

APICCAPS

Notícias

233
junho 2016

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

3

INVESTIMENTO

Calçado investe
mais de 30 milhões

5

PROMOÇÃO

Mais de 350 marcas
criadas na última década

7

INTERNACIONALIZAÇÃO

Empresas de calçado
caminham para o Japão

12

BREXIT

Era uma vez...
No Reino Unido



SAVE THE DATE

COLOMBIA
FASHION
WEEK

JULY 26TH - 28TH
PLAYA MAYOR - MEDELLIN

**COLOMBIA
MODA**

2016

COLOMBIA FASHION WEEK

JULY 26th - 28th



inexmoda
Instituto para la exportación y la moda

#SoyModa
#Colombiamoda2016
#PabellonDigital

FOR MORE INFORMATION:
(574) 6943700
ventas@inexmoda.org.co
www.colombiamoda.com

EXPORTAÇÕES DE CALÇADO CONTINUAM A ACELERAR

As exportações portuguesas de calçado cresceram 3,2 % nos primeiros quatro meses do ano. De janeiro a abril, Portugal exportou 28

milhões de pares de calçado no valor de 607 milhões de euros. O calçado português cresceu em praticamente todos

os mercados. Na Europa o crescimento foi de 4%. Destaque para os desempenhos em França, Holanda e Espanha.

setor

Calçado investe mais de 30 milhões de euros

São mais de 50 projetos apresentados por empresas do cluster do calçado ao Portugal 2020. No total, são mais de 30 milhões de euro em investimentos, em especial no processo de modernização tecnológica. Quatro centenas de postos de trabalho serão, no entanto, criados.

É a tradução prática do Plano Estratégico do Cluster de Calçado em Portugal, FOOTure 2020, que preconiza que, até ao final da década, “se consiga dar um salto qualitativo no processo de afirmação internacional do calçado português, estabelecendo-o como uma referência fundamental da indústria a nível mundial. Este processo de afirmação deve assentar na sofisticação e na criatividade da oferta portuguesa, dos seus produtos, dos seus processos produtivos, dos seus modelos de negócio – para lhe permitir continuar a apostar em segmentos de mercado em que a escolha se baseia mais no bom gosto do que no preço”. Acresce que a manutenção de uma base produtiva nacional é condição indispensável a um posicionamento no mercado que faz da flexibilidade, da rapidez de resposta e da qualidade do produto os seus argumentos competitivos, assim se diferenciando da concorrência com outras origens. Ora, os eleva-

dos índices de competitividade necessários à manutenção dessa base produtiva não podem pôr em causa - pelo contrário - têm até que se apoiar em padrões exigentes de sustentabilidade e responsabilidade social. Para isso, o cluster do calçado assume o conhecimento e inovação entre os seus valores estruturantes”.

Leandro de Melo, diretor-geral do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP) realça que “foram apresentados, nesta primeira leva de projetos, propostas de modernização de 54 empresas de calçado”. O investimento total “ronda os 33 milhões de euros”, sendo que uma parcela muito relevante, sensivelmente metade, está diretamente associada com a aposta em novos equipamentos produtivos e mesmo na adaptação de unidades industriais. “A indústria portuguesa de calçado conquistou na última década o estatuto de mais moderna do mundo, fruto de investimentos continuados em equipamentos de ponta e mesmo em soluções tecnologicamente avançadas. Importa que continuemos este trajeto, assegurando que as nossas empresas sejam mais flexíveis, mais capazes do que as da concorrência, respondendo rapidamente às solicitações do mercado”, sublinhou.



GUIMARÃES AO ATAQUE

Albano Miguel Fernandes, Calçado Celita, Cruz de Pedra, Kyaia e Paradigma. Estas são algumas das empresas de calçado que estão a investir em Guimarães. Para algumas, como o caso da Kyaia, trata-se da expansão da unidade industrial atual, pressupondo mesmo a construção de três novos pavilhões. Para outras, como é o caso da Albano

Miguel Fernandes, da Calçado Celita, da Cruz de Pedra e da Paradigma trata-se mesmo do investimento em novas unidades industriais.

A tradição na indústria de calçado em Guimarães é relativamente antiga, mas tem vindo a ganhar protagonismo nos tempos recentes. Ao nível das exportações surge, por esta

altura, no terceiro posto, logo a seguir a Felgueiras e a Santa Maria da Feira, tendo exportado, em 2014, calçado no valor de 180 milhões de euros (sensivelmente 10% do total). Já ao nível do emprego, perfila-se como o quarto principal polo produtivo da indústria de calçado em Portugal, responsável por sensivelmente 4.000 postos de trabalho.

