

APICCAPS

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO  
COMPONENTES E ARTÍGIOS DE PELE E SEUS SUCEDEÂNEOS

# The shoes must go on!

Suplemento Especial  
avaliação do projeto de promoção externa do setor do calçado  
jornal APICCAPS  
Junho 2014

**PORTUGUESE SHOES**  
DESIGNED BY THE FUTURE

Ficha técnica Suplemento Especial do jornal da APICCAPS (edição de Junho de 2014) relativo à avaliação do projeto de promoção externa do setor do calçado português em 2011. Distribuição gratuita aos sócios.  
Título: The Shoes must go on! Prioridade APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais do Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (www.apiccaps.pt) Director Presidente da APICCAPS  
Edição: Gabinete de Imprensa da APICCAPS (paulgoncalves@mail.apiccaps.pt) Paginação e tratamento gráfico Sálto - Alto - CTP Criativa (craig@ctcp.pt) Imagens APICCAPS; Frederico Martins, Traagem 2500 exemplares



# The shoes must go on.

## «The shoes must go on»

Com as exportações a crescerem sustentadamente desde 2009, a promoção comercial externa continua a assumir-se como uma das principais prioridades para a indústria portuguesa de calçado, com ações comerciais realizadas em praticamente duas dezenas de mercados distintos. Na primeira metade de 2014, a indústria bateu o recorde de presenças internacionais numa autêntica volta ao mundo.

A presença em feiras integra-se na estratégia promocional da APICCAPS e AICEP, com o apoio do programa Compete, e que visa consolidar a posição relativa do calçado português nos mercados externos, diversificar o destino das exportações, abordar novos mercados e possibilitar que novas empresas iniciem o processo de internacionalização.

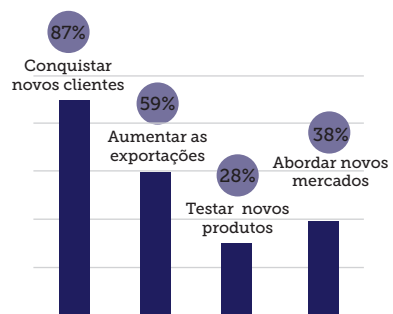
No habitual inquérito da APICCAPS junto das empresas, 87% dos inquiridos indica a "Conquista de novos clientes" como o principal objetivo da participação nas ações de promoção externa. "Aumentar as exportações" e "abordar novos mercados" são, igualmente, critérios importantes, respetivamente para 59% e 38% das empresas.

Relativamente ao número de contactos estabelecidos a maioria das empresas (42%) reuniu com, pelo menos, 15 potenciais clientes. Outra grande parte (21%) reuniu com mais de 30 importadores.

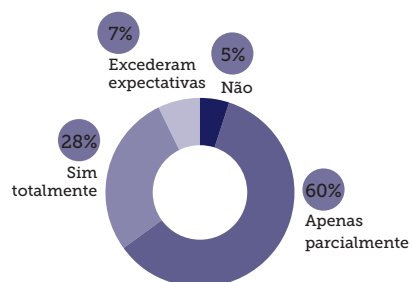
A avaliação global da presença em certames internacionais é positiva para 91% das empresas. Em resultado, 96% das empresas tem intenções de voltar a participar em ações externas no futuro.

Destaque para a participação na Expo Riva Shuch, que continua a merecer a atenção crescente das empresas portuguesas. A presença em certames como a GDS e MICAM, plataformas de excelência para o contacto com novos clientes em todo o mundo, regista também um grande número de participações.

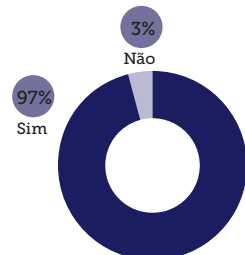
Objetivos da participação



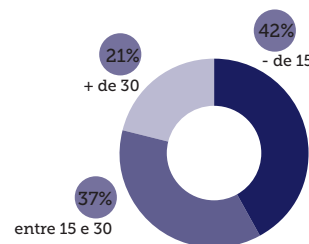
Alcance de objetivos



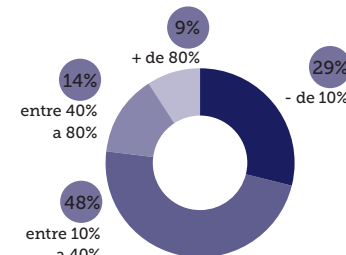
Intenção de participar em futuras edições



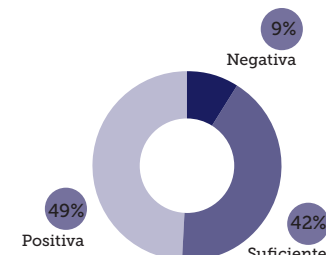
Contactos realizados



Contactos novos no total (%)



Avaliação global





## Ministro da Economia elogia empresas na MICAM

No total, 88 empresas integraram a comitiva portuguesa, naquela que é a maior feira de calçado do mundo. Portugal reforçou a sua presença na Micam, com uma participação 10% superior relativamente às últimas edições do certame. Ao todo, as empresas portuguesas presentes na MICAM respondem por mais de sete mil postos de trabalho e sensivelmente 500 milhões de euros de exportação.

