

Notícias

223
julho 2015

Jornal da Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes e Artigos de Pele e Seus Sucedâneos

7
EXPORTAÇÕES
Portugal mantém
segundo preço médio

11
APOIOS
Novo quadro comunitário
já está «em marcha»

15
INOVAÇÃO
A bicicleta biológica
que é objeto de design

17
INTERNACIONAL
Economia mundial deverá crescer
menos do que o previsto




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

MELISSA CRIA SAPATO IGUAL PARA OS DOIS PÉS

A marca brasileira Melissa lançou nove modelos de sapatos que permitem 81 combinações e podem ser calçados nos dois

pés. A Melissa, famosa internacionalmente pelo material plástico e pelo cheiro característico, acaba de lançar o sapato One by

One para quebrar a venda tradicional de sapatos aos pares. Os novos modelos podem ser usados tanto no pé esquerdo

como no pé direito e tem disponíveis diferentes padrões. No total, a nova linha permite 81 combinações diferentes.

jovens

New Class

TÊM O MUNDO A SEUS PÉS. SÃO JOVENS E DESENVOLVERAM PROJETOS IRREVERENTES E OUSADOS NUM MERCADO COMPETITIVO. ESCOLHEMOS SETE, MAS PODERÍAMOS TER IDO MUITO MAIS LONGE. A JUVENTUDE CRESCE À VELOCIDADE DOS DIAS E OS SETORES VÃO-SE PREENCHENDO COM A NOVA GERAÇÃO. DE SAPATOS A ACESSÓRIOS PERCORREMOS OS NOVOS ROSTOS DA MODA NACIONAL QUE COMEÇAM, DIA APÓS DIA, A GANHAR ESPAÇO NO MERCADO. ESTA É A NOVA CLASSE. E ESTES SÃO OS SEUS SONHOS.

Pedro Neto

Desenha para mulheres com personalidade forte e agressiva, numa linguagem dramática, delicada, elegante e prática nas suas coleções. Inspirado pelo sentimento do momento, Pedro Neto é um jovem designer português em ascensão. Tem apresentado as suas coleções no espaço Bloom do Portugal Fashion e chama, cada vez mais, a atenção da crítica nacional e internacional.

Conquistar o mercado em nome próprio é o sonho de Pedro Neto: “ter as minhas peças à venda em diferentes mercados, sejam eles nacionais ou internacionais é um dos meus objetivos. Quero continuar a lutar pelos meus sonhos, e para isso conto com a ajuda de toda a minha equipa, que faz com que tudo isto seja possível.”

fotos: Carmo Amorim
produção: Hugo Costa



Daniela Catraia

Daniela Catraia é formada em arquitetura, e o gosto pelo design e pela moda sempre esteve presente no percurso académico. “Parto sempre de um conceito que tem por base a geometria; aliás, quando começo a desenhar os modelos, faço-os de régua e esquadro, tal como se de um projeto de arquitetura se tratasse. A marca procura desenvolver um produto de design num registo contemporâneo casual e desportivo de elevada qualidade. Dirige-se a uma mulher urbana, consciente, preocupada com a imagem e sensível aos detalhes.”

Daniela acredita que a marca, em nome próprio, representa um estilo de vida, planeando assim a projeção a nível internacional. Como sonho, a designer tem o desejo de expandir a coleção a linhas de calçado masculino.



Hibu

É uma parceria a duas vozes. A HIBU é uma marca portuguesa de roupa, cuja visão assenta na crença de que o género não é relevante para a conceção da peça, trazendo uma estética unissexo, desportiva e gráfica para uma cena minimalista e desconstruída. A dupla tem como grande meta a internacionalização da marca em pleno: “queremos que a nossa marca chegue a todos os cantos do mundo.”

Para os criadores, o mais gratificante “é ver e conhecer pessoas que gostam do nosso trabalho e que apoiam a nossa visão.”



Patrícia da Costa

A marca PPDC nasce das mãos de Patrícia da Costa, uma jovem portuense. Influenciada pelos detalhes da arquitetura, arte e menswear tradicional, a designer veste as mulheres com uma abordagem sofisticada em contraponto com um estilo eminentemente masculino. As linhas das criações são limpas e claras a adaptam-se a qualquer mulher contemporânea.

Patrícia da Costa define os seus sonhos numa palavra: conseguir. “Neste momento é esse o meu maior sonho profissional. Alcançar os objetivos! Quero criar uma marca que consiga ter clientes fiéis e satisfeitas.”

JOEFINAS EM DESTAQUE INTERNACIONAL

A marca nacional volta a estar na ribalta das tendências internacionais. Depois de Ophelia, jornalista da Elle Hong Kong, ter dado destaque às sabrinhas portuguesas,

Leandra Medine, bloguer da Man Repeller, é a mais recente it girl internacional a usar Josefinas.

É uma presença assídua nas semanas

de moda mundiais e já foi o rosto de diferentes campanhas internacionais. A bloguer criou três looks diferentes com os sapatos nacionais e publicou na sua página pessoal.

Amazónia, Mo e Safari foram os modelos escolhidos por Leandra que quis, com a divulgação da marca, mudar o conceito e a ideia formada à volta do uso das sabrinhas.

jovens

Joana Da'Graça

Joana Da'Graça é uma marca em nome próprio, de uma jovem do norte de Portugal que, desde cedo, se viu envolvida na indústria de calçado. Depois de anos de formação, Joana lançou-se no mercado, criando uma marca que reflete a visão da autora sobre a moda e sobre os sapatos. Joana Da'Graça diferencia-se pela compreensão das matérias-primas utilizadas, pela junção sóbria e mística das mesmas, com um olhar vanguarda sobre o produto, rompendo com cânones tradicionais utilizados na indústria do calçado, primando o conforto e satisfação das necessidades, funções e ocasiões de uso.

“Deixar o meu contributo naquilo que melhor sei fazer, contribuir de uma forma significativa no desenvolvimento da arte e moda no mundo” é a máxima profissional da criadora, que acredita que não há nada melhor do que fazer aquilo de que se gosta.