Calçado cria mais de 300 marcas

“Uma indústria jovem, moderna, voltada para o futuro, que alia a tradição às tecnologias de ponta, o «saber-fazer» ao melhor design de sempre: A indústria portuguesa de calçado está em permanente evolução”. É desta forma que, desde 2008, no âmbito da campanha “Portuguese Shoes: Design by the Future” as empresas portuguesas se apresentam nos mercados internacionais. Mas essa é apenas uma variável da equação. Na última década, foram criadas mais de 342 marcas de calçado de Portugal. No primeiro semestre deste ano, oito novas marcas surgiram no espectro nacional. Os números são do GAPI (Gabinete de Apoio à Promoção da Propriedade Industrial) do Centro Tecnológico do Calçado em Portugal e atestam uma nova realidade do setor: a valorização das coleções, dos produtos e do made in Portugal.

A criação de novas marcas é a tradução prática de uma prioridade do setor definida no FOOTure 2020 – Plano Estratégico do Cluster de Calçado. “Apesar do ganho de imagem conseguido pelo calçado português, a realidade do cluster nesta matéria é ainda muito variada. Importa, por isso,

mobilizar as competências que têm sido utilizadas para construir uma imagem coletiva em favor das empresas. As empresas devem ser auxiliadas no desenvolvimento de campanhas de imagem e planos de comunicação personalizados, na contratação de agências de comunicação, na participação em showrooms no exterior, entre outros. Devem igualmente ser auxiliadas na melhoria da sua imagem interna que é determinante na relação com os compradores que as visitam. Nalguns casos, a criação de marcas próprias será o culminar destas ações”.

Para as empresas, são múltiplas as vantagens inerentes à criação de uma marca. Desde logo, porque permitem atravessar gerações e fronteiras. Acresce que poderão assegurar uma maior independência e ganhos de rentabilidade. Ao fim de 50 anos de existência a trabalhar em regime de private label, a Fábrica de Calçado Dura, empresa sediada em Felgueiras, que emprega atualmente 115 trabalhadores e exporta mais de 80% da sua produção, lançou a marca de calçado de homem Exceed. “O nosso objetivo passa por potenciar o saber-fazer acumula-

do ao longo de décadas”, revelou Agostinho Marques.

A Exceed privilegiou, numa primeira fase, apenas os mercados britânico e francês, procurando abordar “homens contemporâneos”. Para isso, conta com uma equipa de desenvolvimento internacional, com designers portugueses, ingleses e italianos, revelou o responsável da empresa.

A Ferre, por sua vez, é uma marca de calçado de luxo da empresa Ferreira & Avelar, criada em 1947, mas que “devido a questões de natureza estratégica nunca foi uma opção comercialmente forte”. O objetivo passa, agora, por “explorar o know-how acumulado ao longo de seis décadas de existência na empresa, num posicionamento de luxo, com sapatos direcionados para um escalão etário entre os 40 e 70 anos”, destacou Ruben Avelar. Segundo o responsável da empresa, a Ferre irá privilegiar a abordagem a “homens clássicos, com sensibilidade, gosto pelo luxo e pela vida”, estimando-se que o preço do par de calçado possa oscilar entre os 200 e os 500 euros, dependendo das matérias-primas utilizadas.

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

PORTUGAL TEM O SEGUNDO MAIOR CRESCIMENTO DA PRODUÇÃO INDUSTRIAL DA ZONA EURO

Portugal tem o segundo maior crescimento em cadeia da zona euro e da União Europeia em termos de produção industrial, segundo dados do Eurostat.

Em abril e em comparação com o mês anterior, a produção industrial na Irlanda cresceu 6,7% e em Portugal 6,4%. Entre os países da União Europeia que

mais cresceram estão a Estónia (5,9%), a Grécia (3,6%) e a Eslováquia (3,0%). Em termos absolutos, a produção industrial na zona euro cresceu 1,1% e na

União Europeia 1,3%. Os piores contributos vieram da Croácia (-2,8%), Lituânia (-2,7%), Letónia (-2,0%) e República Checa (-1,3%).

marcas

Dezenas de empresas recorrem a apoios para reforço da aposta na marca própria

São já dezenas de empresas que recorreram aos apoios existentes em matéria de reforço e promoção da marca própria, no âmbito do Projeto da APICCAPS “Valorização da oferta”, que conta com o apoio do Programa Compete 2020.

A APICCAPS tem desenvolvido, ao longo dos últimos anos, uma intensa atividade no apoio à internacionalização das empresas portuguesas de calçado, em especial no que diz respeito à participação em feiras e exposições internacionais e, mais recentemente, à campanha de promoção da imagem ‘Portuguese Shoes’.

