

APICCAPS

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

The shoes must go on!

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

PORTUGUESE SHOES
DESIGNED BY THE FUTURE

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



The shoes must go on.

«The shoes must go on»

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

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

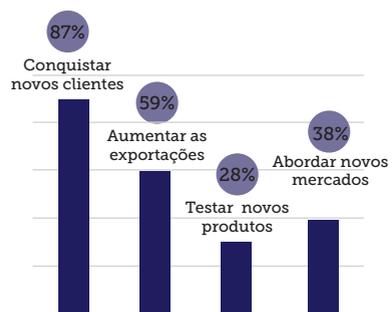
No habitual inquérito da APICCAPS junto das empresas, 87% dos inquiridos indica a "Conquista de novos clientes" como o principal objetivo da participação nas ações de promoção externa. "Aumentar as exportações" e "abordar novos mercados" são, igualmente, critérios importantes, respetivamente para 59%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

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

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

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

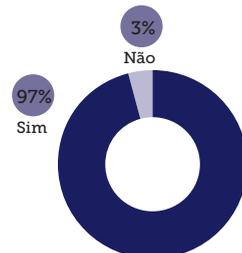
Objetivos da participação



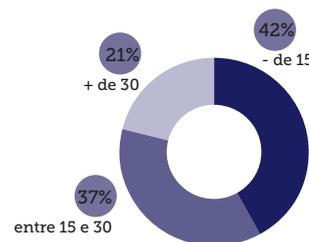
Alcance de objetivos



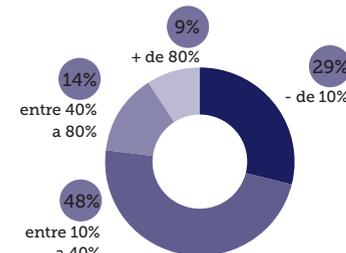
Intenção de participar em futuras edições



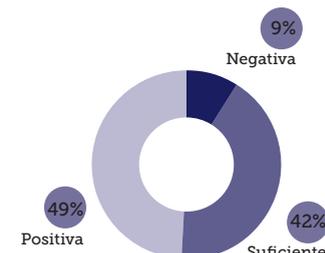
Contactos realizados



Contactos novos no total (%)



Avaliação global





Ministro da Economia elogia empresas na MICAM

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

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

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

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

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

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





Feiras internacionais mudam de figurino

Saiba tudo o que vai mudar nas grandes feiras

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Bom ou mau para as empresas?

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

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

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

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