a baixo do valor registado acieno-junho de 2012.

Igans que maiores crescimentos absolutos registaram a Espanha, a Alemanha, a Franca, a Italia e a Irlando, noa correccial de ITV no periodo em análise teve um nostivo de 656 milhões de euros, 16% superior ao enficado no periodo homólogo em 2013.

DE 2014

a países como China, EUA, Japão ou Rússia gora, a 13% do total exportado (em 2008



e durante muitos anos, décadas a quicá séculos, os homens eram secundo. marcas e designers de moda, o mesmo já não acontece nos dias de hoia. D intercesa hoja. D interessa crescente do públi-co/consumidor masculino pela ima-gem e pelas tendências lovam os agentes do setor a apostar em pro-dutos e marcas especificamente pen-sados para eles. Prova disso, é a nova

SACCUS PARA ELES

É PORTUGUESA E FOI IDEALIZADA PARA O PÚBLICO MASCULINO. SACOS E MOCHILAS EM CABEDAL, BUREL E PELE DE PEIXE, SURGIU NO MERCADO HÁ CERCA DE SETE MESES MAS FOI FUNDA. DA EM 2013. ESTA À VENDA NO ESPAÇO ENTRE TANTO, NO PRÍNCIPE REAL (LISBOA) E NA EAST LONDON DESIGN STORE EM LONDRES (REINO UNIDO)

cabedal, o bunel e a pele de peixe. "O projeto comecou como uma brinca-deira, depois de tar cedido a um desadeira, depois de ter cedido a um desa-fio para desenhar um saco para mui-her inspirado no iconido modelo Birkin' da Hermès. Gostei do resulta-do e comecei a pansar em colocar em-prábica um projeto próprio", explica Paulo Pereira, fundador da Saccus, à Ginhal Fashion Export.

Paulo Pereira, fundador da Saccus, a Global Fashion Export.

Desde muito novo que está ligado a moda, "pela profissão de alguns familiares e formação académica", Paulo optou por "arregaçar as mangas" e investir num negócio onde explora o seu lado criativo. A Saccus está a seu lado criativo. A Saccus está a venda em dois espacio comerciais, um em Portugal (Lisboa) e outro no Reino Unido (Londres).

Saccus já tem modelos que se destacam, como é o caso do saco mochila, 'versátila e facil de se ajustar ás necessidades do consumidor.' As coleções primam pela extrema qualidade de confecão, atenção pelo detalhe bem visivel no interior das peças, onde a escolha dos forros contrasta harmoniosamente com as restantes tecidos e peles Na próxima coleção FW 2014-15 a Saccus apresenta mais algumas novidades.

E F PORTUGAL





be unique! made in portugal

A GÉNESE

Até as maiores árvores já foram pequenas sementes. Tudo começou quando Paulo Silveira Pereira, designer e fundador, foi desafiado por uma amiga pessoal para criar uma mala de mão inspirada num modelo icónico de uma das mais

Aceitou o desafio e assim foi plantada a semente do que é hoje a SACCUS. (Do latim, mala) De desenho em desenho, de protótipo em protótipo, as ideias foram nascendo e o conceito foi ganhando forma e força.

O CONCEITO

Uma marca portuguesa, de design contemporâneo e funcio-nal, com peças exclusivas, a SACCUS foi impregnada, desde a sua génese, pelo mote "ingenium liberat animum" (a imagina-

A PROMESSA

acessórios de moda para homem objectos de uso quoti-diano, e de design urbano que perdurem por gerações, quer pela sua alta qualidade, quer pela singularidade que

NA PRÁTICA

A saccus usa materiais produzidos e criados em Portugal. Conta entre as suas maiores estrelas com o couro, o burel, a pele de peixe curtida, o tecido técnico de cortiça (Eco Couro), o linho e o algodão. Para cumprir a promessa de alta qualidade e singularidade de cada um dos seus produtos, a SACCUS recorre à manufactura com base em moldes tradicionais de cartão, com os quais o couro e Cada peça é depois confeccionada com a máxima atenção ao detalhe, quer à mão quer à máquina, de acordo com as



empreendedorimo

É possível aproveitar ūm recurso que era desperdiçado

A Soguima é uma empresa do setor do



malefícios para a natureza e com custos associados.