Tal como definido pelo cluster do calçado no Plano Estratégico FOOTure 2020, importa intervir ao nível da imagem das próprias empresas e das marcas portuguesas de calçado. Nesse sentido, a APICCAPS apresentou, no âmbito do PORTUGAL 2020, uma candidatura com o objetivo de alargar os apoios, que habitualmente disponibilizava para a participação em feiras, a novas tipologias de investimento. Essa candidatura, que prevê um conjunto de iniciativas de valorização da oferta portuguesa, como catálogos, websites, registo de marcas e modelos, planos de comunicação e sessões fotográficas, entre outros, foi já aprovada e as empresas passam a beneficiar de um conjunto de apoios

para o reforço da aposta na marca própria.

Os apoios estão previstos em várias áreas estratégicas, seja a realização de diagnósticos estratégicos das empresas, a aposta em publicidade e a contratação de assessorias de comunicação em vários mercados (Alemanha, Espanha, França, Holanda, Reino Unido, Itália e EUA), ou a produção de catálogos (inclui a conceção, a edição gráfica e a publicação de catálogos das coleções de empresas do setor, que poderão ser utilizados por estas na comunicação com os seus clientes, em particular como suporte à participação em feiras internacionais). Os apoios estendem-se, naturalmente, à produção e criação conteúdos fotográficos e multimédia considerados indispensáveis para a promoção de proximidade, quer com o público profissional, quer com os consumidores finais. Nesta tipologia contempla-se a contratação de fotógrafos, stylists, cabeleireiros, maquilhadores, manequins profissionais, equipas de vídeo, entre outros, capazes de criar conteúdos multimédia de grande impacto, passíveis de utilização nos diversos suportes de comunicação utilizados pela marca. Os objetivos são claros: promover o upgrade de imagem das marcas do setor e fomentar uma imagem de excelência das empresas e dos seus produtos.




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

CONTAGEM DECRESCENTE PARA A GDS

Mais de 30 empresas portuguesas de calçado vão estar, de 26 a 28 de julho, em destaque em Düsseldorf, na GDS. Portugal terá uma das maiores delegações estrangeiras naquela que é

a principal feira de calçado do centro da Europa. No total, 740 marcas de calçado e acessórios vão marcar presença na GDS. Segundo Werner Matthias Dornscheidt, CEO da Messe

Düsseldorf, “as mais de 700 marcas que estarão na GDS continuarão a oferecer conteúdos originais e diversificados”. Para a indústria portuguesa de calçado, a GDS é um certame

de referência que tem permitido às empresas abordar não só o mercado alemão como um conjunto de outros países de grande relevância.

mun

Uma nova aposta chamada Japão

O Japão está de regresso e em força ao horizonte temporal das empresas portuguesas. A aposta em novos mercados, em especial fora do espectro europeu, é uma das grandes prioridades da indústria portuguesa de calçado para os próximos anos. América Latina, China, EUA e Japão merecerão, nessa lógica de diversificação de mercados, uma especial abordagem.

Em novembro próximo, o calçado português inicia uma nova investida ao mercado nipónico. Estima-se que mais de uma dezena de empresas portuguesas possam integrar a “Fashion World Tokyo”. Trata-se da maior feira de moda do Japão que se realiza duas vezes por ano e acolhe sensivelmente 850 expositores de todo o mundo – entre vestuário, calçado e acessórios de moda – e mais de 28.000 visitantes profissionais.

Para o calçado português o potencial do mercado japonês é extraordinário. “É um mercado maduro, exigente

e particularmente atento ao fenómeno da moda, seguindo mesmo com especial cuidado as tendências apresentadas pelas marcas europeias”, sublinhou o Presidente da APICCAPS, Fortunato Frederico.

Nos últimos cinco anos as exportações portuguesas de calçado para o Japão aumentaram mais de 70%, passando de 7,5 para 13 milhões de euros no final do último ano. Números que atestam o potencial do mercado, mas que poderão, agora, ser reforçados.

De acordo com o World Footwear Yearbook, o Japão, com 127 milhões de habitantes é um dos mercados mais promissores no plano internacional. Em termos de consumo, é mesmo o 5.º principal à escala mundial, com um consumo aparente de 607 milhões de pares por ano. Anualmente, o Japão importa mais de 590 milhões de pares de calçado, em especial da China (395 milhões em 2014), Vietname (62 milhões) e Itália (27 milhões).





