



219
março 2015

Notícias

Jornal da Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes e Artigos de Pêlo e Seus Sucetâneos

2
FUNDOS COMUNITÁRIOS
Portugal 2020
já em marcha

5
MERCADOS
Dólar equipara o euro
em menos de 6 meses

8
ENTREVISTA
Presidente da Câmara da Feira
na primeira pessoa

12
MODA
Calçado em destaque
no Portugal Fashion

Castro Almeida, secretário de estado do Desenvolvimento Regional

“Lutar para tirar região Norte da situação de mais pobre de Portugal”

Compete foi «trampolim» para setor do calçado

Foram sete anos de forte afirmação do calçado português nos mercados internacionais. No período de vigência do Programa Compete, o setor do calçado reforçou a capacidade exportadora, descobriu novos mundos e afirmou-se como uma das grandes referências no plano internacional.

Feitas as contas, o Compete foi um verdadeiro trampolim para o setor do calçado. As exportações aumentaram, desde 2006, 39% em quantidade, para 88 milhões de pares. Em valor, o crescimento (mais de 65%) é ainda mais expressivo. No final de 2014, o setor atingiu um novo recorde máximo de vendas, com as exportações a ascenderem a 1.850 milhões de euros. A produtividade do setor aumentou igualmente de forma muito significativa já que, nesse período, o número de trabalhadores permaneceu praticamente idêntico.

Ficha Técnica

Propriedade	APICCAPS - Associação dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e Seus Sucedâneos Rua Alves Redol, 372 4011-001 Porto Tel: 225 074 150 Fax: 225 074 179 apiccaps@mail.apiccaps.pt www.apiccaps.pt
Director	Fortunato Frederico - Presidente da APICCAPS
Edição	Gabinete de Imprensa da APICCAPS paulogoncalves@mail.apiccaps.pt
Fotografia capa	Frederico Martins
Conceção Gráfica e Execução	salto alto e laborpress
Distribuição	Gratuita aos Associados
Tiragem	2 000 exemplares
N.º DL:	366612/13



GOVERNO CRIA FIGURA DE GESTOR DE PROCEDIMENTO

O governo vai criar a figura de “gestor de procedimento” para mediar as ações entre os Programas Operacionais do Portugal 2020 e os seus beneficiários

(financiadores e financiados). Os gestores de procedimento serão escolhidos dentro das autoridades de gestão - integrados em cada programa operacional -

que definirão quem vai exercer essas tarefas. “Não se trata de avaliar o desempenho mas de ser o interface entre os fundos, os promotores e os benefici-

ários, portanto, o ponto de contacto que tem no programa operacional para resolver todos os seus problemas”, adiantou Poiares Maduro.

apoios

O Portugal 2020 vai trazer dificuldades a quem “fazia dos fundos uma forma de vida”. O aviso é do secretário de Estado do Desenvolvimento Regional, Manuel Castro Almeida, na sessão de apresentação do programa operacional regional Norte 2020, que decorreu no centro de congressos do Europarque, em Santa Maria da Feira.

Para Castro Almeida “quem olhar para os fundos como uma forma de enriquecer vai ter mais dificuldades”, acrescentando que “por outro lado, quem olhar como uma oportunidade para poder levar à prática projetos sérios de criação de riqueza nas mais diversas áreas, vai ter a vida muito mais facilitada no Portugal 2020 do que o que tinha no QREN”.

O governante salientou que “os fundos querem ajudar e estar ao lado” dos promotores de formação para a empregabilidade, ajustada às necessidades do mercado, mas irão dar uma “vida complicada” a quem “organizava formação apenas porque tinha formandos e formadores”. “É assim que se faz a reforma da administração pública. E esta orientação para resultados é uma reforma da administração pública”, disse.

O secretário de Estado do Desenvolvimento Regional lamentou ainda que o Norte continue a ser “uma das regiões mais pobres de Portugal”, situação que se manterá se “não houver mudanças”. “É isso que querem? Eu, por mim, rejeito. Já não tenho

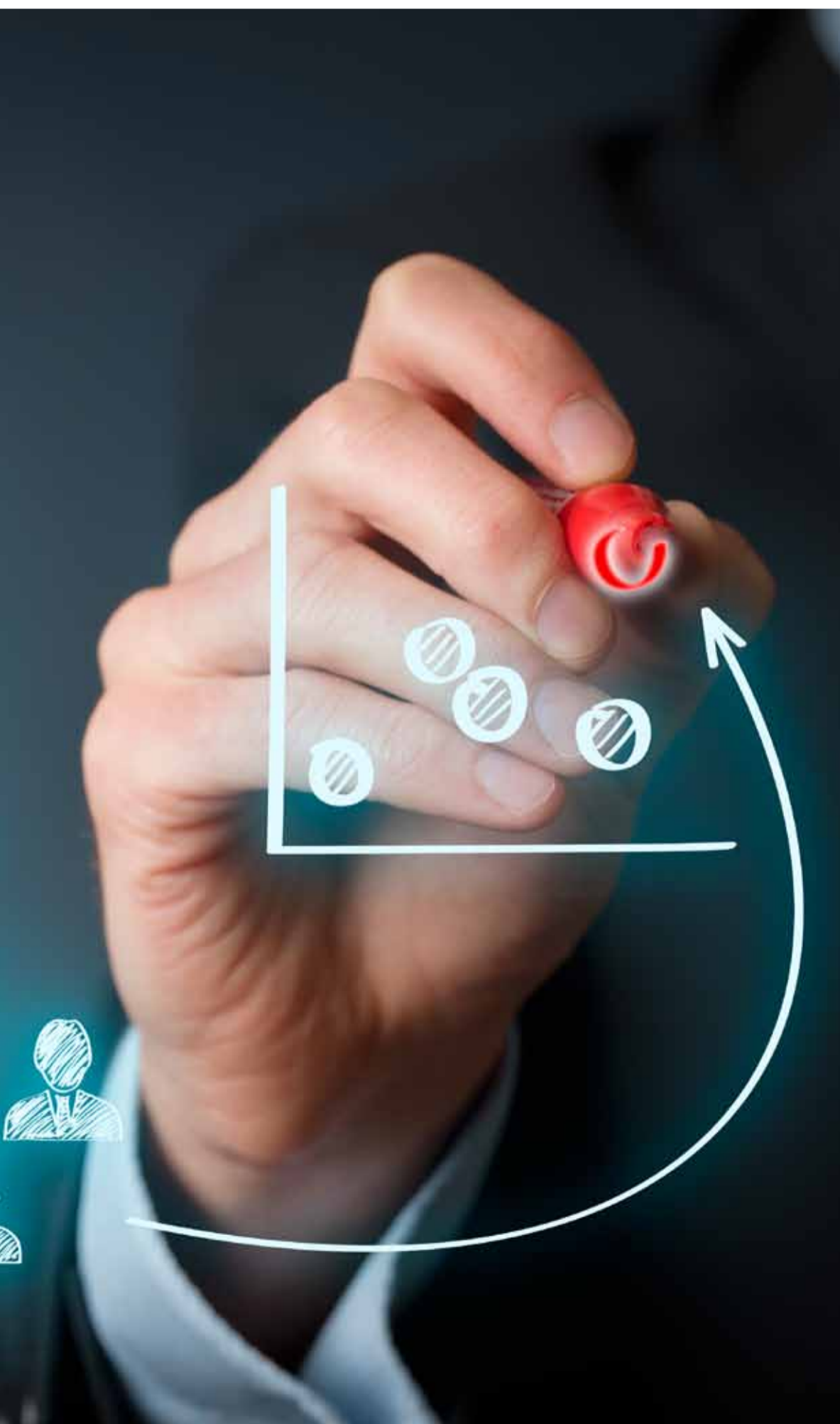
muitos anos, mas tenho alguns para lutar e tirar esta região da situação de mais pobre de Portugal”.

“A solução é não abandonarmos a nossa matriz industrial e acrescentar valor ao produto que os trabalhadores fazem, o que é feito pela via da incorporação da tecnologia”, defendeu o governante, segundo o qual Portugal tem um “rácio elevadíssimo de investidores por habitante” mas está “na cauda da Europa em número de investigadores nas empresas”.

O governante falava perante cerca de 4.000 pessoas que encheram o centro de congressos do Europarque para assistir à apresentação do Programa Operacional Regional Norte 2020 que conta com 3,38 mil milhões de euros de fundos comunitários FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional) e FSE (Fundo Social Europeu).

O Norte 2020 – Programa Operacional Regional do Norte 2014-2020 é um instrumento financeiro de apoio ao desenvolvimento regional dessa região portuguesa, integrando o Acordo de Parceria Portugal 2020 e o atual ciclo de fundos estruturais da União Europeia.

Com gestão da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRN), o Norte 2020 assume-se como um contributo para a estratégia de desenvolvimento regional, assentando numa dupla trajetória de convergência face à média europeia e nacional.