Teresa Gameiro

É nos acessórios que Teresa Gameiro vê os seus sonhos realizados. A marca, com o nome da criadora, alia a tradição à contemporaneidade e aposta na reciclagem têxtil e na valorização da matéria-prima e do saber-fazer para criar produtos ecologicamente sustentáveis, de grande elegância e qualidade. Os materiais utilizados nos produtos vão desde roupas em segunda mão a desperdícios têxteis industriais.

Os sonhos da criadora... passam pela expansão da marca a nível internacional: “sonhos tenho muitos, mas um deles é, certamente, poder levar a minha marca a vários sítios do mundo de forma a valorizar a reciclagem têxtil e dar a conhecer todo o processo de confeção da tradicional manta de retalhos.”

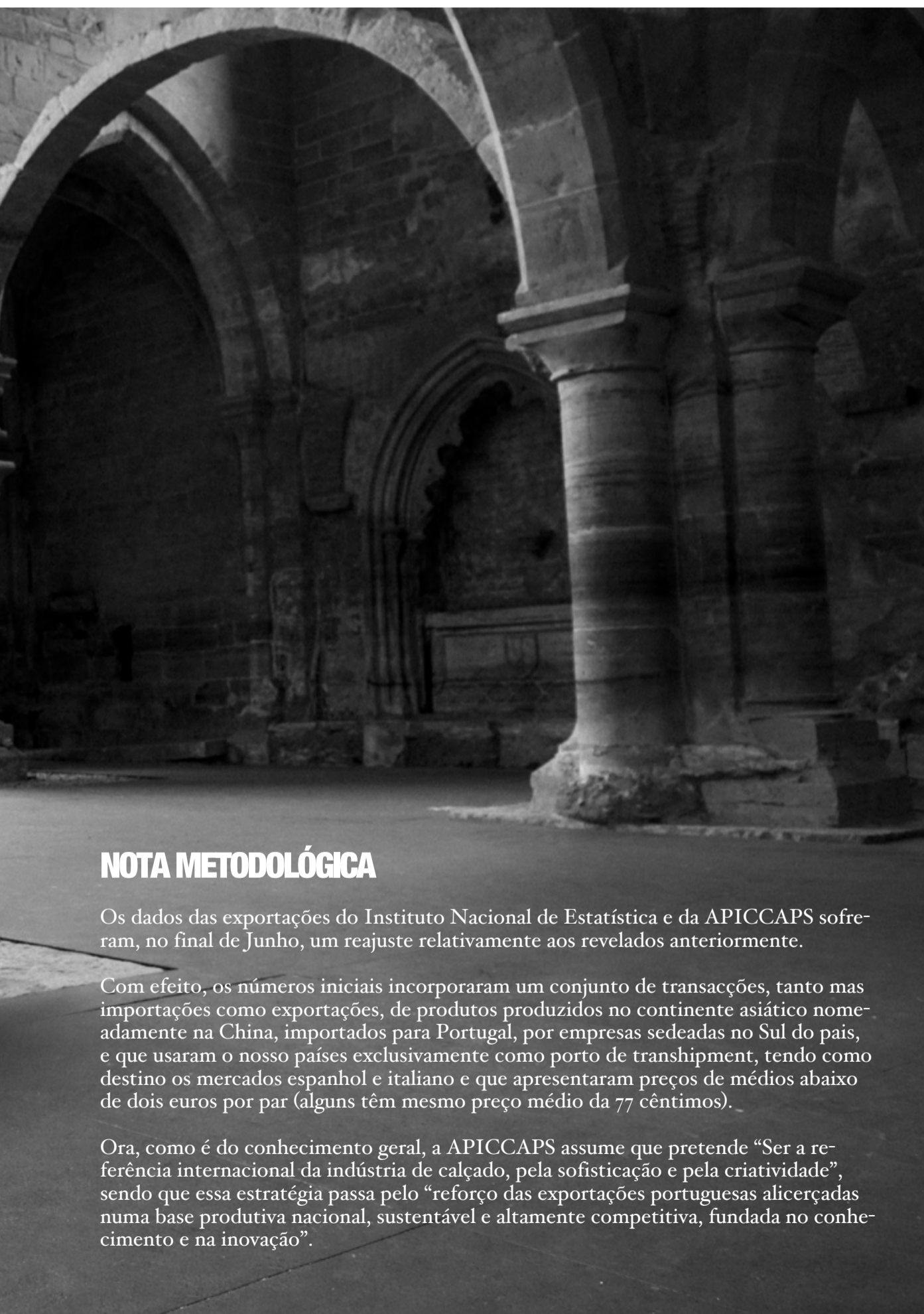
FOOTure 2020

“SER A REFERÊNCIA INTERNACIONAL DA INDÚSTRIA DE CALÇADO, PELA SOFISTICAÇÃO E PELA CRIATIVIDADE, REFORÇANDO AS EXPORTAÇÕES PORTUGUESAS ALICERÇADAS NUMA BASE PRODUTIVA NACIONAL, SUSTENTÁVEL E ALTAMENTE COMPETITIVA, FUNDADA NO CONHECIMENTO E NA INOVAÇÃO”.



exportações

Calçado português mantém 2.º maior preço médio



Cada par de calçado produzido e exportado por Portugal, em 2014, foi comercializado a 31,88 dólares, segundo dados do World Footwear Yearbook 2015. Portugal assegura, assim de novo, segundo dados do INE e da APICCAPS, o segundo maior preço médio de exportação a nível internacional.

A forte especialização de Portugal na produção e exportação de calçado em couro, mais de 80%, foi determinante para este resultado. Apenas Itália revela um desempenho melhor do que o português (preço médio na ordem dos 50 dólares). Já Espanha, o outro grande concorrente internacional de Portugal, permanece a grande distância (22,03 dólares o par). A título de exemplo, o preço médio do calçado exportado pela China – que assegura 65% da produção mundial de calçado – situa-se nos 4,44 dólares o par.

Portugal exportou, em 2014, mais de 95% da sua produção para mais de 150 países, nos cinco continentes, no valor de 1.900 milhões de euros. Trata-se, mesmo, do maior valor de sempre de exportação.