Após a realização de vários testes laboratoriais e da realização de protótipos reais, percebeuse o potencial deste produto na aplicabilidade em moda e acessórios. A pele das mais

A pele de peixe, antes de ser utilizada no calçado, passa por vários processos até estar apta a ser utilizada pele de crocoo entre outras. A Soguima en mundo da moi

luxo após conhecimento da maro e do trabalho que vinha a desenv Recentemente, eu com o design

> Guimarães com o se conhecimento da So criámos uma socieo assim entramos defi no mundo da moda. Os modelos com ac





10 marcas portuguesas de moda que já estão a dar que falar

ro de 2014 às 16:47:12, por MEIOS & PUBLICIDADE



Ainda imbuído do tema da 43ª edição da ModaLisboa, Legacy, queria partilhar as recentes actualizações do nosso legado no campo da moda. Temos uma narrativa e uma história na producção e design de materiais que ultimamente se têm tomado em design de moda. Conseguimos passar de uma lógica de confecção e produção para uma construção de marcas de moda: qual a diferença? Uma lógica de design de moda portuguesa é algo que engloba a confecção mas a ultrapassa e projecta um plano, uma imagem e desenvolve brand awareness. Construindo assim marcas portuguesas e lançando a marca Portugal como marca de moda e não somente mão-de-obra.

Passamos a nomear 10 marcas emergentes que merecem ser seguidas com atenção (pode ser que muitas mais existirão, mas ficamos pelas 10 que fui descobrindo no trabalho de pesquisa para o meu <u>site</u>):

1. D'Ornellas Boots. Desenvolveu uma gama de botas para homem e para senhora, produzidas em Portugal pela mão de artesãos altamente especializados, garantindo assim padrões elevados de qualidade e a singularidade de cada peça. A marca nasceu da vontade de Gonçalo D'Omellas e Vasconcelos, ganadeiro em Salvaterra de Magos, que procurou João Jacinto Freitas (Gentleman's o melhor e mais confortável par de botas para si. Descobriu e começou a comercializar via net e Facebook em 2012.

> Nelson Oliveira. É um jovem designer português que foi considerado Hot New Talent 2013 pela APICCAPS (Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos) e pela Academia de Design de Calçado CFPIC, participando com o seu trabalho numa exposição fotográfica no Portugal Fashion. Recentemente, com a sua última colecção Primavera Verão 2015, o designer recebeu em Düsseldorf o prémio GAPI Jovem Talento. A marca diferencia-se pela versatilidade e criatividade corajosa, apostando na afirmação de um estilo urbano e alternativo.

3. OceanStitch. Com o objectivo de "romper" com o que tradicionalmente se comercializa no vestuário masculino, surge a OceanStitch – Small Details From Oporto, concebendo peças orientadas (pólos, t-shirts etc) para homens urbanos, modernos

fora da caixa

MADE [IN] PORTUGAL

START'UPS SHOWROOM

É preciso coragem para ter talento, disse Georg Brandes. E é disto que se faz o "sangue novo" dos jovens empreendedores, em Portugal.

Invadido por uma resiliência audaz e por um idealismo sequioso, o mercado nacional tem crescido significativamente através dos projectos promissores que surgem a cada dia, com bastante coragem e, definitivamente, muito talento.

Este mês não vamos dar a conhecer mais uma talentosa marca portuguesa... vamos apresentar dozel

Ana Sabino, Griffe Fca, Grigi, Imelda's ecret, Marlène Oliveira, Marta Branco, Maurizio Fer, Midd Design, Not4Robot, Saccus, Sandrine Vieira, Tânia Silva.

Estas são as marcas de autor que dão forma e cor ao START'UPS designroom.











Mais do que uma agé esta é uma comuni contacto directo er público, com o obje vas marcas portug produção nacional. (abraçará outros cria residentes, que po seus trabalhos nun dade, estimulando diferentes projectos Fica o convite feito novo espaço de Lis menso talento por i

Porquê procurar lá:



Fashion

É bom descobrir novas marca portuguesas - Saccus

ABRIL 15, 2014 JOÃO JACINTO





adso. PORTUGAL - Braga R. Pe António Vieira, n.º 90 4710-412 Braga - Portugal (+351) 938 454 798 (+351) 253 248 579 http://adso.pt work@adso.pt ANGOLA - Luanda BRASIL - São Paulo POLÓNIA - Katowice