OM
TUGAL

Relele

FLY
LONDON



MCM



quality impact

arquitectura e soluções de espaços

Rua do Cruzeiro, 170 R/C | 4620-404 Nespereira - Lousada

T. 255 815 384/385 | F. 255 815 386 | E. geral@qualityimpact.pt

MUSEU DE BROOKLYN APRESENTA EXPOSIÇÃO SOBRE TÊNIS

The Rise of Sneaker Culture (O Crescimento da Cultura de Sneakers) é a primeira exposição sobre a história social e o significado cultural do uso de sapatinhas no mundo, um calçado já

usado por milhões de pessoas. A exposição conta com cerca de 150 pares de sapatos, e é dedicada à evolução do tênis desde os primórdios até ao simbolismo atual de ícone urbano. Incluem-se,

nesta exposição, modelos como Adidas, Converse, Nike, Puma, Reebok, bem como pares de colecionadores particulares. As grandes casas de alta-costura também têm os seus modelos de edição

especial expostos, como é o caso da marca internacional Prada. A exibição estará patente entre os dias 10 de julho a 4 de outubro no Museu de Brooklyn em Nova Iorque.

exportações

Dólar equipara o Euro em seis meses?

**Exportações de calçado para EUA
deverão continuar a aumentar**



A previsão surpreendeu. Mas apenas os mais desatentos. O dólar poderá equiparar o euro ainda este ano. A Goldman Sachs vai mesmo mais longe e admite que, nos próximos anos, o euro valerá menos do que a divisa americana e pode mesmo, até final de 2016, atingir um valor mínimo histórico.

Nos mercados internacionais, a “paridade” de uma moeda ocorre quando duas divisas têm o mesmo valor (taxa de câmbio de 1:1). Ora, o euro tem vindo a cair consideravelmente durante os últimos meses, e atualmente está a valer cerca de 1,05 dólares. Desde o final de 2002

que o euro não atinge a paridade com o dólar.

Numa nota enviada aos seus clientes, a Goldman Sachs, grupo financeiro multinacional, sediado em Nova Iorque e que funciona, por norma, como uma das principais empresas globais de investimento, gestão de valores mobiliários e de investimentos, admite que “o valor da moeda única tem caído nos mercados pressionado pelo programa de compras do BCE, mas também pela especulação de que a Reserva Federal norte-americana aumente as taxas de juro no curto prazo”. Robin Brooks, estratega do grupo financeiro, assume que “as previsões

divergentes relativamente ao crescimento económico e à política monetária (crescimento mais lento e política mais permissiva na Europa em contraste com o crescimento mais forte e política mais apertada nos Estados Unidos) mostram que o câmbio EUR/USD não esteja a ser devidamente aproveitado”.

Boom das vendas para os “States”

Os Estados Unidos são, cada vez mais, um mercado estratégico para as empresas portuguesas de calçado. Desde 2010,

as vendas praticamente triplicaram. No ano passado, Portugal exportou para os EUA 1,5 milhões de pares de calçado, no valor de 45,6 milhões de euros. As expectativas para os próximos anos são igualmente animadoras. Se, por um lado, a valorização do dólar torna os produtos europeus mais apetecidos, por outro, deverá ser concluído o acordo de parceria transatlântica (entre a Comissão Europeia e o Governo de Obama), que tem como objetivo remover as barreiras ao comércio num leque alargado de setores para facilitar a transação de bens e serviços entre os EUA e a UE. Além de remover barreiras alfandegárias em

todos os setores, as duas regiões querem remover barreiras não alfandegárias como as diferenças nas regulamentações técnicas, as normas e os procedimentos.

Um estudo patrocinado pelo Governo Português sobre os impactos do Comércio e do Investimento de Parceria Transatlântica (TTIP) aponta, mesmo, para que a indústria do calçado seja o setor mais beneficiado com este acordo. Segundo o documento, estima-se que as exportações portuguesas de calçado para os “States” aumentem sensivelmente 540% com a aplicação integral do acordo de parceria.



SPEDYCARGO

TRANSITÁRIOS



SOLUTIONS THAT WORK.

A SPEDYCARGO foi criada em Janeiro de 2004 combinando a experiência e profissionalismo da sua equipa e a confiança dos seus parceiros no exterior com o conhecimento das exigências dos mercados nacional e internacional.

A SPEDYCARGO empenha-se em encontrar as soluções mais adequadas e melhor desenhadas para os desafios da industria no presente e no futuro.

A SPEDYCARGO representa em Portugal o HTFN Global Logistics Partner. O HTFN é uma associação de empresas transitárias privadas com representação mundial que permite uma cobertura global através de parcerias com empresas congéneres de elevada reputação em cada mercado. Como membro a SPEDYCARGO beneficia de parcerias com mais de 120 agentes em cerca de 200 países servindo mais de 600 portos e aeroportos.



Aéreo

A Spedycargo oferece uma diversificada gama de opções no transporte de carga aérea. Garantimos uma operação bem estruturada resultante da criatividade e experiência da nossa equipa.



Marítimo

A Spedycargo assegura coordenação total da operação de transporte seleccionando a opção que melhor responda às exigências de cada embarque ao custo mais competitivo.



Rodoviário

Em parceria com os seus agentes na Europa, a Spedycargo oferece serviço regular de transporte em Camião de e para várias origens e destinos.



Aduaneiro

A Spedycargo dedica especial atenção a este segmento para o qual criou o seu próprio departamento aduaneiro no que conta com pessoal especializado e licenciado.



Transportes Especiais

A Spedycargo tem uma vasta experiência no segmento de:

- Feiras e Exposições
- Transportes Especiais
- Armazenagem e Distribuição



SPEDYCARGO, TRANSITÁRIOS, S.A.

Head Office

Via Central de Milheirós nº. 726 · 4475-330 Maia · Portugal
Telf. +351 229 993 650 · Fax. +351 229 964 962

Lisbon Office

Aeroporto da Portela Terminal de Carga · Edifício nº. 134 sala 2119/2120 · 1750-364 Lisboa · Portugal
Tel. +351 218 480 369 / +351 218 487 683 · Fax. +351 218 480 370

TRANSITÁRIO
ESPECIALIZADO
EM FEIRAS
INTERNACIONAIS

BATA SHOE MUSEUM ANUNCIA INICIATIVA DIGITAL

Para assinalar as comemorações do vigésimo aniversário, o Bata Shoe Museum anunciou o World at Your Feet: A Global Mapping Project. O projeto

oferece aos visitantes um fórum online onde podem conhecer e partilhar histórias sobre sapatos. The World at Your Feet

expande a própria narrativa do museu a uma plataforma virtual e vai tentar encontrar histórias de todo o mundo. O museu já começou a compartilhar vídeos

e histórias da própria coleção e vai continuar a fazê-lo até ao próximo ano, altura em que serão encerradas as comemorações do aniversário.

nacional

Reinventar a Tradição

Ultimamente parece que o passado nunca esteve tão presente.

A atual tendência de revisitar estilos de outras épocas, de reavivar uma memória coletiva e recuperar artigos e técnicas de produção do passado é cada vez mais uma realidade a que assistimos nas mais diversas áreas. A indústria da moda não foge a esta tendência e são muitas as marcas portuguesas a enveredarem por um 'regresso às origens', reinventando e atribuindo uma 'nova vida' aos mais distintos produtos. Estes 'clássicos renovados' reclamam o protagonismo de outrora assumindo uma nova e refrescante imagem que, aliada à qualidade e ao design, vêm dar resposta às necessidades contemporâneas.

Neste sentido, fomos conhecer melhor algumas das marcas que reconhecem a importância de revisitar o passado na afirmação da sua própria identidade.

Por Joana Jervel

Cortebel

A Cortebel, fundada em 1965, começou por produzir botas para o Exército Português e nos anos 80/90 fornecia também várias marcas internacionais, desenvolvendo em paralelo uma linha própria de calçado.

Foi há cerca de dois anos que Artur Piano, determinado em recuperar



as suas 'botas da tropa' adquiridas nos anos 70, decidiu apostar no ressurgimento da marca que o marcou de forma muito especial: a Cortebel. "Foi o reacender da paixão", refere Artur, quando entrou pela 1.ª vez na fábrica que produzira as suas botas. Ao longo de quase 50 anos (durante os quais atravessou várias fases) a mesma fábrica revelava-se apta para retomar a atividade e conhecer novos desafios. "Recuperei o logótipo mais antigo que encontrei, direcionei o produto vintage para lojas específicas e comecei a fazer experiências com modelos e materiais", relembra Artur.

Nos dias de hoje, a Cortebel continua a inspirar-se nos modelos originais de há várias décadas e que definem o espírito da marca, mantendo a produção para marcas estrangeiras. Presentemente, goza de uma forte

presença no mercado – sendo de destacar as colaborações com artistas convidados a ilustrar e personalizar os seus modelos - ao mesmo tempo que vai organizando o seu espólio como marca portuguesa com história e memória. A grande aposta da empresa faz-se na inovação no calçado de conforto e ortopédico.