Desde 2009, as vendas ao exterior cresceram 54%, passando de 1.200 milhões de euros (em 2009) para 1.900 milhões de euros (2014) em apenas cinco anos. No mesmo período, o calçado afirmou-se como o produto que mais positivamente contribuiu para a balança comercial portuguesa, com um saldo positivo na ordem dos 1.300 milhões de euros.

O preço médio do calçado português nos mercados internacionais tem vindo a aumentar significativamente, fruto nomeadamente da aposta das empresas na migração da produção de calçado para segmentos de maior valor acrescentado. Espera-se, no entanto, que nos próximos anos, o preço médio do calçado português possa ser reajustado em baixa, à medida que forem sendo introduzidos novos produtos, nomeadamente a exportação de calçado em outros materiais (por exemplo sintéticos e em plástico). Uma estratégia preconizada pela APICCAPS no seu último Plano Estratégico, FOOTure 2020, que permitirá a Portugal diversificar a sua gama de produtos, de modo a aprofundar a estratégia de penetração em novos mercados.

NOTA METODOLÓGICA

Os dados das exportações do Instituto Nacional de Estatística e da APICCAPS sofreram, no final de Junho, um reajuste relativamente aos revelados anteriormente.

Com efeito, os números iniciais incorporaram um conjunto de transacções, tanto nas importações como nas exportações, de produtos produzidos no continente asiático nomeadamente na China, importados para Portugal, por empresas sediadas no Sul do país, e que usaram o nosso país exclusivamente como porto de transshipment, tendo como destino os mercados espanhol e italiano e que apresentaram preços de médios abaixo de dois euros por par (alguns têm mesmo preço médio da 77 cêntimos).

Ora, como é do conhecimento geral, a APICCAPS assume que pretende “Ser a referência internacional da indústria de calçado, pela sofisticação e pela criatividade”, sendo que essa estratégia passa pelo “reforço das exportações portuguesas alicerçadas numa base produtiva nacional, sustentável e altamente competitiva, fundada no conhecimento e na inovação”.



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 indústria 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

nacional

Miguel Vieira ganha “batalha” com 15 anos

Ao fim de 15 anos a lutar nos tribunais pela defesa da marca própria, Miguel Vieira ganhou o processo judicial. O designer apresentou uma ação em 2000 por imitação da sua marca através da utilização de logótipo semelhante. O industrial acusado foi condenado a pagar 225 mil euros.

Segundo o advogado do estilista, “a sentença prova que a Justiça é sensível aos danos da concorrência desleal e à proteção de quem inova e investe numa marca própria” Corria setembro de 2000 quando a Inspeção-Geral das Atividades Económicas apreendeu 2195 pares de sapatos, 2300 pares De solas e 20 quilogramas de etiquetas no armazém da sociedade Fernando Melo & Marinho, em Felgueiras. Os produtos em causa. No valor de 60,4 mil euros, encontravam-se prontos para expedição e tinham como logótipo uma ima-

gem com pedido de registo indeferido e semelhante ao utilizado por Miguel Vieira. Seguiu-se um processo de impugnação da marca ilícita, um processo-crime e um pedido de indemnização por parte de Miguel Vieira. O criador português acusava a empresa de Felgueiras de prejuízos pela deterioração da marca e perda de clientela no valor de 649 mil euros. A sentença do tribunal reconheceu que o logótipo da sociedade Fernando Melo apresentava semelhanças gráficas evidentes (recriava as asas de uma ave) e tentou apurar os prejuízos da replicação da marca que foram, no parecer da instituição impossíveis de medir. Assim, para medir a indemnização atribuída, o tribunal analisou as vendas da empresa nos 12 meses anteriores à apreensão da mercadoria, bem como as receitas de Miguel Vieira em 1999.



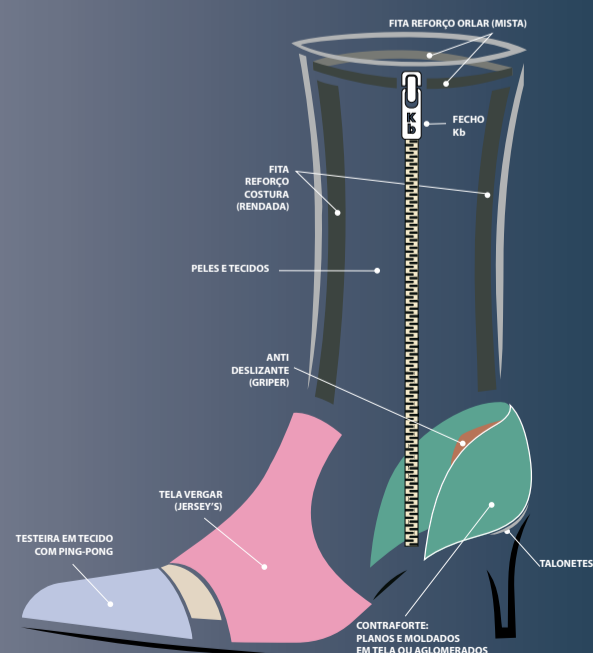
SLATEL®



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



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 – SIMPLES – 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



apoios

Novo quadro comunitário já está «em marcha»



O novo Quadro Comunitário de Apoio, Portugal 2020, já está em marcha e, numa primeira fase, envolveu seis mil empresas; metade não se tinha candidatado ao QREN. Segundo o secretário de Estado do Desenvolvimento Regional, Castro Almeida, foram já colocados a concurso 5.250 milhões de euros, no âmbito de 122 concursos, que abrangeram, desde empresas a autarquias, financiados pelos diversos Programas Operacionais.

O novo quadro comunitário estará em vigor até 2020. Perante o interesse que as empresas têm demonstrado nos fundos o Governo decidiu aumentar a dotação dos dois concursos do novo quadro comunitário de

apoio, dirigidos ao investimento produtivo e ao empreendedorismo, lançados no final de Março. “Uma situação que retrata uma vontade das PME em investir em Portugal, o que é muito positivo”, realçou o ministro da Economia, António Pires de Lima.