Como habitualmente, as marcas portuguesas estiveram espalhadas pelos dez pavilhões de exposição da feira, numa lógica de segmentação de produtos, o que permitiu uma mais rápida e eficiente visita à feira de Milão.

A edição de março da feira fica, também, marcada pela visita do ministro da economia, António Pires de Lima, que visitou a delegação portuguesa em Milão.

O ministro sublinhou a grande viragem do setor nos últimos 30 anos: "Há 20 ou há 30 anos toda a gente apostava que com a globalização este setor ia perder relevância em Portugal, no entanto este setor foi criando valor, crescendo na cadeia de valor e hoje é um setor exemplar."

A edição deste ano ficou marcada por um decréscimo no número de visitas. Na razão desta baixa está, segundo a organização da MICAM, o conflito na Ucrânia. "O número de visitantes da Rússia e países vizinhos esteve muito abaixo do habitual, definitivamente como resultado da crise na Ucrânia".

A juntar a isto, o presidente da MICAM Cleto Sacripanti destacou a greve nos transportes italianos, que prejudicou a ida dos compradores para o recinto da feira. "Não sabemos porque é que os sindicatos dos transportes decidiram organizar uma greve nacional nos transportes públicos, precisamente nos dias de exibição da feira."





## Feiras internacionais mudam de figurino

### Saiba tudo o que vai mudar nas grandes feiras

As grandes feiras internacionais vão sofrer profundas alterações já no segundo semestre do ano. A principal novidade prende-se com a mudança de calendário. Mas há mais alterações. E de vulto. Saiba tudo que vai mudar. GDS em julho ou em fevereiro? MICAM nos primeiros dias de março ou final de agosto? Saiba porque.

Kirstin Deutelmoser assume que “a GDS está a reposicionar-se, de modo a assumir-se como a principal plataforma global de calçado e acessórios”.

Esta mudança surge, em paralelo, com uma alteração profunda no calendário, ficando a GDS tão próxima da feira de Garda (Expo Riva) como da de Milão (MICAM). “O grande objetivo é fornecer uma visão geral de todas as coleções e tendências para a nova estação, sendo a feira o grande pontapé de saída a nível internacional.

Esta antecipação das datas permite que os expositores mostrem as suas coleções e que os importadores possam planejar as suas compras antecipadamente”. Em simultâneo, a GDS alarga o figurino “expandindo o âmbito da feira, incluindo agora as malas, os cintos, as echarpes e os chapéus.

Para isso, foram criados três pilares que sustentarão o novo conceito da feira: “Highstreet”, “Pop-Up” and “Studio”. Cada zona terá o seu próprio ambiente e design específico”.

As alterações à feira de Dusseldorf não se resumem, no entanto, a esse domínio. Coincidindo com a apresentação renovada da GDS, estrear-se-á um novo certame: TAG IT by GDS. “A nova feira destina-se a produtores e retalhistas internacionais de calçado e acessórios, que se dedicam à produção de marca própria.

A feira é a única a nível mundial que acolhe as marcas próprias de calçado e acessórios, dando aos retalhistas uma visão das tendências nas coleções da estação”, sublinhou a Diretora da GDS, Kirstin Deutelmoser. Também a MICAM sofrerá alterações. Para começar ao nível das datas.

A edição do segundo semestre, que está agendada para 31 de agosto a 3 de setembro, sensivelmente duas semanas antes do habitual, apresentará um novo formato e uma reorganização de espaço “para tornar mais fácil a visita dos compradores, e otimizar o tempo que estes passam na feira”, destacou Cleto Sacripanti, diretor da feira.

O novo layout da feira contemplará, ainda, uma nova reformulação nos pavilhões (Pavilhões 1/3 Luxo; Pavilhão 2/5 Contemporâneos (produtos de gama média-alta); Pavilhão 2V Área Designers Internacionais; Pavilhão 4 Urbano; Pavilhão 4B Criança; Pavilhão 6 Ativo (desporto); Pavilhão 7 Cosmopolita (lazer); Pavilhão 10 Street (moda jovem); Pavilhão 10A Acessórios para lojas; Pavilhão 10ST (Imprensa).

### Bom ou mau para as empresas?

Muitas alterações num curto espaço de tempo. O desconhecido parece ser, pelo menos nesta fase, o principal receio para as empresas portuguesas.

“Nos últimos dez ou quinze anos tudo mudou na indústria de calçado a nível mundial. As coleções são apresentadas cada vez mais cedo, pelo que a anúncio da alteração das datas faz todo o sentido”, realçou Amílcar Monteiro, responsável da Fly London.

Pedro Ramos, da Ambitious, defende que “a GDS poderá fazer a ponte entre a feira de Garda e MICAM, obrigando as empresas a serem ainda mais inovadoras e a refrescar as coleções”.

André Oliveira, da Flex&Go, por sua vez, assume que “as feiras têm de ser rentabilizadas ao limite e se os visitantes estão a decrescer terão de se encontrar alternativas para atrair novos compradores.