Pelcor

Como marca de acessórios de moda em pele de cortiça, a Pelcor presta homenagem à tradição na abordagem artesanal que explora em toda a sua gama de produtos. Sandra Correia, pertencente à terceira geração de uma família que sempre trabalhou na indústria da cortiça, é o nome que imediatamente se impõe quando se fala na Pelcor. Ambicionando desenvolver uma nova linguagem para a pele de cortiça,

foi em 2003 que lançou a sua primeira criação: um guarda-chuva totalmente produzido em pele de cortiça. Pouco tempo depois nascia a Pelcor, apresentando produtos para casa, escritório e acessórios de moda, privilegiando a aliança com o design e a criatividade. Têm sido várias as parcerias com designers e empresas, destacando-se a colaboração com a Moda Lisboa, evento para o qual desenvolveu uma série de edições limitadas. A história da Pelcor contempla ainda a criação de peças customizadas para Barack Obama, Hillary Clinton, Angela Merkel e Madonna. Recentemente, apresentou uma nova textura entrançada, denominada 'weave', e marcada por detalhes que facilitam o seu uso no dia-a-dia, tais como o fecho metálico e as bolsas interiores. Esta coleção cápsula, fruto de um trabalho 100% manual,

conta com Eduarda Abbondanza como diretora criativa, atual responsável pela nova orientação da marca.

senhor PRUDÊNCIO

Fundada por João Pedro Filipe, que já trabalhou para a Louis Vuitton e Felipe Oliveira Baptista, a marca de calçado e acessórios para Homem senhor PRUDÊNCIO – nome que presta homenagem ao avô do designer, sapateiro de profissão – celebrou recentemente o seu 2.º aniversário.

No âmbito da Plataforma de Moda/Fashion Hub de Guimarães 2012, o criador foi distinguido com o prémio British Council Young Creative Fashion Entrepreneur, feito que lhe permitiu apresentar a sua 1.ª coleção na London Fashion Week. A senhor PRUDÊNCIO visa assim personificar o sapateiro português dos anos 50, recuperando o know how e a tradição no fabrico de calçado de um país que não pára de dar mostras da sua forte competitividade, design e capacidade tecnológica neste setor. Após dois anos de crescimento "continuamos a ter em mente a ideia do sapato tradicional português", comenta João Pedro Filipe, que revela também o seu desejo de ampliar a sua gama de acessórios.

8

“Temos ajudado a recuperar o orgulho de ser português”

Emídio Sousa sucedeu, há praticamente dois anos, ao histórico líder Alfredo Henriques e é, desde 2013, Presidente da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira. Em entrevista ao Jornal da APICCAPS aborda os principais temas da região. “Toma o pulso” à indústria de calçado e às outras áreas económicas de relevância, o futuro do Europarque e as expectativas para o Portugal 2020.



“O EUROPARQUE É UM EQUIPAMENTO DA REGIÃO NORTE E DO PAÍS QUE PRECISA DE SER NOVAMENTE POTENCIADO”.

entrevista

Emídio Sousa,

Presidente da Câmara Municipal de Santa Maria da Feira

Santa Maria da Feira é um dos principais polos produtivos do setor de calçado em Portugal.

Como é que avalia a evolução recente do setor?

De facto, depois de Felgueiras, Santa Maria da Feira é o maior polo produtivo de calçado de Portugal. Apraz-me registar a notável evolução do setor e a perceção exata que os industriais tiveram da evolução dos mercados mundiais, sabendo modernizar-se, inovar e internacionalizar-se. A visão global dos negócios é notável.

Os empresários têm também demonstrado uma ambição que deve ser um exemplo para o país. Penso até que nos têm ajudado a recuperar o orgulho de ser português e a mostrar a todos que somos capazes.

O desinvestimento direto estrangeiro estrangulou a região num passado recente. Assistimos, agora, porem ao regresso de alguns desses investimentos, nomeadamente com o reforço da unidade produtiva da Ecco. Como analisa esses movimentos?

Com agrado, dado a empregabilidade que representam e pelo reconhecimento que a rentabilidade do negócio não está obrigatoriamente ligada a mão-de-obra barata. Há nestes regressos o reconhecimento

da qualidade dos nossos trabalhadores.

Na sua opinião, de que modo tenderá a evoluir a indústria de calçado em Santa Maria da Feira?

Penso que continuará a evoluir da mesma forma que todo o setor em Portugal: muito positivamente nos fatores diferenciadores como a qualidade dos materiais, a mão-de-obra, o design, as marcas próprias e o reconhecimento internacional da qualidade superior dos nossos produtos. O “Made in Portugal” vai ser cada vez mais uma referência de excelência mundial. A ambição que o setor demonstra é exemplar e quando assim é, só podemos vencer.

Para além do setor de calçado, também o setor da cortiça tem uma forte expressão em Santa Maria da Feira. Que outras áreas económicas acredita que podem ser reforçadas no futuro?

Penso que os setores do papel e da metalomecânica também apresentam excelentes indicadores que podem vir a ser muito importantes num futuro próximo. Hoje a qualidade dos nossos produtos já é reconhecida e procurada.

A par destes setores industriais, estamos também apostados em desenvolver um cluster na área da saúde e bem-es-

tar. Temos dos melhores profissionais do mundo, excelente clima, somos um país calmo e seguro. Acho que é um setor em que podemos e devemos apostar, pois também permitirá a criação de emprego qualificado e poderá evitar a emigração de muitos jovens, nos quais o país investiu significativamente e agora não deve perder.

Que projetos têm para a indústria de calçado em Santa Maria da Feira?

A nossa política é de apoiar as empresas em tudo o que seja da responsabilidade e competência da câmara. Criamos a “Via Verde Empresas” que permitiu a legalização de muitos edifícios industriais, isentando-os de taxas urbanísticas para facilitar o processo, já que muitas atravessavam dificuldades de tesouraria. Temos vários parques empresariais com terrenos disponíveis, alguns dos quais muito modernos e com todas as infraestruturas. Estamos sempre disponíveis para receber os empresários e prestamos apoio técnico em todas as fases dos seus projetos. Divulgamos e apoiamos no conhecimento de apoios comunitários e na apresentação de candidaturas. Organizamos viagens de negócios ao estrangeiro com as empresas, onde a câmara procura ser um

parceiro institucional promotor de contactos e potenciar negócios. Estamos sempre ao lado das empresas para o que precisarem, mas não nos substituímos a elas. Costumo dizer aos nossos empresários que a câmara está disponível para abrir portas mas que cabe a eles franqueá-las.

O município lançou no ano anterior a plataforma Bizfeira, para apoiar as empresas da região. Que impacto tem tido este projeto nos negócios das empresas locais?

Penso que tem tido um impacto bastante positivo. A inscrição é gratuita. Ao fim de um ano estamos próximos de atingir 700 empresas inscritas o que é notável. Iremos divulgar muito brevemente os dados estatísticos da plataforma e penso que vão surpreender. O Bizfeira, sendo uma plataforma de negócios internacional que visa facilitar os negócios e a ligação à diáspora, ainda terá muito para crescer, mas já é uma realidade no mundo dos negócios e até já levou à criação de um produto – a Chamôa – (vinho e licor) que está a ter muito êxito.

O Europarque é um dos grandes patrimónios de Santa Maria da Feira. Que projetos tem para o Europarque?

O Europarque é um

equipamento da Região Norte e do país que precisa de ser novamente potenciado. Estamos neste momento a desenvolver os estudos conducentes ao modelo de gestão mais adequado e a eventuais parcerias. A minha intenção é colocá-lo essencialmente ao serviço das empresas e dos negócios numa perspetiva internacional, assegurando a sua sustentabilidade financeira.

Está já em vigor o novo Quadro Comunitário de Apoio Portugal 2020.

Que expectativas tem para este novo Quadro Comunitário de Apoio?

Este novo Quadro Comunitário de Apoio está muito vocacionado para o tecido empresarial. Estamos a trabalhar junto dos nossos empresários para lhes dar a conhecer os programas de apoio, sensibilizando-os para as oportunidades que estão disponíveis e fornecendo toda a informação. A minha expectativa é que Portugal aproveite bem os fundos de forma a modernizar a economia, inovar e desenvolver novos produtos e métodos de trabalho, a internacionalizar os negócios e a projetar-se como país que faz bem no mundo inteiro. Penso que estas são as linhas estratégicas fundamentais do Portugal 2020 e parecem-me bem.

A Parceria Ideal Para o Seu Negócio

A **Expandindústria** foi constituída em 1983, tendo como missão melhorar o desempenho dos seus clientes, oferecendo-lhes um conjunto de serviços de consultoria, formação e soluções informáticas ajustados às suas necessidades.

SIGA - Sistema Integrado de Gestão e Administração ®

Desenvolvido desde a génese da empresa, o ERP SIGA é constituído, nomeadamente, pelos módulos de: Gestão Financeira, Gestão de Pessoas, Gestão Comercial, Gestão da Qualidade e Gestão de Produção.

O módulo **GEPE - Gestão da Produção** está integrado no SIGA e contempla a gestão de amostras e encomendas, planeamento e controlo de produção, respectivos custos e margens, permitindo-lhe:

- O tratamento em simultâneo das encomendas, produção e custos.
- A gestão da produção por encomenda ou para lote, com opção de código de barras.
- A emissão automática das ordens de fabrico, requisições de materiais, gamas operatórias e instruções de fabrico.
- A imputação automática dos consumos à contabilidade analítica e à gestão de materiais.
- A análise das cargas de secção, das necessidades de materiais, do equilíbrio de linha, simulação de preços e análise de margens.



O SABER AO SERVIÇO DA INICIATIVA

EBS - Executive Balanced Scorecard ®

Conjunto de aplicações cujo objectivo principal é apoiar a gestão estratégica da sua organização, através da exploração de indicadores estratégicos totalmente alinhados com a Missão e Visão.

ESBI - Expandindústria Standard Business Intelligence ®

O processo de recolha, organização, análise e monitorização de informações oferecem-lhe suporte à tomada de decisão em tempo real, permitindo-lhe ainda a exploração combinada de diversos dados.