QREN com mais 90% de execução

De acordo com a informação reportada a no Boletim Informativo Indicadores Conjunturais de Monitorização do QREN N° 27, a taxa de execução do QREN ultrapassou os 90%.

Esta taxa corresponde à

execução de um montante de quase 19 mil milhões de euros de fundo (face à dotação global de 21 mil milhões de euros), correspondendo a um investimento total de perto de 28 mil milhões de euros.

A tradução operacional destes investimentos pode ser verificada no conjunto de projetos apoiados pelo QREN, desde os sistemas de qualificação e educação aos apoios diretos às empresas, passando pelas acessibilidades e mobilidade ou a proteção e valorização do ambiente. Destaque-se o número de formandos abrangidos em ações de dupla certificação (667 mil abrangidos que iniciaram o ciclo formativo), as empresas apoiadas

com ajudas diretas ao investimento (quase 14 mil empresas, das quais mais de 2 mil são start-up) e os km de rede de abastecimento e de rede de saneamento de águas residuais contratados (3 mil km no caso do abastecimento e 6 mil km no caso do saneamento de águas residuais).

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

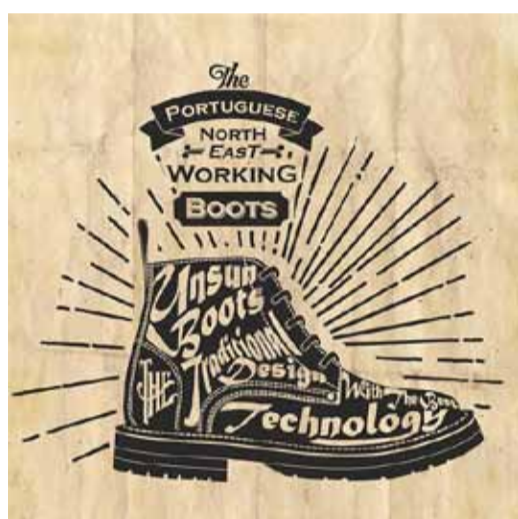
capacidade exportadora, descobriu novos mundos e afirmou-se como uma das grandes referências no plano internacional.

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.

Expandindo Fronteiras

SÃO MARCAS 100% PORTUGUESAS, INOVADORAS E IRREVERENTES, QUE NÃO POUPAM ENERGIAS FACE AOS DESAFIOS DE UMA EXIGENTE INTERNACIONALIZAÇÃO. EMBORA AINDA RELATIVAMENTE AFASTADAS DOS “HOLOFOTES NACIONAIS”, AQUI FICAM ALGUNS EXEMPLOS DE MARCAS QUE NÃO VAI QUERER PERDER DE VISTA E QUE JÁ CONQUISTARAM AS ATENÇÕES DUM VASTO PÚBLICO INTERNACIONAL.

By Joana Fervell



UNSUN DENIM

www.unsundenim.com

Manuel Ribeiro é o nome por detrás da Unsun Denim, marca de Jeans ‘Red Selvage’, considerado o melhor denim de sempre. A imagem japonesa adoptada baseia-se no jogo ‘Unsun Karuta’, inspirado nas cartas que os marinheiros portugueses levaram para o Japão no séc. XVI, então popularizado, sendo inclusive copiadas pelos próprios japoneses. De corte e qualidade irrepreensíveis, todas as peças, para homem e mulher, são modeladas, cortadas e pintadas à mão por Manuel, apresentando detalhes artesanais exclusivos na confecção. A produção, feita em séries limitadas e numeradas que são enviadas um pouco para todo o mundo, tem a Alemanha como o seu principal destino. Os próximos? O Japão e a Coreia do Sul.

DARONO

www.darono.pt

Fundada em 2013 pelas amigas Catarina Carvalho, Ana Freitas e Fernanda Carvalho, a Darono inspira-se nas diferentes culturas do mundo para criar peças que vão da iluminação aos poufs e tapetes, aliando o know how manual com inovação. Usando materiais eco-friendly - fibra composta por poliéster e viscose proveniente de excedentes de produção - e com uma extensa paleta de cores, a marca de design proporciona ambientes originais e descontraídos, sejam de interior como exterior. A nova colecção de 2015, inspirada no universo marítimo, foi recentemente apresentada na Maison&Object Paris, assim como na edição americana do certame, em Miami Beach. Cerca de 98% da produção da Darono tem como destino a exportação.

Uma curiosidade? Em 2014, as peças da Darono foram escolhidas para decorar o Hard Rock Hotel Ibiza e o Kids Club Hard Rock.

CORTEBEL

www.cortebel.eu

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 2 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 1ª 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 actividade 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 que convida para 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.



marcas



LA PAZ MERCHANT STUDIO

www.lapaz.pt

O Oceano Atlântico - a sua história, geografia, pessoas e tradições - serve de inspiração para a marca de moda masculina La Paz, nascida em 2011 pelas mãos de André Bastos Teixeira e José Miguel Abreu. As suas peças de design clássico revelam apontamentos arrojados e contemporâneos, graças à forma como misturam diferentes matérias-primas e texturas.

Com os Estados Unidos e o Reino Unido a absorver a maior parte da produção, a marca aposta igualmente em mercados como o Japão, a Coreia do Sul e o norte da Europa.

Desde Janeiro que conta com uma nova loja na Ribeira do Porto (Rua da Reboleira, 23), ocupando uma antiga farmácia, curiosamente onde os marinheiros eram frequentemente tratados quando atracavam na cidade. O forte “espírito náutico” - que marcou este emblemático espaço - regressa agora materializado em surpreendentes colecções para homem que merecem ser descobertas.

PELCOR

www.pelcor.pt

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 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 colecção cápsula, fruto de um trabalho 100% manual, conta com Eduarda Abbondanza como directora criativa, actual responsável pela nova orientação da marca.