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

SEASIDE ABRE LOJA EM ESPANHA

A Seaside acaba de abrir uma loja em Madrid. Esta segunda unidade em território espanhol

insere-se no conceito de expansão da Seaside para a Europa. Recentemente foram também

inauguradas lojas em França e Luxemburgo - onde a marca também se posiciona desde há

algum tempo. Atualmente, a marca possui 90 lojas nacionais, seis na Europa e 15 em Angola.



acessórios

Rufel lança bolsa medieval

O Castelo de Santa Maria da Feira foi o palco escolhido para o lançamento de uma mala especial, alusiva à 20.ª edição da Viagem Medieval em Terras de Santa Maria da Feira.

“Este objeto é muito mais do que uma bolsa. É um símbolo que marca vinte

edições do maior evento de recriação histórica medieval da Península Ibérica”, afirma a marca. A iniciativa tem como objetivo unir a história e a cultura do território ao saber-fazer e à qualidade das empresas feirenses.

Desta sinergia nas-

ceu uma bolsa medieval inspirada pelos reinados de D. Isabel e D. Dinis. “A sutileza de uma rainha santa e a paixão pela cultura de um rei marcante desenharam algo de único e irrepetível, no que foram os casamentos reais da história – este é o reinado de D. Isabel e de D. Dinis”.

The best components you will never see.



www.lusocal.com



7 ANOS DE EXCELÊNCIA
2009 - 2015

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.



decpri-me - consultoria e processo
grupo DECSIS

decpri-me - consultoria e processo
grupo DECSIS

Web: www.decpri-me.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@decpri-me.com



A Pelcor terá, a partir do verão, um espaço na baixa lisboeta. A Pelcor Flagship Store fica localizada no Pátio do Tijolo, num con-

ceito que passa pela jovialidade da marca e pelo destaque do seu material mais nobre – a cortiça. A Flagship Store é a nova

aposta Pelcor no mercado português, demonstrando como o design, a inovação e a sustentabilidade se aliam num espaço de

peças únicas e exclusivas para um público contemporâneo, atento às tendências de moda e eco-friendly.

indústria

Ministro da Economia visita Macosmi

Manuel Caldeira Cabral inaugurou, em junho, o novo pavilhão da Macosmi. Integrado num périplo pelo concelho de Santo Tirso, o ministro da Economia visitou a empresa de José Machado e “tomou o pulso” ao setor do calçado em Portugal.

Na Macosmi, localizada em Vila Nova do Campo, Manuel Caldeira Cabral inaugurou o novo pavilhão. Com cerca de 2 mil metros quadrados, a expansão implicou um investimento de cerca de 1 milhão e 300 mil euros. Neste novo espaço, a Macosmi agrega agora uma nova área de corte com tecnologia de ponta e um novo armazém de matérias-primas.

“Visitei hoje uma empresa de calçado que, acabada de terminar um investimento, estava a começar outro. Conheci um empresário que acredita em Portugal, que investe em Santo Tirso, em novas capacidades e empregos. Há de facto muitos empresários portugueses e marcas internacionais que acreditam e investem em Portugal”.

Com este novo investimento, a empresa ficará a contar com uma área total de implantação a rondar os 10 mil metros quadrados. “Este investimento, levado a cabo nos últimos três anos rondou os 3 milhões de euros e foi um salto muito importante para a empresa. Hoje temos uma imagem forte e temos implementado um setor produtivo muito evoluído, que cativa os nossos clientes”, afirmou José Machado.

O investimento na expansão da empresa permitiu um salto substancial para a Macosmi que tem em mente mais projetos para o futuro. Além dos investimentos em novos espaços, a empresa tem em curso uma renovação no lay-out da fábrica e a aplicação de um sistema informático inovador.

Por ano, a Macosmi produz 380 milhares de pares e exporta 98% da produção para 600 pontos de venda em 19 países. Segundo José Machado, “a prioridade da empresa é tornar-se numa referência global. Temos a estrutura, novas oportunidades de crescimento e, mais importante, temos como ambição ser uma referência internacional”.



Era uma vez... no Reino Unido

E se de repente o processo de construção europeu sofresse um duro revês? Ainda estão por aquilatar, com rigor, os efeitos da saída do Reino Unido da União Europeia, na sequência do referendo de 23 de junho último. Os primeiros sinais parecem indicar que nada será como dantes. Era uma vez...no Reino Unido.

Duas semanas depois da decisão histórica dos britânicos de abandonar a União Europeia, os sinais do impacto económico desta opção começam a materializar-se. Para começar, imobiliário, comércio, emprego e libra (a cotar-se abaixo de 1,30 dólares, o valor mais baixo das três últimas décadas) parecem ter sido os primeiros a ser afetados.