GIIM - Gestão Integrada de Informação em Multimédia ®

O sistema de Gestão Documental permite-lhe a organização e arquivo electrónico de todos os tipos de documentos produzidos ou recebidos por via electrónica e a respectiva distribuição aos destinatários, com total desmaterialização, assumindo assim a constituição de um sistema "Data Ware House".

Outras Soluções de Negócio:

- Gestão de Associações
- Gestão de Transitários
- Gestão de Escolas
- Gestão de Transportes
- Gestão da Administração Local
- Gestão de Agregados

Solicite a visita de um consultor especializado e conheça as nossas soluções:

Tel: 228347750 / Fax: 228317846 Morada: Avenida de França, 893-895, 4250-214 PORTO
Website: www.expandindustria.pt E-mail: geral@mail.expandindustria.pt



CALÇADO E NUTRIÇÃO NUM SÓ

A marca de calçado Parodi e a nutricionista Ana Bravo acabam de lançar “As Escolhas de Ana Bravo”. Os modelos da coleção

primavera/verão da marca serão acompanhados de receitas apetitosas, através de postais distribuídos em sensivelmente 300 pontos

de venda. A ideia “é alcançar uma harmonia entre a beleza e o bem-estar, que procura levar cada mulher a identi-

car o seu estilo, valorizando a sua beleza exterior mas, simultaneamente, adotando um estilo de vida saudável”, adiantou a empresa.

nacional

Alcanena acolhe nova Expopele

Alcanena vai acolher, de 1 a 3 de maio, a 2.ª edição da Expopele. A iniciativa da Câmara Municipal de Alcanena e da APIC (Associação Portuguesa dos Industriais de Curtumes) conta com o apoio da ACIS (Associação Empresarial de Torres Novas, Entroncamento, Alcanena e Golegã)

e do CTIC (Centro Tecnológico das Indústrias do Couro) e visa dar notoriedade à indústria portuguesa de curtumes.

O objetivo passa por contribuir para a divulgação das marcas “Alcanena Capital da Pele” e “Leather from Portugal”, que têm vindo a conseguir uma crescente

afirmação internacional, por via da participação em certames internacionais da especialidade.

De acordo com a APIC, “as peles nacionais estão cada vez mais presentes em produtos de luxo e de alta qualidade, seja nas marcas nacionais ou internacionais, para as

quais produz direta e indiretamente, fator da mais alta relevância para a promoção e prestígio da indústria de curtumes e da fileira do couro portuguesa. A Expopele assumirá, assim, “uma vocação promocional para a excelência, inovação e design das peles e artigos acabados em pele, concebidos, de-

envolvidos e produzidos em Portugal e de todos os agentes e operadores ligados a esta área de atividade”.

Congregar todos os agentes e operadores da pele e da fileira do couro a nível nacional ou preparar as empresas para a internacionalização, proporcionando-

lhes um primeiro contacto com a dinâmica de participação numa feira de curtumes com um formato em tudo semelhante às maiores feiras internacionais de curtumes, são algumas das metas para esta iniciativa, que se realizará no Pavilhão Multiusos de Alcanena.

The best components you will never see.



12

Calçado português em destaque no Portugal Fashion

J. Reinaldo



Para a próxima estação fria, a J. Reinaldo apresenta uma reinvenção dos modelos clássicos, iluminando a coleção com uma paleta de cores jovem e dinâmica, onde o passado se funde com o futuro numa reinterpretação das novas tendências. A marca apostou nos mais luxuosos e nobres materiais, em tons escuros, projetando diferentes detalhes em cada modelo.

No ano em que comemora 20 anos, o Portugal Fashion apresentou ao país o que de melhor se faz em Portugal. Com o mote Reflector, o 36.º Portugal Fashion percorreu Lisboa e Porto com desfiles em locais emblemáticos. No total, seis edifícios distintos acenderam as luzes da ribalta às propostas irreverentes de 31 criadores portugueses.

Uma vez mais, o calçado nacional voltou a brilhar na passerelle principal, com o reforço das ligações entre empresas de calçado e criadores. Destaque para as estreias das parcerias entre Susana Bettencourt e Joana Da'Graça, Carla Pontes e Eureka, Estelita Mendonça e Manuel Dupont.

A edição de março da semana da moda nacional foi palco do reforço das ligações entre Nuno Baltazar e Jf Heitor, Fátima Lopes e Jóia da Europa, Luís Buchinho e Stiletto, Júlio Torcato e Hugo Manuel Shoes e StoryTailors e Guava, que após uma pausa na colaboração, voltaram nesta estação a trabalhar em conjunto.

O calçado nacional esteve também em destaque ao abrir o último dia dedicado à moda nacional. Seis marcas de calçado apresentaram as suas coleções para a próxima estação fria, e tiveram Jessica Athayde como embaixadora oficial.

Luís Onofre voltou a desfilar em nome próprio no último dia, com modelos que retratam os símbolos máximos do domínio feminino. Neste inverno, o joalheiro dos sapatos regressa à essência, criando uma coleção onde as formas se depuram numa voluptuosidade onde o preto se torna a união dominante entre formatos clássicos e provocadores. A próxima estação fria apresenta a forma como o criador vê o sapato: uma forma absoluta de prazer.

Silvia Rebatto



É com um “olhar real” que a marca Silvia Rebatto prepara o próximo inverno. Ao ambiente escuro associado à época medieval são adicionadas nuances femininas com alguns detalhes florais de papel de parede damasco. Os aveludados saltam à vista na nova coleção em tons bordô, verde e azul noite, combinados com detalhes em ouro, prata e pedras que dão a cada modelo um toque luxuoso e real.

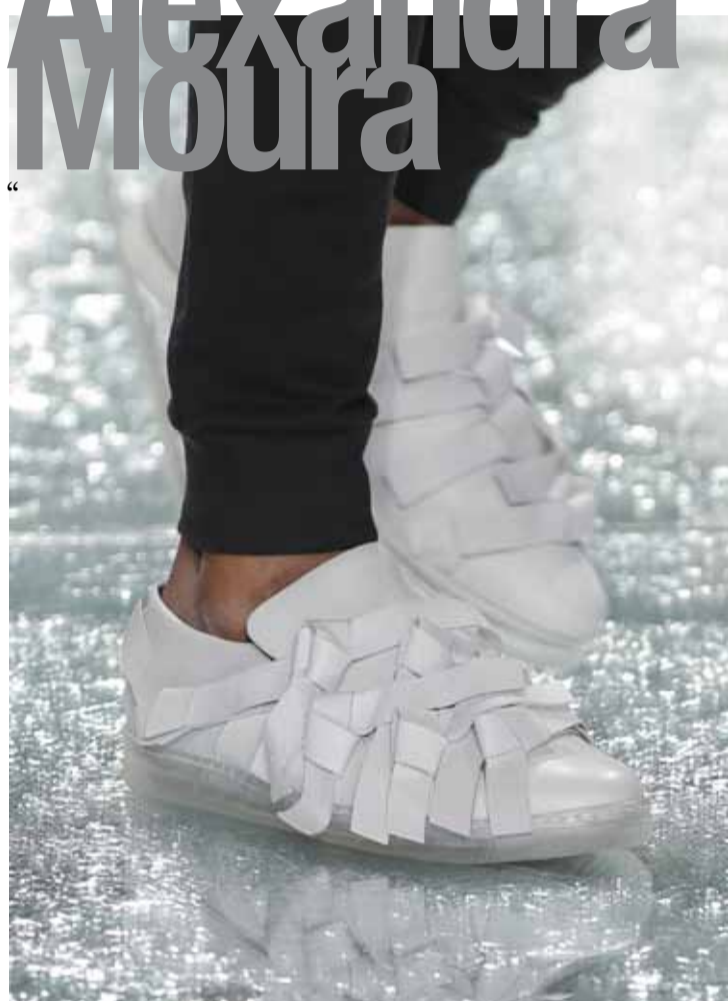
Fly London



Com coleções irreverentes e confortáveis, as propostas femininas da Fly London dividiram-se entre inspirações geométricas em saltos longos em contraponto com plataformas rasas com linhas em arcos. Do lado masculino, a marca de Guimarães apostou em linhas clássicas com extratos de modernidade, sempre aliados ao bem-estar. Destaque ainda para os acessórios que se unem em sintonia à restante coleção, ao aliar o geométrico às curvas, o moderno e o clássico e o comum com o extravagante.



Goldmud & Alexandra Moura



“Primal (UNation)” é um regresso às culturas e estéticas civilizacionais primitivas e um culto ao indivíduo, às raízes e ao tribalismo. A identidade cultural dos diferentes povos primitivos une-se numa coleção que se afirma como uma ode à beleza original. A silhueta desta coleção apresenta sobreposições, camadas, excessos e volumetrias que criam impacto visual que revela conforto e proteção. Numa parceria com a criadora Alexandra Moura, os modelos Goldmud variam entre os tons brancos e pretos volumosos, e os tons quentes primitivos.

moda

Dkode



É no trabalho artesanal, pormenorizado e detalhado, que enobrecem as peças de forma delicada e feminina, que a Dkode desenvolveu a nova coleção “The Artisan”.

Uma coleção confortável e prática, que aposta em looks casuais e citadinos. Os tons sóbrios e intemporais como o camel e o deep navy foram os escolhidos para aquecer os dias mais frios do próximo inverno, acompanhados de realces de luz através de tons terra e ocre.