APOIAMOS O SEU PROJETO

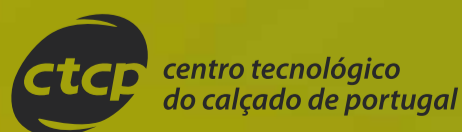


SERVIÇOS

- › ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÓMICO-FINANCEIRO DO PROJETO
- › ORIENTAÇÃO SOBRE OPORTUNIDADES DE FINANCIAMENTO
- › ELABORAÇÃO DE CANDIDATURAS AO PORTUGAL 2020 E HORIZONTE 2020
 - Projetos de I&D
 - Projetos de Inovação Produtiva
 - Projetos de Qualificação e Internacionalização
 - Projetos Simplificados – Vales
(Internacionalização, Inovação, Empreendedorismo e I&D)
- › ACOMPANHAMENTO FINANCEIRO DE PROJETOS
- › APOIO À PROPRIEDADE INDUSTRIAL
(patentes, marcas, desenhos e modelos)

ÁREAS ABRANGIDAS PELOS APOIOS DO PORTUGAL 2020

Marketing | Internacionalização | Formação Profissional | Investigação
Propriedade Industrial | Estratégia | Planos de Negócios | Gestão
Assistência Tecnológica | Economia Digital | Desenvolvimento Tecnológico



A EXPERIÊNCIA, DE MAIS DE 20 ANOS, NA SUBMISSÃO, ACOMPANHAMENTO E EXECUÇÃO DE CANDIDATURAS AOS FUNDOS COMUNITÁRIOS, ALIADA AO CONHECIMENTO APROFUNDADO NO SETOR, FAZ DO CTCP O PARCEIRO CERTO PARA CONCRETIZAR O SEU PROJETO.

Contacte-nos: www.ctcp.pt | geral@ctcp.pt | 256 830 950

inovação

ANGEL: a bicicleta ecológica que é objeto de design

Por Ilídia Pinto

A ANGEL, forma abreviada de Art Now Give Energy to Live, assume-se, não só, como a bicicleta mais ecológica do mundo, mas como é um objeto de design. Por isso mesmo, conseguiu lugar na Miami River Art Fair, sendo a primeira bicicleta a fazer parte daquela que é considerada a maior e melhor feira de art e design do mundo. Projeto de Nuno

Zamaro, as ANGEL são desenhadas e totalmente desenvolvidas em Portugal e utilizam 75% de componentes nacionais. Modernas, originais e ecológicas, as ANGEL podem ser facilmente desmontadas e transportadas. São produzidas a partir de compósitos de madeira, mas Zamaro dispõe de vários modelos, como a ANGEL Jeans (como o nome indica, revestida a jeans), a ANGEL

Rainbow ou a ANGEL Cork, modelo que foi oferecido a Garrett McNamara, o famoso surfista havaiano. Precisamente por serem facilmente desmontáveis, as bicicletas são personalizadas e permitem a opção de troca por outro jogo de WingFlakes. Nuno Zamaro está a desenvolver, a partir da presença na Miami River Art Fair, uma coleção que designa por ANGEL Ame-

ricon Icons e que retratará alguns dos ícones da história americana em 50 modelos diferentes. O primeiro, uma versão única e personalizada para LeBron James já foi entregue ao jogador dos Miami Heats. A ANGEL Eusébio é outro dos modelos criados por Nuno Zamaro que assim quis homenagear o ex-futebolista do Benfica. A bicicleta, que tem uma imagem de Eusébio em ação,



foi oferecida a uma organização moçambicana, a Mozambiques, como forma de ajudar à angariação de receitas para a distribuição de bicicletas junto da população mais carenciada. Aliás, a ANGEL

assume-se, também, como uma bicicleta social e, por cada 20 unidades produzidas, Nuno Zamara oferece uma ANGELita, a versão para crianças, a uma instituição de cariz social ou a uma criança carenciada.

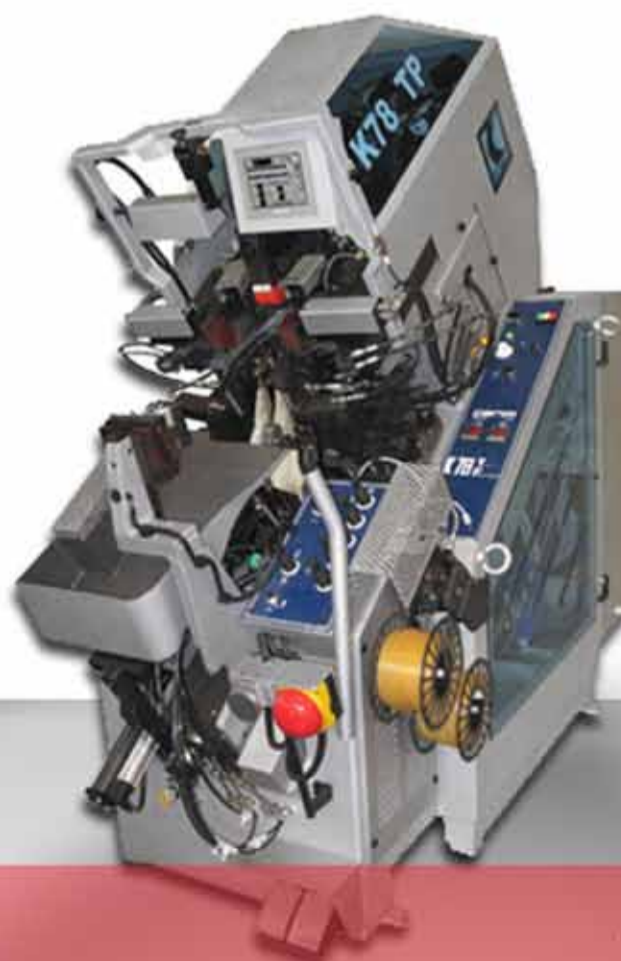


TECMACAL
INDUSTRIAL SOLUTIONS

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
Zl 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

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



internacional

Economia mundial deverá crescer menos do que o previsto

Revisão em baixa. O FMI reviu em baixa o crescimento económico mundial para 3,3% em 2015, menos 0,2 pontos percentuais do que o projectado anteriormente.