A relação do Reino Unido com a União Europeia nunca foi pacífica. Dois anos após a adesão do país à CEE, dois terços da população votou em referendo a permanência, num escrutínio com elevada participação eleitoral. Ao longo do desenvolvimento da União, quer através do alargamento a mais países, quer perante a aproximação das políticas transversais aos Estados-Membros, o Reino Unido mostrou sempre contenção e descreção sobre o projeto europeu. Duas das faces mais visíveis deste afastamento são a não adoção da moeda única e o facto de não ser membro do Espaço Schengen. Com a crescente pressão euroceti-

ca no partido conservador e com as sondagens referentes às eleições de 2015 pouco animadoras, David Cameron, primeiro-ministro britânico, prometeu que, em caso de reeleição, seria elaborado um referendo sobre a União Europeia, assim como uma renegociação das condições inglesas junto das autoridades europeias. Estava dado o primeiro passo decidido para o Brexit (ver caixa com o seu significado).

As últimas semanas foram pródigas em acontecimentos. Certo é que o «braço de ferro» entre a União Europeia e o Reino Unido estará para durar. Desde logo, porque países como a Escócia (que votaram em massa a favor da permanência na UE) equacionam novos referendos. Depois, porque os líderes políticos britânicos Boris Johnson e Nigel Farage que lideraram o movimento “Brexit” se demitiram. A finalizar, Bruxelas parece querer assumir uma postura de grande firmeza. Para o presidente da Comissão Europeia, Jean-Claude Juncker “a participação no mercado único – um desejo assumido pelos britânicos- implica o respeito total pelas quatro liberdades, incluindo a de circulação de pessoas”. Estava dado o mote para seis meses de grande complexidade, numa altura em que a Eslováquia assume a presidência da EU. “Sem notificação por parte do Reino Unido do seu desejo de saída não há negociações sobre as futuras relações”, concluiu Juncker.



De acordo com um novo relatório da Allied Market Research é espectável que a indústria de calçado desportivo gere uma receita de 114,8

mil milhões de dólares até 2022.

Dados do mesmo estudo avançam que o segmento

masculino é atualmente o mais relevante, representando cerca de 52% dos consumidores. Até 2022 é esperado que a importância do seg-

mento feminino aumente, sobretudo nos países em desenvolvimento, face à crescente consciência de hábitos de saúde e de fitness.

europa

Mercado inglês perde relevância para empresas de calçado

Já foi um dos mercados de referência para a indústria portuguesa de calçado. Hoje significa sensivelmente 7% das exportações portuguesas de calçado, o equivalente a 130 milhões de euros.

“O Reino Unido sempre foi um mercado de grande relevância para o setor. Felizmente, hoje exportamos calçado para mais de 150 países”. A consideração é de João Maia, diretor executivo e responsável pelo gabinete de estudos da APICCAPS. “Nos últimos cinco anos, as vendas de calçado para o Reino Unido aumentaram, ainda que de forma ligeira (2,97%) para 134 milhões de euros”.

Em traços genéricos, a indústria britânica de calçado dissipou-se nas duas últimas décadas. Atualmente, é responsável pela produção de apenas 6 milhões de pares de calçado, por ano (dados do World Footwear Yearbook). É, no entanto, o segundo maior importador de calçado do mundo. Em 2014, importou 679 milhões de pares de calçado, em especial da China (quota de 70% nas

importações britânicas, qualquer coisa como 476 milhões de pares importados em 2014), Vietname (39 milhões de pares) e Holanda (19 milhões de pares).

A Confederação Europeia da Indústria de Calçado (CEC) prefere não assumir, por esta altura, uma posição oficial. Já a Associação Americana de Calçado, em comunicado, lamenta a “histeria geral relacionada com o Brexit”. “De acordo com estatísticas do Banco Mundial, a Grã-Bretanha representa menos de 4% da produção mundial e suas exportações para EU respondem por 14% do seu PIB; o que significa que mesmo se novas barreiras forem introduzidas (entre a EU e o Reino Unido) o seu comércio é responsável por menos de 0,5% do comércio mundial total”. Para a FDRA “quando se olha para o impacto económico do Brexit, o pânico económico global tem mais a ver com a especulação generalizada do que com o impacto na economia mundial”, até porque “a volatilidade da libra será uma preocupação apenas de curto prazo”.

O SIGNIFICADO DE BREXIT?

A “saída do Reino Unido da União Europeia (UE) é apelidada de Brexit, palavra originada na língua inglesa resultante da fusão das palavras Britain (Grã-Bretanha) e exit (saída). A definição é da Wikipédia”.