Nobrand



“Sons of thunder” sugere uma viagem pela cultura motard, inspirada em “Lawrence da Arábia” e na sua paixão por motos e por velocidade. A nova coleção caracteriza-se pelo uso de materiais luxuosos com detalhes exclusivos. Às peles envelhecidas soma-se o acabamento queimado, que atribui aos modelos um look vintage. Destaque também para as Supernova, o novo modelo de sneakers com luzes aplicadas na sola. O Portugal Fashion apagou as luzes para ver brilhar a nova criação da marca de Felgueiras.

A próxima jogada de mestre é SUA!

É tudo uma questão de **RESULTADOS!**

A DECPRIME- Consultoria e Processo Lda., é uma empresa especializada no desenvolvimento de soluções de Software e reengenharia dos processos de negócio para qualquer Organização.

Tem como missão o desenvolvimento, a partir de plataformas open-source, de soluções que contribuam para o aumento da eficácia, eficiência e economia das Organizações ou Empresas Cliente, contribuindo para que estas se convertam em Organizações ou Empresas de Alta Performance, através da reengenharia e otimização dos processos de negócio via DECPRIME.

A DECPRIME- Consultoria e Processo Lda., fornece um conjunto completo de serviços de Business Process Management e de Business Intelligence, que lhe permitem realizar a otimização e reengenharia dos processos dos seus Clientes, através de uma metodologia própria - SIMPLIS - Sistema Integrado e Metodologia de Processos Lógicos, Eficientes, Eficazes, Económicos e Sustentáveis.



decprime - consultoria e processo
grupo DECSIS

Web: www.decprime.com

DECPRIME - Consultoria e Processos. | Grupo DECSIS

Rua Alfredo da Silva, Lote 16 e 17 - Alfragide, 2614-509 Amadora - Portugal

Tel.: 21 255 55 00 | Fax: 21 255 55 09

Rua das Artes Gráficas, 162 - 4100-091 Porto - Portugal | Tel.: 22 607 68 50 | Fax: 22 607 68 59

E-mail: geral@decprime.com



ADIDAS LANÇA APLICAÇÃO PARA RESERVAR CALÇADO

As reservas online não são novidade no setor hoteleiro, onde os clientes podem fazer reservas antecipadamente, mas a adidas acaba de lançar uma aplicação para a indústria

de calçado. A adidas confirmed app é uma aplicação que permite aos consumidores ter acesso a modelos de edição limitada da marca, bem como reservar

ténis a partir do telefone. A tecnologia verifica a localização de cada utilizador, garantindo uma maior segurança na compra e evitando situações fraudulentas.

Segundo a marca: “à medida que os produtos vão ficando disponíveis, o cliente apenas tem de confirmar a sua escolha prévia e esperar que a encomenda chegue”.

materiais

Calçado já representa 50% das vendas da 3DCork

Portugal é líder mundial na exportação de cortiça. Um produto amigo do ambiente e que pode ser usado em quase tudo: da casa ao desporto, incluindo sapatos e acessórios de moda. A 3D Cork, por exemplo, criou várias peças usando esta matéria tipicamente nacional.

“Aquilo que nós fazemos é cortiça a três dimensões”, revelou Bernardo Nunes, responsável da

empresa. “Com a evolução da empresa fomos abarcando cada vez mais segmentos: Footwear, home wear, sports e finalmente criámos também uma linha de moda: a My Cork. Atualmente estamos representados sobretudo na Europa, Estados Unidos, Austrália e Israel”.

É do granulado de cortiça que saem as criações da 3D Cork, que expor-

ta 95% da produção. Os acessórios de moda surgiram num desafio de clientes: “fomos recebendo alguns pedidos de empresas que vendiam essencialmente os nossos materiais para casa. A determinada altura começaram a pedir-nos também alguns acessórios para moda como colares, pulseiras, malas, necessaires, tudo o que estivesse relacionado com a utilização do dia-a-dia”.

Um produto com um sem fim de utilizações: do desporto a profissões mais exigentes, como a aeronáutica.

É na porta da empresa que está o conceito-base: a Inteligência Natural, ou seja, a cortiça. “A cortiça consegue reunir propriedades tão díspares como a leveza, a compressibilidade, a recuperação, o isolamento acústico, o isolamento térmico.

Não transmite qualquer tipo de alergia à pele”. Em resultado, a cortiça da 3D Cork faz parte de muitos sapatos, mas está igualmente presente nas palmilhas, nos tacões, cunhas e outros componentes, respondendo, nomeadamente, a preocupações de natureza ortopédica. Mais de metade da faturação da 3DCork é, já hoje, dedicada ao segmento de calçado.

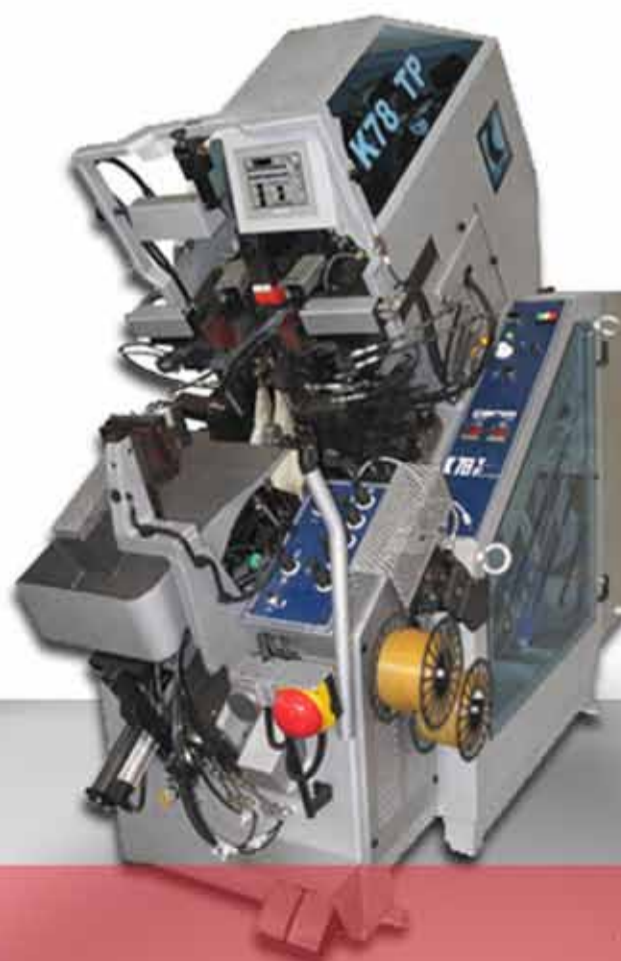


TECMACAL
INDUSTRIAL SOLUTIONS

NOVA CERIM K78 TP
sem necessidade de injectores

- pré-preparada para cola à base de água;
- tecnologia de boquilha para aplicação de cola;
- programação por touch-screen;
- mudança super rápida de bico fino para bico largo através de regulação automática (máx. 3min)
- sistema Goodyear incorporado;
- economia em consumos de cola e energia;
- pinças nº2 motorizadas;
- duplo apoio de bico;
- movimento da cabeça programável;
- prato programável.

A TRADIÇÃO ENCONTRA A ALTA TECNOLOGIA



Rua dos Combatentes do Ultramar
ZI nº 1, 3700-089 S. J. da Madeira - Portugal
Tel.: +351 256 200 480
Fax: +351 256 832 059
E-mail: tecmacal@tecmacal.pt

www.tecmacal.pt

Serviços de ENSAIOS FÍSICO-MECÂNICOS, DE SOLIDEZ E QUÍMICOS

LABORATÓRIO ACREDITADO
QUE DISPONIBILIZA ÀS EMPRESAS,
DOS MAIS DIVERSOS SETORES
INDUSTRIAIS, OS SERVIÇOS
NECESSÁRIOS À CARATERIZAÇÃO
DOS SEUS PRODUTOS.

▼ TESTE DE MATERIAIS

Couros | Têxteis | Sintéticos | Cortiça | Plástico | Borracha | Termoplásticos | Expandidos/espumas | Metais | Cartão

▼ AVALIAÇÃO DE COMPONENTES

Reforço - Segurança - Proteção | Elásticos - Velcros - Cintas | Peças - Uniões metálicas | Palmilhas - Solas - Tacões | Tintas - Colas

▼ CALÇADO E MARROQUINARIA

Caraterização de vários tipos de calçado | Testes para certificação de calçado de segurança e proteção | Malas | Cintos

▼ AVALIAÇÃO DE PROTETORES E OUTROS SISTEMAS

Protetores: Dorsais | Lombares | Perna/Braço: Ciclistas - Motociclistas - Cantoneiros - Serradores - Desportistas. Sistemas/Componentes: Automóveis | Embalagens | Eletrodomésticos | Pisos | Brinquedos | Relógios | Outros

▼ AVALIAÇÃO DE ENSAIOS FÍSICO-MECÂNICOS

Densidade | Dureza | Resistência a impactos | Compressão | Perfuração | Queda | Corte | Abrasão | Tração | Uniões | Materiais colados

▼ ENSAIOS QUÍMICOS E REACH

Aminas aromáticas | Fenóis clorados | Compostos Organoestânicos | Ftalatos | Fenol livre | Dimetilfumurato | Formaldeído | Crómio hexavalente | Metais pesados

▼ RISCOS TÉRMICOS E ELÉTRICOS

Comportamento: Calor | Frio | Calor radiante | Fogo
Classificação: Condutores | Dissipativos | Eletricamente isolantes

▼ ENSAIOS DE ENVELHECIMENTO COM TEMPERATURA E HUMIDADE

Estudo da variação das dimensões iniciais | Migração de substâncias para a superfície | Comportamento de materiais colados | Condicionamento para ensaios elétricos

▼ ANÁLISE DE ENSAIOS DE CONFORTO

Requisitos ergonómicos | Conforto térmico e biomecânico | Uso real | Manequim/pé térmico | Simulador da marcha biomecânico.