Segundo a atualização de julho (a última previsão era de abril), ao 'World Economic Outlook' (WEO) o Fundo Monetário

Internacional estima, agora, que a economia mundial cresça 3,3% este ano, uma melhoria "ligeiramente abaixo da verificada em 2014", que foi de 3,4%, "com uma retoma gradual das economias desenvolvidas e um abrandamento do mercado emergente".

A estimativa hoje divulgada para

o conjunto deste ano está 0,2 pontos percentuais abaixo da estimativa de 3,5% do WEO divulgado em abril, uma revisão em baixa que o Fundo justifica com um abrandamento da atividade económica no primeiro trimestre, "principalmente na América do Norte", que observou um "enfraquecimento inesperado".

Segundo a instituição liderada por Christine Lagarde, as economias desenvolvidas deverão crescer 2,1% este ano (menos 0,3 pontos percentuais do que o estimado em abril), e, entre elas, que os Estados Unidos cresçam 2,5%, menos 0,6 pontos percentuais face a abril, o que representa a maior revisão em baixa do grupo.



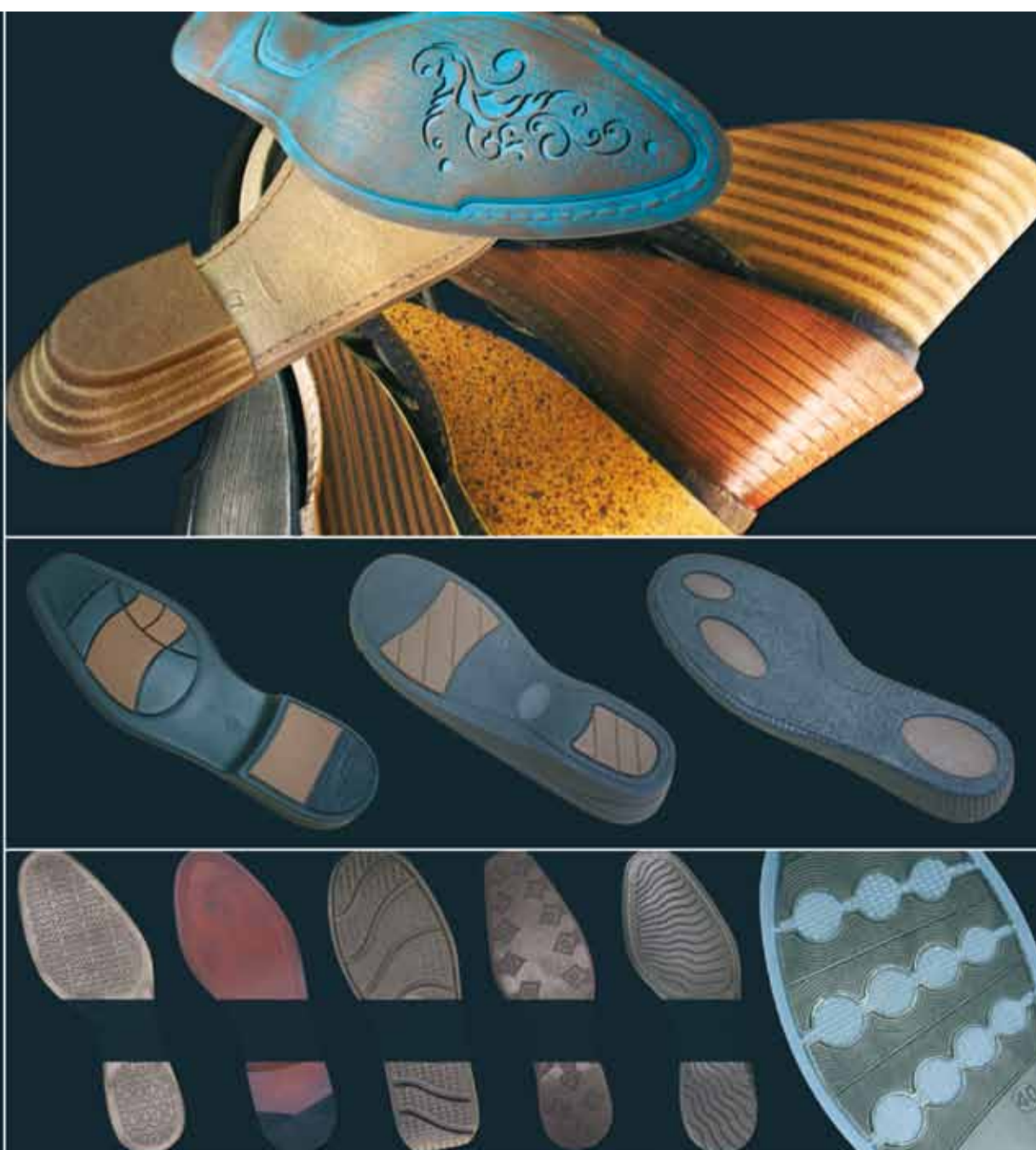
Campos & Resende, Lda.

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



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.

LUIS BUCHINHO REGRESSA ÀS ORIGENS

O estilista Luís Buchinho, a celebrar 25 anos de carreira, apresentou no dia 19 à noite, em Setúbal, a coleção outono/inverno

2015/2016, num desfile a que assistiram mais de quinhentas pessoas.

O designer de moda es-

colheu a terra natal, mais precisamente o Mercado do Livramento, para apresentar em Portugal a próxima coleção outono/

inverno. As linhas geométricas estão presentes em toda a coleção “Comics”, especialmente no vestuário de malha.

moda

Diogo Miranda: O Arquiteto das formas

A Biblioteca Nacional de França é um ícone de rara beleza da cidade luz. Foi ao lado de um acervo com 12 milhões de livros que Diogo Miranda virou mais uma página na carreira. Na Semana da Moda de Paris, em março, o estilista português trouxe a sofisticação da mulher parisiense à passerelle e abriu um novo capítulo no seu percurso internacional.