A saída da Grã-Bretanha da União Europeia tem sido um objetivo político perseguido por vários indivíduos, grupos de interesse e partidos políticos, desde 1973, quando o Reino Unido ingressou na Comunidade Económica Europeia (CEE), a precursora da UE. A saída da União é um direito dos estados-membros segundo o Tratado da União Europeia (artigo 50): “Qualquer Estado-Membro pode decidir, em conformidade com as respetivas normas constitucionais, retirar-se da União”.

Em 1975, foi realizado um referendo sobre a permanência ou não do país na Comunidade Económica Europeia (CEE). O resultado da votação foi favorável à permanência. O eleitorado britânico foi novamente chamado a decidir sobre a questão da permanência ou não do país no bloco comum, em novo referendo, realizado no dia 23 de junho de 2016. Esse referendo foi organizado após a aprovação do European Union Referendum Act de 2015 pelo Parlamento britânico. O resultado da segunda consulta foi o oposto à primeira, foi favorável à saída. Analistas dizem que esta foi a decisão mais importante para os britânicos desde 1975, quando dois terços do eleitorado optaram por ingressar na então Comunidade Económica Europeia.



Serviços de
CONSULTORIA

**SISTEMAS
DE GESTÃO**

**CERTIFICAÇÃO
DE EMPRESAS**

- ▼ **GESTÃO DA QUALIDADE
DE ACORDO COM NORMA ISO 9001**
- ▼ **GESTÃO AMBIENTAL
DE ACORDO COM NORMA ISO 14001**
- ▼ **GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL
DE ACORDO COM NORMA SA 8000**
- ▼ **GESTÃO DA INOVAÇÃO (IDI)
DE ACORDO COM NORMA NP 4457**
- ▼ **GESTÃO DA SEGURANÇA E SAÚDE DO
TRABALHO DE ACORDO COM NORMA
OHSAS 18001 / NP 4397**
- ▼ **GESTÃO DA ENERGIA
DE ACORDO COM NORMA ISO 50001**
- ▼ **AUDITORIAS DA QUALIDADE, AMBIENTE,
SEGURANÇA E SAÚDE DO TRABALHO**
- ▼ **DIAGNÓSTICO E AUDITORIAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL
DE ACORDO COM A NORMA SA 8000
E AUDITORIAS SMETA**

S. JOÃO DA MADEIRA AVANÇA COM MUSEU DO CALÇADO

A Câmara Municipal de S. João da Madeira acaba de aprovar o documento fundador para o Museu do Calçado. Segundo Ri-

cardo Figueiredo, presidente da autarquia, “poderíamos criar um núcleo, mas decidimos criar um museu, porque entendemos que

a indústria e os empresários do calçado merecem este tributo”.

De acordo com o autarca, o

Museu do Calçado de S. João da Madeira, irá ter a sua sede na Torre da Oliva e deverá abrir ao público ainda este ano.

empresas

Centenário “renasce” aos 75 anos

Uma nova Centenário vai nascer. Ao fim de 75 anos de existência, aquela que é das empresas de referência em Oliveira de Azemeis irá aumentar a unidade produtiva e criar novas condições para abordar os mercados internacionais. A autarquia, através do presidente, Hermínio Loureiro, já deu garantias da aprovação do PDM (Plano Diretor Municipal), que permitirá à empresa concretizar o plano de investimento.

“Temos um projeto que nos vai permitir duplicar a capacidade instalada. No máximo nos dois próximos anos estaremos prontos para ter mais produção, mais capacidade e sobretudo melhores condições de trabalho”, realçou Domingos José Ferreira, administrador da empresa. A

Centenário renova o compromisso de se afirmar como “uma empresa madura e líder, comprometida com a procura da excelência”.

Uma história recheada

Corria o ano de 1941 quando, em Cucujães, foi fundada a fábrica de calçado Centenário. De completamente artesanal no seu início e com uma produção exclusivamente virada para o mercado nacional, a Centenário especializou-se na produção de calçado masculino de excelência. Em 2015 a empresa comemorou 75 anos de existência, a exportar 98% da sua produção para o exterior.

Em 1984, a aquisição de novos equipamentos e a expansão para



um novo pavilhão industrial diversificou os destinos de expansão, equiparando a importância do mercado nacional para 50%. Em 2003, a empresa já tinha atingido 90% de exportação para o mercado europeu, mas as necessidades sentidas na produção fizeram com que as instalações tivessem sido ampliadas para o dobro.

Em 2005, deu-se início a uma nova fase na vida da Centenário, com a implementação do Goodyear. Com este sistema, a empresa iniciou a fabricação de sapatos para golfe, indo ao encontro de um nicho de mercado com grande futuro, atendendo ao enorme incremento que este desporto teve em todo o mundo.