▼ ENSAIOS DE SOLIDEZ, MICROBIOLÓGICOS, DE ODOR E SABOR

Solidez da cor à água | Transpiração | Calor | Radiação solar | Fricção | Contato com outros materiais de cor | Resistência a bactérias e fungos | Avaliação de odor e sabor

PORTUGAL QUER IMPLEMENTAR FORMAÇÃO DUAL

Com o objetivo de combater o desemprego jovem, e criar competitividade nas empresas, Portugal planeia reforçar o sistema de formação dual com o apoio das empresas. O

tema foi debatido no Encontro Empresarial Luso-Alemão com a presença da chanceler alemã Angela Merkel. O modelo de formação é uma prática corrente na Alemanha e

tem sido um sucesso no reforço da competitividade e empregabilidade entre os jovens. Nuno Crato vê vantagens neste tipo de ensino como forma de aumentar a empregabilidade

entre os jovens. O ministro da educação assinou um memorando de cooperação nesta área, que prevê o reforço do intercâmbio de alunos e formadores entre os dois países.

inovação

Arcopédico: mais do que um calçado de conforto

“Mais do que um sapato de conforto: a Arcopédico é muito mais do que um calçado de conforto”. Quem o diz é Enrico Parodi, filho do fundador, Élio Parodi, inventor de uma sola que suporta melhor o arco do pé; o sustentáculo central da coluna (e que esteve na génese do nome Arcopédi-

co). Mas essa não foi a única invenção do “cientista”.

“Dado que ele era engenheiro hidráulico, começou a pensar como poderia enriquecer o calçado. Porque, fazer sapatos em malha não seria suficiente, desenvolveu uma matéria-prima especial: uma malha em

nylon. Isto é muito notável, pois estamos a falar de uma invenção de 1966”, sublinhou Enrico Parodi. Sempre vanguardista, a Arcopédico especializou-se no calçado para mulher, tendo ainda alguns modelos para homem. Os sapatos pesam pouco mais do que 120 gramas e a atual preocupação

da empresa são os materiais ecológicos. É o caso do Lytech, uma das últimas inovações da empresa: “é a nossa grande força neste momento. Criámos este tipo de pele-não-pele, porque é elástica, e dá um conforto diferente ao pé. E isto ainda não existia no mercado”.

O nome da Arcopédico está, hoje, presente nos mais importantes mercados. “Precisamente em 50”, adiantou o responsável. Japão ou Estados Unidos são, por exemplo, mercados estratégicos para esta empresa fundada em 1966, com sede em Vila do Conde.

Diariamente são produzidos mais 4 mil pares de calçado. Mais de 90% da produção tem como destino a exportação. De inovação em inovação, a Arcopédico quer fazer sapatos que “falem uma língua universal no mundo”: a do conforto.



carelplas[®]

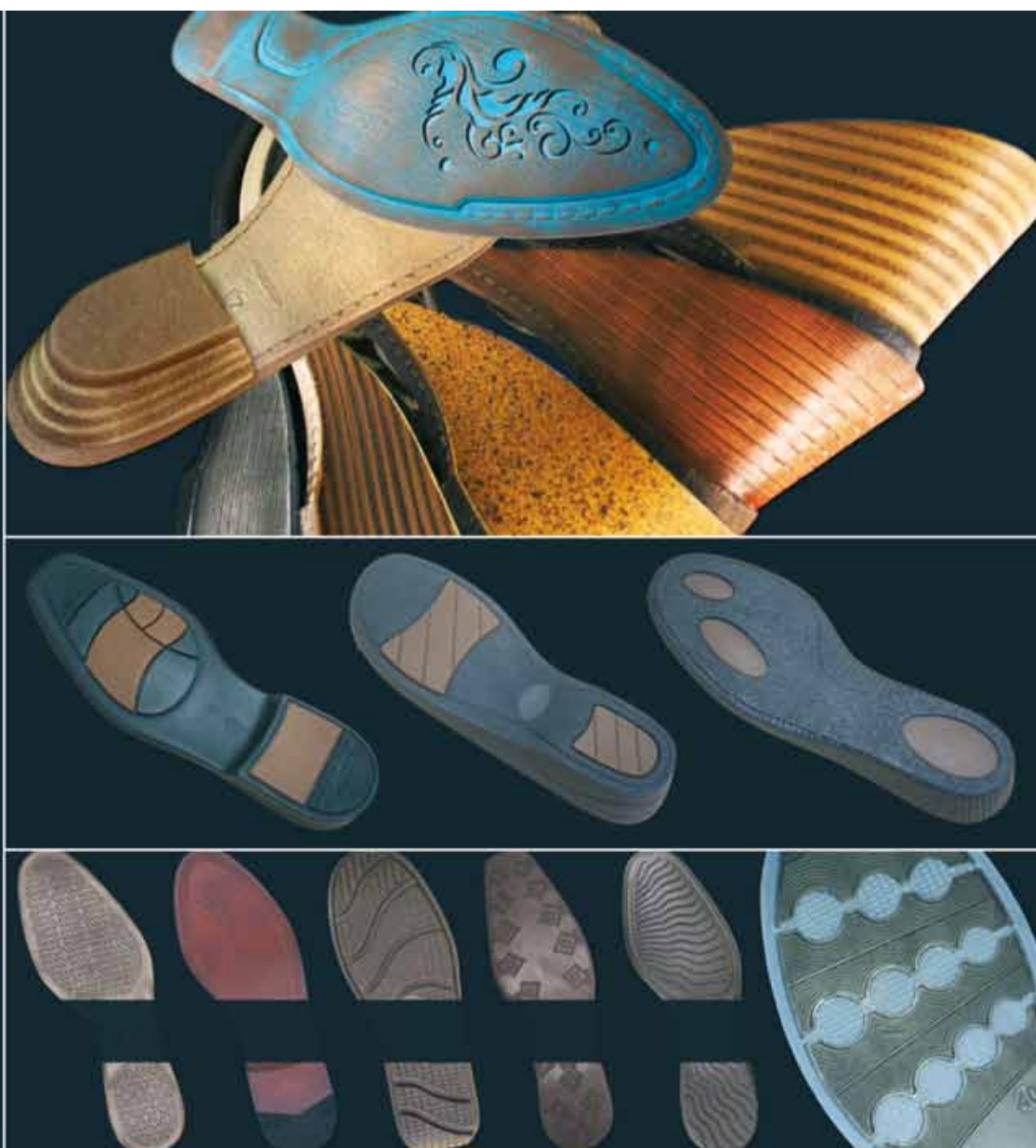
Campos & Resende, Lda.

Zona Industrial de Cesar | Apartado 2052
3701-906 CESAR | Portugal
Tel.: 256 860 330 | Fax: 256 860 339
e-mail: geral@carel.pt | www.carel.pt

Materiais utilizados no fabrico de Solas:
TR | TPS | TPU + PU | PVC | PU
PU Soft e Bicolor | PU Bidencidade | PU antiestático ESD

Materiais utilizados no fabrico de Palmilhas:
PU | PU Antifúngico | PU Antibacteriano

Áreas de atuação:
Moda | Outdoor | Conforto | Saúde



CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL PROMOVE PROGRAMA PARA EMPRESÁRIOS

A Católica Porto Business School está a promover o programa Leading to Grow que terá início no próximo mês de julho.

Trata-se de um programa organizado conjuntamente pela Católica Porto Business School e pela Lancaster University

Management School. O programa Leading to Grow destina-se fundamentalmente a dirigentes de pequenas e médias

empresas, e trata um tema de grande importância e atualidade na gestão das empresas, a liderança.

Lançada a maior plataforma de moda nacional



É pelas mãos de Ana Cravo e João Figueiredo, formados em design de moda, que nasce a Minty, uma plataforma online que tem como principal objetivo potenciar a promoção de criadores e marcas nacionais na área da moda e do design. A falta de um espaço físico para exposição de produtos inspirou os dois jovens a criar um espaço online que pudesse assegurar a visibilidade do seu trabalho e de outros criadores nacionais junto do grande público. O mercado internacional é, na grande maioria dos casos, o principal espaço

de atuação das marcas nacionais. No entanto, conquistar o público interno começa a ser, cada vez mais, o objetivo de inúmeras marcas.

Susana Bettencourt, Ricardo Preto, Celso, Nobrand e Rasto são alguns dos nomes que a Minty tem para oferecer na recém-criada plataforma. Para entrar no projeto, as marcas têm de ter apresentado os produtos numa passerelle nacional. No entanto, como nem todos os criadores e marcas têm essa oportunidade, a equipa da Minty realiza previamente uma criteriosa

avaliação dos trabalhos mais consistentes e com maior qualidade para estarem presentes no site.