“Esta oportunidade surgiu porque nós temos um showroom em Paris que assegurava uma parte das vendas, e então achávamos que fazia todo o sentido desfilarmos na Paris Fashion Week. Falamos com o Portugal Fashion, explicamos a nossa ideia e o Portugal Fashion ajudou-nos. Acho que correu lindamente.

Foi na cidade luz que apresentou a coleção “Paris nº 1” os modelos são inspirados nos filmes de ficção científica onde predominam as linhas arquitetónicas, as cinturas definidas e os ombros acentuados. Na primeira fila estiveram jornalistas

do New York Times, Vogue Brasil e críticos de moda que não pouparam elogios a esta coleção muito à frente do século XXI.

“Foi muito especial. Acho que especial é a palavra certa. Foi a primeira vez que todas as pessoas que convidamos fizeram questão de aparecer. Tivemos a Helena Bordon – uma das it girls do momento – na primeira fila, tivemos o New York Times e fizemos contactos muito bons depois do desfile. Acabou por ser tudo muito bom, porque de certa forma Portugal começa a ser um pouco pequeno”

Depois de apresentar a coleção na semana da moda na cidade luz, o criador levou a “Paris nº 1” até ao Portugal Fashion. E por breves instantes, o estilista transformou a passerelle do Portugal Fashion, no Porto, na Avenida Champs-Élysées com uma coleção parisiense cheia de sofisticação.

“Queríamos entrar em Paris com uma

coleção muito forte, elegante e parisiense. Com esta coleção quisemos dar um ar de alte-couture e tivemos especial atenção nas formas, nos acabamentos e nos tecidos. “

O percurso do criador de Felgueiras começou com um curso de design de moda na Cenatx, seguiu-se um estágio em Sevilha no atelier de Miguel Reyes. Em 2007 entrou pela primeira vez no Portugal Fashion, pela porta da plataforma Bloom, onde hoje é um estilista residente.

“Desde cedo estive em contacto com revistas de moda que os meus irmãos traziam das feiras internacionais. Uma vez que eles estavam ligados ao setor do calçado, sempre estive, de certa forma, ligado ao mundo da moda.

Os horizontes de Diogo Miranda centram-se cada vez mais na exportação. 90 % das suas criações seguem para o Médio Oriente, Rússia e Inglaterra, mas é em Portugal que continua a desenhar o seu futuro.



**PORTU
GUESE
SHOES**
DESIGNED BY
THE FUTURE

APICCAPS

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO
COMPONENTES E ARTIGOS DE PELE E SEUS SUCEDÂNEOS

VAMOS CALÇAR PORTUGAL

Aliar a competitividade à qualidade de vida e à responsabilidade social é o grande desafio da indústria portuguesa de calçado para o século XXI. Assim, com o objectivo de promover um país mais solidário e inspirar respostas e políticas sociais de excelência, o sector do calçado, através da APICCAPS, e a Caritas do Porto lançaram a iniciativa Vamos Calçar Portugal, que visa auxiliar famílias carenciadas, através da doação de calçado.

Juntos podemos
calçar Portugal.



CARITAS DIOCESANA DO PORTO

APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado,
Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos
Rua Alves Redol, 372
Apartado 4643 | 4011-001 PORTO
Tel +351.225 074 150 | Fax +351.225 074 179
apiccaps@mail.telepac.pt | www.apiccaps.pt/apiccaps

Com o apoio de:



empresas

Sapatos CR7 chegam a 22 países

Os sapatos do melhor jogador do mundo já chegam a 22 países. Segundo a Portugal Footwear, empresa responsável pela marca, 98 por cento do calçado de Cristiano Ronaldo é exportado, essencialmente para o Médio Oriente.

Produzida em diferentes fábricas no norte de Portugal, a CR7 Footwear chega também a Seul, na Coreia, onde a marca abriu recentemente um ponto de venda.

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, usando a melhor mão-de-obra.

Recentemente, o português criou também uma linha dedicada à terceira bola de ouro, cujas vendas revertaram a favor da solidariedade. Para tal foi criada a Gold Edition ***, uma linha exclusiva de calçado com 300 unidades, com modelos são idênticos aos usados por Cristiano na cerimónia da FIFA. Parte das receitas foram doadas à Cercigui (Cooperativa de Educação e Reabilitação de Cidadãos Inadaptados do Concelho de Guimarães).



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

Diretor
Fortunato Frederico - Presidente da APICCAPS

Edição
Gabinete de Imprensa da APICCAPS
paulogoncalves@mail.apiccaps.pt

Fotografia capa
Carmo Amorim

Conceção Gráfica e Execução
salto alto e laborpress

Distribuição
Gratuita aos Associados

Tiragem
2.000 exemplares

N.º DL:
366612/13

Inovação, Garantia e Excelência ao serviço da Indústria do calçado



CORTE AUTOMÁTICO DE COURO

Centenas de milhares 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;





Sessões informativas

PORTO - 4 de junho | 18h45

BRAGA - 28 de maio | 18h45

- **Programa Executivo:** 16 meses - sextas e sábados;
- **Duas semanas internacionais:**
China (Univ. São José) e Espanha (ESADE Barcelona);
- **Desenvolvimento de um *skills portfolio*;**
- **Corpo docente internacional;**



CATÓLICA PORTO
BUSINESS SCHOOL

Rosa Maria Teixeira
+351 226 196 403
rteixeira@porto.ucp.pt

MBAatlântico
LuandaRioJaneiroPorto

A minha pátria
é a minha língua

- Programa full-time, lecionado em português;
- Rede de relacionamento com os parceiros empresariais locais;
- Um trimestre em cada país:
Angola, Brasil e Portugal
(alojamento e viagem incluídos).

www.mbaatlantico.com

Cosme Almeida
+351 226 196 403
cealmeida@porto.ucp.pt



CALÇADO A CONCURSO

O Rotary Shoe Design Award é um concurso nacional que visa premiar as melhores propostas de design de calçado de homem e/ou senhora para a primavera-verão 2016. Esta iniciativa, do Rotary Clube de Santa Maria da

Feira, pretende premiar as ideias mais inovadoras para o setor do calçado. Os estilistas Luís Onofre e Miguel Vieira, o designer Francisco Providência, e o fotógrafo de moda Frederico Martins, estão no júri para escolherem

as melhores ideias. Os melhores projetos (um de homem e um de mulher) serão premiados com a participação na Micam, a maior feira internacional de calçado do mundo, com viagens e estadia pagas. Os segundos e terceiros

lugares serão destacados através da oportunidade de estágios em ateliers de calçado e de promoção do seu trabalho em publicações do setor. As candidaturas podem ser submetidos até ao final do mês de julho.