Todos os modelos de golfe produzidos pela empresa têm o nome do cliente gravado na palmilha e podem ser totalmente personalizados. Pormenores de exclusividade e charme, que chegam aos consumidores mais exigentes e que reclamam excentricidade mesmo na prática de desporto. A produzir 134 mil pares por ano, a

Centenário exporta já 98 % da produção para a China, Itália, Japão e Alemanha, mas a casa prepara-se para crescer e aumentar o número de funcionários. Os mercados extracomunitários estão também na mira de Domingos Ferreira, sócio-gerente da empresa. Em 2014, a Centenário iniciou o investimento na Colômbia.

Josefinas abre loja em Nova Iorque

“Os nossos sonhos têm de ser visíveis para nunca nos esquecermos deles.” É assim que Maria Cunha, CEO das Josefinas, anuncia a mais recente aposta da marca. A cidade que nunca dorme é, agora, o novo lar das sabrinas mais famosas do mundo.

A marca portuguesa que apenas comercializa online esco-

lheu a cidade de Nova Iorque para a abertura da primeira loja física. “No quadro que está no espaço onde trabalhamos escrevemos ‘Loja Josefinas NY — 2016’. Aquela data olhou para nós todos os dias durante dois anos. Para quem pensa que há impossíveis, esta é a verdade: nada é impossível”. O novo espaço vai abrir na Elizabeth Street durante o

mês de julho.

A marca portuguesa, que surgiu em 2013, é atualmente conhecida por ter criado as sabrinas mais caras do mundo. Ao longo dos últimos três anos, a marca chegou aos pés de famosas como Chiara Ferragni, Olivia Palermo ou Danielle Bernstein.



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



HUGO COSTA ESTREIA-SE EM PARIS

O jovem criador português Hugo Costa acaba de se estrear na Semana da Moda de Paris. O designer apresentou uma coleção inspirada na era feudal do

Japão.

Esta é a primeira vez que o criador realiza um desfile internacional em nome individual. A par do

desfile, a coleção de Hugo Costa esteve presente num showroom da capital francesa. Segundo João Rafael Koehler, presidente da ANJE, Hugo

Costa “é um dos exemplos que personificam esta nova geração de criadores nacionais, cada vez mais focada no panorama internacional”.

ambiente

Projeto Step to Sustainability apresenta resultados na GDS

O Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP), em conjunto com os restantes parceiros do projeto de formação europeu Step to Sustainability, está a organizar a conferência Green Shoes for a Sustainable Life, que se irá realizar no próximo dia 28 de julho 2016, pelas 10h30, na GDS, Düsseldorf, Alemanha.

A conferência terá como tema central a discussão da problemática: ‘Como implementar a

produção sustentável de calçado - novo perfil profissional e oportunidades de formação na área da produção sustentável de calçado e artigos em couro’.

Os participantes terão, também, oportunidade de assistir ao testemunho de representantes de grandes empresas como: El Naturalista, Bata Brands e Deichmann, bem como de conhecer os principais resultados do projeto Step to Sustainability.



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;
- piatele 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



Turkey
Discover
the potential



O COURO DA TURQUIA

27 SETEMBRO
S. João da Madeira
PORTUGAL
Oliva Creative Factory

28-29 SETEMBRO
Felgueiras
PORTUGAL
Mercado Municipal

PORTUGAL FASHION ESTREIA-SE EM ROMA

Os jovens criadores Daniela Barros, Susana Bettencourt e Pé de Chumbo estrearam-se na Altaroma, o evento

de moda italiana onde são projetados os talentos emergentes e os novos valores provenientes de toda a

Europa. Segundo o presidente da ANJE, João Rafael Koehler, a participação na Alta-

roma é “uma estreia e uma participação que muito orgulha o evento de moda nacional”.

promoção

Calçado português em força na Colombiamoda

O calçado português vai reforçar a aposta na América Latina. Em julho, 11 empresas nacionais participam na ColombiaModa. A partir de Medellín, prevê-se uma abordagem a todo o continente sul-americano. A 27 de julho, pelas 19h00, realizar-se-á um desfile de moda do calçado português na ColombiaModa.

Segundo a Inexmoda, a entidade responsável pela organização do evento, “a ColombiaModa reúne a oferta mais completa de moda do país, agrupando num só espaço calçado, vestuário, espaços de negócios, espaço de tendências e desfiles de moda”. A edição de 2015 fechou com um número recorde de 60.741 visitantes (um crescimento de 20% face à edição de 2014).