O público-alvo deste projeto é um consumidor muito específico: muito informado, muito exigente e que procura artigos exclusivos e diferenciadores. Um dos principais objetivos da Minty passa, a longo prazo, pela internacionalização e, por esse motivo, a plataforma irá apresentar um leque muito alargado de produtos, tanto de outono/inverno, como de primavera/verão.

Feeting Room chega à baixa do Porto

A loja inteiramente dedicada ao calçado português mudou de instalações e chegou à baixa do Porto. Desde setembro no Arrábida Shopping, a Pop-up store itinerante de Guilherme Pinto de Oliveira, Edgar Ferreira e Bruno Araújo mudou agora as instalações para o Largo dos Lóios, em pleno centro da cidade.

As mudanças de cada coleção significam novos espaços e novos conceitos. As propostas de inverno estiveram patentes durante seis meses num centro comercial: “para apresentar a coleção de inverno não era ideal estarmos na rua, uma vez que as condições climáticas não são as ideais. Queremos estar mais perto das pessoas, queremos estar na baixa com a coleção de verão.”

O objetivo da loja passa, primeiramente, por fazer chegar ao mercado interno os produtos nacionais. “O setor do calçado é um setor, por natureza, exportador, e interessa conseguir chegar ao mercado nacional.” Focado, essencialmente, na venda de calçado, a loja vende marcas como Catarina Martins, Goldmud, Rokin, J.Reinaldo, Exceed, Silvia Rebatto, Basilius, only2me, Rugui e Nobrand.

Além da venda de

calçado, a Feeting Room conta com uma rede de parceiros em áreas como joalheria, escultura, vestuário e acessórios. Todas as parcerias são criteriosamente escolhidas para que a loja assuma uma identidade original e vincada, que permita ao comprador uma experiência de compra diferenciadora.

Para já, a Feeting Room só vende marcas portuguesas. No entanto, Guilherme Pinto de Oliveira garante estarem abertos, no futuro, a aceitar marcas internacionais. “A meta é crescer primeiro no mercado interno e depois, quem sabe, começar a ir para outros países.”

Depois da baixa portuense, os criativos têm Lisboa debaixo de mira. Segundo Edgar Ferreira: “nesta primeira fase pretendemos fazer a marca crescer no mercado nacional e internacional. O nosso plano para a marca implica um reinvestimento constante nos primeiros dois a três anos, para alimentar o desenvolvimento estável do projeto até uma consolidação nacional e internacional significativa”.

Além do espaço físico, a Feeting Room continua a apostar nas vendas online, através do feetingroom.com.

SAPATOS QUE CRESCEM

Deparado com as doenças nos pés das crianças no Quênia, Kenton Lee decidiu avançar com o projeto The Shoes That Grow. O voluntário desenvolveu um sapato preparado para crescer

até cinco tamanhos, e que pode durar cerca de cinco anos. Tal é possível através de um inteligente sistema de expansão. Depois de bater à porta de dezenas de empresas, a Proof of

Concept (uma empresa canadiana que se dedica ao desenvolvimento de sapatos) decidiu colaborar. Graças a doações, os sapatos que crescem já chegaram a

mais de duas mil crianças pela mão de ONG's instaladas em diferentes países, e prometem atenuar um dos problemas que mais assola as regiões menos desenvolvidas.

empresas

O segredo por detrás das Josefinas



São uma das marcas mais jovens de calçado no mercado, mas rapidamente conquistaram todo o mundo com o título de sabrinhas mais caras do universo. Têm vindo a ganhar espaço através das redes sociais, o principal local de atuação da marca. Não têm loja própria e apenas disponibilizam os produtos através da página virtual online, mas o sucesso tem perseguido a marca.

Unicamente dedicada à produção de sabrinhas, e pelas mãos de Filipa Júlio, as Josefinas nasceram há apenas dois anos inspiradas pelo mundo fantástico do bailado, e pela necessidade de calçado

confortável e visualmente atrativo.

São as viagens e os países mais longínquos que inspiram cada coleção.

A marca portuguesa de sabrinhas tem, literalmente, dado a volta ao mundo. Desde Moscovo até às terras das mil e uma noites, a marca de Filipa Júlio tem agora a sua grande inspiração na

música de Beatles. Para a próxima estação, a marca nacional volta a surpreender, com uma autêntica viagem pelos anos 60. A inspiração surge com a foto mais icónica da era: a travessia dos Beatles pela passadeira de Abbey Road. Filipa Júlio reescreve, assim, de forma jovial e feminina uma das épocas mais famosas da história.

A utilização de tecido Gingham deu o mote para os novos modelos.

A criadora das Josefinas foi mais longe e tenta, nesta nova coleção, perceber como seriam as mulheres que acompanhavam os Beatles "Recriamos o lado feminino dos Beatles porque sabemos que ao lado de um grande homem estará

sempre uma grande mulher. Neste caso, elegemos a Yoko, Mo, Patti e Linda e foi assim que batizamos as 4 Josefinas que compõem a nova coleção Pop Square", diz Filipa Júlio.

Criada há apenas dois anos, a marca portuguesa de sabrinhas de luxo, tem no mercado internacional a sua grande aposta. Estados Unidos, Austrália, Canadá e Reino Unido são mercados importantes para a marca, que realiza no exterior 30% da sua faturação. A mais recente coleção das Josefinas está disponível no site da marca, em www.josefinas.pt.

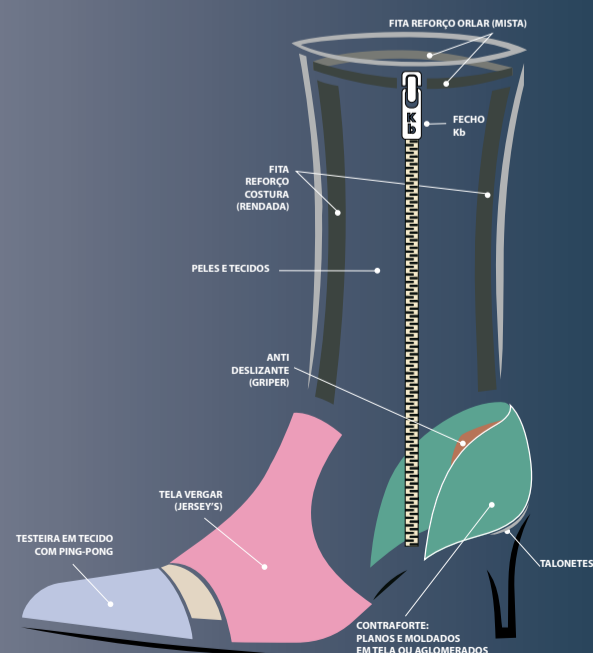
SLATEL®



COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA.
www.slatel.com



Rua da Madeira – Zona Ind.nº 1 | Apartado 158 | 3700-176 S. João da Madeira
Tels. 256 822627 / 256 823042 | Fax 256 827374 / Fax online 213 516768
E-mail: geral@slatel.mail.pt / comercial@slatel.mail.pt



ACADEMIA DO
DESIGN E CALÇADO
CFPIC



VEM FAZER PARTE DA INDÚSTRIA MAIS SEXY DA EUROPA

UM COMEÇAR DE NOVO. O CENTRO ONDE TUDO ACONTECE. UMA VISÃO DE FUTURO. O NOSSO DIA-A-DIA. A ENERGIA QUE POMOS NO QUE FAZEMOS. OS 100% QUE DAMOS.

O mês de março recebeu, no número 8 da Rua Ivens no Chiado, três marcas internacionais que até à data não eram comercializadas em Portugal: Free Lance, Gienci, e The

Last Conspiracy. Sneak Peek é a nova loja de Eduarda Jotta, e disponibiliza ao público os produtos das marcas de luxo que, até então, apenas existiam na internet.

MARCAS INTERNACIONAIS CHEGAM A LISBOA

Ténis ou sneakers, sapatos e sandálias são a primeira aposta da loja, que investiu num design alternativo que a torna num local mais acolhedor e diferenciador.

Para a próxima estação, a responsável pela loja planeia adquirir mais modelos da The Last Conspiracy, bem como estudar novas marcas de calçado, carteiras e clutches.

empresas

Ricardo Preto

“Tenho sorte por viver rodeado de mulheres bonitas”

“O que me inspira bastante é a vida e não, nem sempre é uma coisa em particular, pode ser um filme, um sorriso, um piscar de olhos, uma paisagem, uma comida”. É o estilista das sensações que procura nas coisas simples do dia-a-dia rasgos de inspiração para criar. Ricardo Preto começou por estudar arquitetura, mas foi a paixão pela moda que o levou a construir novos alicerces profissionais. “Quando deixei a arquitetura, com 27 anos, decidi reprogramar toda a minha vida. Comecei a trabalhar diretamente com roupa e um dia conheci o Dino Alves, trocamos algumas ideias e fui convidado para trabalhar no seu atelier”. E estava, assim, alicerçado o primeiro pilar de uma carreira de sucesso, que começou na área da moda e se prolonga, já, ao universo do calçado.

Depois de ter desenhado acessórios de moda para Dino Alves e Osvaldo Martins, Ricardo Preto desenvolveu trabalhos de customização para marcas como Levi's, Energie, Nike e Miss Sexy. Para além do estilismo, ainda hoje faz produção de moda e styling para diversas revistas.