CONCURSO

Calçado associa-se ao Acrobatic

O calçado, e as propostas dos novos valores, são a grande atracção do novo Acrobatic. A edição de 2015 do concurso tem como mote “COMPLEXO” e convida os concorrentes a desenvolver uma linha SPORTSWEAR-CHIC, com uma visão comercial e de acordo com a estética individual.

As candidaturas deverão ser apresentadas em formato digital (PDF) com

propostas de três coordenados (homem, senhora ou misto).

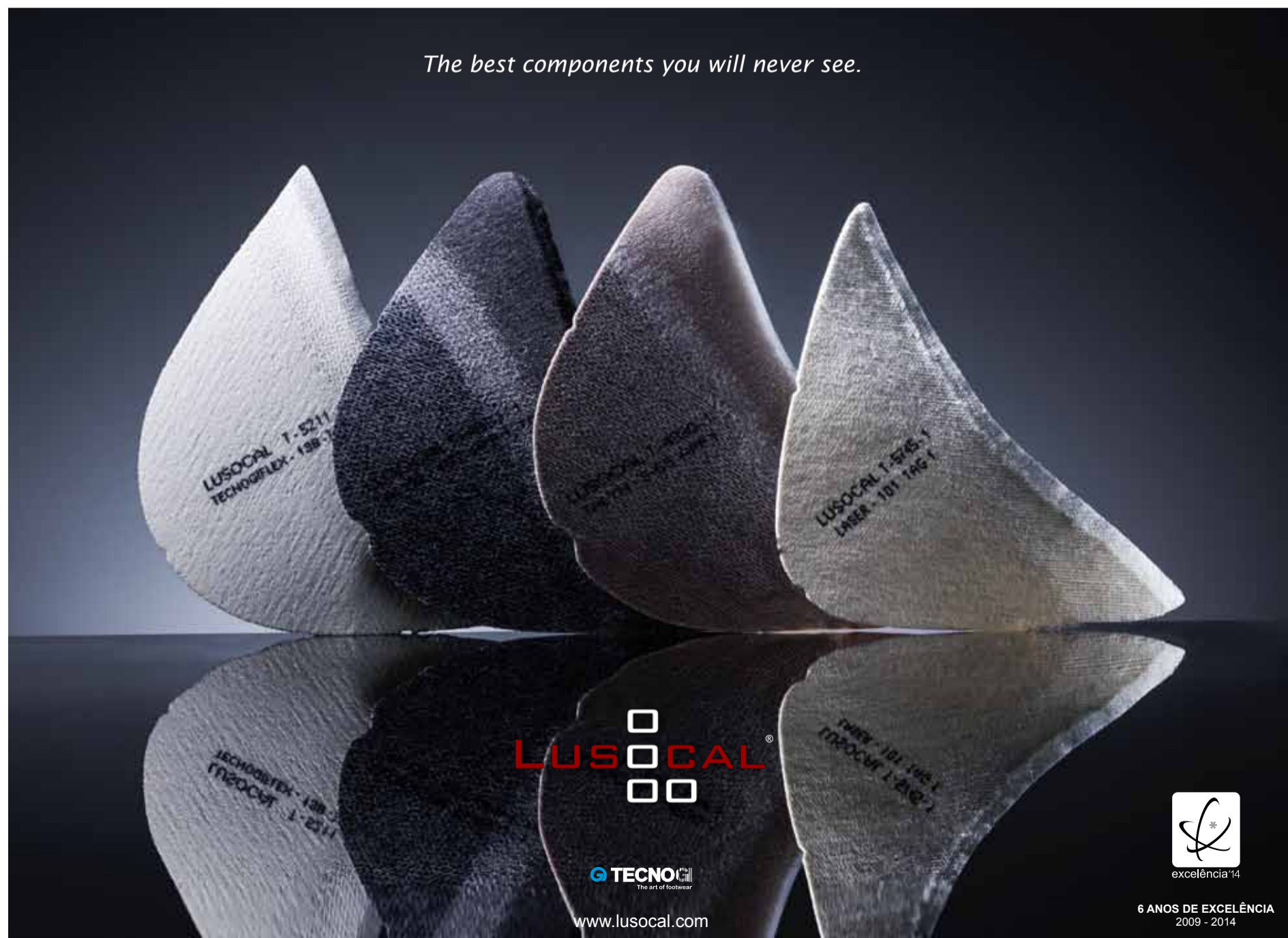
Só serão aceites trabalhos originais, uma apresentação inédita, assinada sob pseudónimo. A candidatura terá de se fazer acompanhar de curriculum vitae com os respectivos contactos, anexado a proposta digital. A data limite de receção dos dossiers será sexta-feira, dia 25 de setembro de 2015.

Aos projetos vencedores na área de homem e senhora serão atribuídos prémios monetários. Está também prevista a atribuição de prémios por parte de marcas, instituições e outras entidades que venham a associar-se a esta edição do concurso.

O desfile AcrobActive e apresentação final decorrerá na noite de sexta-feira, de dia 27 de novembro de 2015.



The best components you will never see.



LUSOCAL
The art of footwear

TECNO
The art of footwear

www.lusocal.com



6 ANOS DE EXCELÊNCIA
2009 - 2014

gds

GLOBAL
DESTINATION
FOR
**SHOES &
ACCESSORIES**

tag it!

THE PRIVATE LABEL SHOW

**29 – 31
JUL
2015**



*WHERE YOUR SEASON
TAKES OFF*

WWW.GDS-ONLINE.COM

M[®]
Messe
Düsseldorf