Mas, como se define

Ricardo Preto? “É um homem honesto, trabalhador e com imensa força”. Trunfos de um homem que carrega no olhar todos os sonhos do mundo e que guarda cada mulher para quem trabalha no livro das memórias especiais. Ricardo Preto sublinha que “todas estas mulheres que entram no meu atelier inspiram-me: tenho tido a sorte de viver rodeado de mulheres bonitas”.

Depois de desenhar para a famosa marca de calçado espanhola Pertergua, Ricardo Preto rendeu-se à qualidade dos sapatos portugueses e casou os modelos do estilista com o calçado da Clay's, marca detida pela empresa de Barcelos Barros, Lda. “Fizeram-me o convite para eu desenvolver três ou quatro modelos e que poderia, inclusive, usá-los nos meus desfiles na ModaLisboa e Portugal Fashion. Foi o princípio. Neste momento já estou a desenhar 22 modelos para a Clay's e tudo com grande sucesso de vendas”. Para além do sucesso em nome próprio, Ricardo Preto é também o diretor criativo da empresa Meam, uma marca jovem que se tem vindo a impor internacionalmente marcando presença em 22 pontos de venda em França e 18 na Holanda.



Formação para Executivos | Braga

Parceria Católica Porto Business School | Católica Braga

A Católica Porto Business School e a Católica Braga desenvolveram uma parceria com o objetivo de disponibilizar formação avançada para executivos no Minho, com o selo de qualidade e excelência da marca Católica.

Curso Geral de Gestão

Programa generalista que aborda de forma integrada e sistémica os mais relevantes temas de Gestão, para quem não tem formação académica na área.

Duração: 210 horas (três trimestres com 6h por semana)

Datas de realização: 12 jan. – 26 nov.

Horário: Segundas e terças (18:30-21:30)

Direção do Programa: Nuno Côrte-Real



Marketing & Sales Intelligence

Programa generalista que aborda de forma integrada e sistémica os mais relevantes temas de Gestão, para quem não tem formação académica na área.

Duração: 80 horas (três meses com 12h por semana)

Datas de realização: 13 mar. – 16 mai.

Horário: Sextas (8:30-19:00) e sábados e terças (8:30-13:00)

Direção do Programa: Ana Côrte-Real



Finanças para Não Financeiros

Para todos os gestores que necessitam de ferramentas de análise para tomar decisões de gestão e avaliar oportunidades de investimento.

Duração: 40 horas (dois meses com 8h por semana)

Datas de realização: 3 abr. – 15 mai.

Horário: Sextas (14:30-19:00) e sábados (8:30-13:00)

Direção do Programa: Álvaro Nascimento



Mini MBA

Programa de formação executiva de curta duração, estruturado em módulos que proporcionam uma visão completa e integrada da empresa.

Duração: 102 horas (cinco meses com 15h por semana)

Datas de realização: 2015.

Horário: Quintas (18:30-21:30), sextas (8:30-18:00) e sábados (9:00-13:00)

Direção do Programa: Álvaro Nascimento



PARA MAIS INFORMAÇÕES: MARTA MAIA | MFMAIA@PORTO.UCP.PT | 226 196 260

A PIPOCA MAIS DOCE LANÇA LINHA DE SABRINAS

É a bloguer mais conhecida do momento. Com dez anos de blogosfera, Ana Garcia Martins lançou recentemente uma linha de sabrinas. O con-

vite chegou através da Loja das Sabrinas, que convidou a jornalista a criar uma coleção para a estação quente. Os sete modelos escolhi-

dos são “um compromisso equilibrado entre cores mais clássicas e cores mais animadas”. A coleção “O Mundo a Meus Pés” associa cada par de

sabrinas a alguns dos filmes mais emblemáticos do cinema como Casablanca, Lolita ou Vertigo, e pode ser encontrada na Loja das Sabrinas.

Sociedade

Figuras públicas rendem-se ao calçado português

O que é que o calçado tem? A pergunta fica no ar... mas a resposta varia de caso para caso. A indústria mais sexy da Europa tem captado a atenção internacional, crescendo há cinco anos consecutivos. Dentro de portas também tem vindo a surpreender. Várias têm sido as figuras públicas que, nos últimos anos, se têm vindo a associar a marcas portuguesas de calçado. É o número não pára de aumentar.

A pioneira neste campo terá sido Rita Pereira. A atriz estreou-se em 2012 com um modelo de sandálias em parceria com a Seaside, marca que representava. Influenciada pelas tendências de Jeffrey Campbell, Rita Pereira criou um modelo alto e compensado, com cores pastel como o verde-água e o coral.

Nos últimos anos, várias foram as figuras televisi-

vas que lhe seguiram as pisadas. Em 2013, preocupada com a proteção dos animais, a atriz Sandra Cóias lançou “Walk in My Shoes”, uma linha de sapatos vegan (sem recurso a nenhum tipo de pele animal). Diana Chaves, atualmente embaixadora da marca, associou-se à Cubanas e criou a linha de sapatos Cubanas&Diana Collection para o próximo outono/inverno. Mas a lista de figuras públicas a investir na área não fica por aqui. Flávio Furtado, comentador da estação televisiva TVI, criou a linha de calçado Hugo Manuel “Walks with Flávio Furtado”, em parceria com a marca Hugo Manuel Shoes. O apresentador é um conhecido fã de sapatos, sendo conhecida uma coleção pessoal de mais de 300 pares. Cristiano Ronaldo entra para o topo da lista ao lançar, com a Portugal

Footwear, uma marca de calçado em nome próprio. Com base na identidade, imagem e estilo de vida de Cristiano, a marca tem como objetivo “posicionar-se num segmento de moda de luxo, para alguém com um estilo de vida descontraído e casual.” Todos os sapatos CR7 são cuidadosamente projetados e testados, usando o melhor couro disponível e um padrão perfeito, recorrendo à melhor mão-de-obra.

Mais recentemente, Cristina Ferreira lançou uma coleção em nome próprio. Depois de algumas coleções CF by Hush Puppies, a apresentadora da TVI decidiu investir numa coleção individual. Atualmente produzida pela Hush Puppies, a nova coleção está à venda nas lojas da marca por todo o país.

Manuel Luís Goucha também não ficou de

fora, e lançou-se no mundo do calçado. Há muito é conhecido o gosto do apresentador por sapatos e, a convite da Eureka Shoes, o rosto da TVI apresentou uma linha em nome próprio. Destino(s), é o nome da coleção criada e assinada pelo próprio, e os primeiros modelos assumiram os nomes dos destinos de eleição do apresentador, que serviram de inspiração para as criações.

No mundo das marroquinarias, a tendência começa agora a ganhar terreno. Mariana Monteiro criou, em 2014, uma linha de malas com a Rufel, parceria que se repetirá na própria coleção. Este parece ser um caminho cada vez mais procurado pelas figuras públicas nacionais que têm encontrado na moda e, em especial no setor do calçado, projetos de divulgação do que de melhor se faz em Portugal.



Inovação, Garantia e Excelência ao serviço da Indústria do calçado



CORTE AUTOMÁTICO DE COURO

Centenas de milhares de pares de calçado são cortados diariamente por máquinas de jacto de água desenvolvidas e fabricadas pela CEI. O encaixe de peças feito integralmente por computador e a velocidade de corte, fazem com que os equipamentos de corte CEI sejam líderes no mundo.



SOLUÇÕES ROBOTIZADAS

A Robotização na produção de calçado é um passo essencial para que esta indústria se mantenha competitiva dentro do espaço Europeu. Após a experiência adquirida pela empresa na Indústria Automóvel, a CEI desenvolveu várias soluções robotizadas para o calçado, combinando as tecnologias Laser, Jacto de água e ultrasons.



CARDAGEM DE CALÇADO POR LASER

A cardagem por laser é a mais recente tecnologia desenvolvida pela CEI para a indústria de calçado. Como principais vantagens desta nova tecnologia, podemos referir:

- A possibilidade de cardar qualquer tipo de configuração;
- A elevada precisão;
- O baixo tempo de cardagem por sapato;

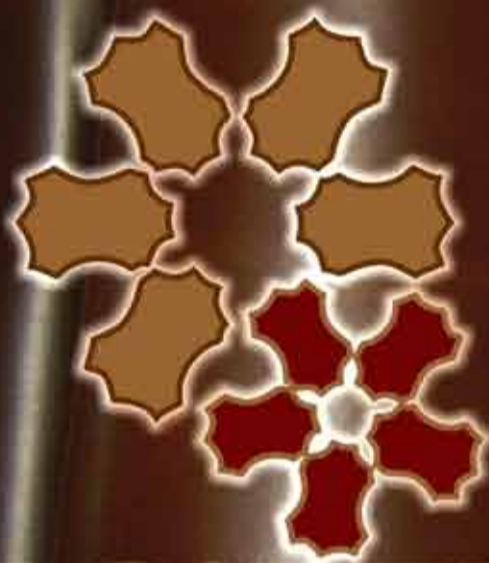


EXPO 2015 POPELE

NEW PT LEATHER INDUSTRY EVENT

ALCANENA

PAVILHÃO MULTIUSOS



ALCANENA
CAPITAL DA PELE

01|02|03

MAIO 2015

ORGANIZAÇÃO:



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DOS INDUSTRIAIS
DE CURTUMES



Comemorações do Centenário do Concelho de Alcanena