A aposta na Colômbia iniciou-se logo nos pri-

meiros meses de 2014. Fruto deste esforço e investimento, as exportações portuguesas de calçado para a América Latina duplicaram nos últimos três anos. Para a Colômbia ascenderam, no final de 2015, a 1,9 milhões de euros, praticamente dez vezes mais do que o início desta “ofensiva promocional”. Nos primeiros quatro meses de 2016, as vendas de calçado português para a Colômbia aumentaram 86%.

Portugal com grande potencial

As empresas portuguesas parecem ter descoberto a América Latina e, em especial, a Colômbia. João Ribeiro de Almeida, Embaixador de Portugal em Bogotá, destaca que



“a Colômbia tem vindo a afirmar-se como um mercado interessante, com práticas de mercado abertas, com uma cultura de negócios e um ADN empresarial próximo do europeu”. Acresce que “as empresas e os produtos portugueses conseguem afirmar-se pela diferen-

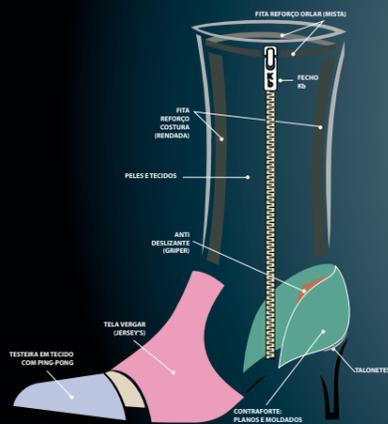
ciação em qualidade, e permitem, ao mesmo tempo, oportunidades para as empresas colombianas crescerem”. A Colômbia não será, assim, “uma questão de moda por natureza efémera. Acredito que o relacionamento económico que estamos a construir

sobre um relacionamento político historicamente forte, seja duradouro e que a Colômbia possa vir a afirmar-se como uma valiosa plataforma para as nossas empresas na região andina (Chile, Perú, Equador), nos países da América Central e no acesso indireto aos EUA”.

SLATEL®



COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO, LDA.



- IMPORTADORES DE TELAS (TODOS OS TIPOS PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO)
- CORTE E FACEAMENTO DE TESTEIRAS E CONTRAFORTES
- CONTRAFORTES EM TELA PLANOS E MOLDADOS
- CONTRAFORTES EM AGLOMERADO DE COURO (PLANOS E MOLDADOS)
- TODO O TIPO DE “JERSEY”
- FITAS DE REFORÇO AUTO-ADESIVAS
- ENTRETelas DE REFORÇO TERMO-ADESIVAS
- FECHOS KB PARA CALÇADO
- ANTI-DESLIZANTE “GRIPPER”
- TECIDOS DE MODA
- PELES DE MODA

www.slatel.com

Rua da Madeira – Zona Ind.º 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

O BANCO LÍDER DAS PME.

**Nº1 em adesões a PME Líder
pelo 8º ano consecutivo**
2.013 PME Líder 2015
aderiram via BPI

**Nº1 em adesões a PME Excelência
pelo 7º ano consecutivo**
596 PME Excelência 2015
aderiram via BPI

Conheça as condições especiais do BPI para PME líder
em qualquer Balcão ou Centro de Empresas BPI
ou em bancobpi.pt/empresas

Dados IAPMEI e Turismo de Portugal
a 1 de Fevereiro de 2016



PORTUGAL REFORÇA PRESENÇA NA MICAM

Portugal continua a reforçar a presença na maior feira de calçado do mundo. 96 empresas vão integrar a comitiva nacional na MICAM, que se

realiza de 3 a 6 de setembro próximo, e MIPEL (feira de acessórios). Trata-se da maior presença de sempre do setor num evento no exterior.

Sensivelmente 190 empresas da fileira do calçado estão a participar, desde o início do ano, num megaprograma de promoção à escala inter-

nacional, que se traduzirá na presença em mais de 60 dos mais prestigiados fóruns internacionais da especialidade.

mercados

Expo Riva com bons sinais

A Expo Riva Schuh continua a ser um dos principais eventos do setor a nível internacional, com a última edição a fechar com um número elevado de visitantes. No total 11.025 visitantes percorreram os corredores da feira de Garda nos últimos dias.

Além disso, o evento veio fortalecer a presença de marcas internacionais com 1.139 do total de 1.438 expositores provenientes do estrangeiro, representando mais de 40 países (entre eles China, Índia, Brasil, Portugal, Espanha, Indonésia e Paquistão).

Portugal esteve representado com uma delegação de 62 em-

presas, uma das maiores participações de sempre na feira de Garda.

Um setor do calçado em mudança é o retrato que emerge da Expo Riva. “Esta edição trouxe-nos de volta a imagem de um setor que está em profunda mudança” - explica o presidente da Riva del Garda, Roberto Pellegrini. “A Expo Riva Schuh sempre foi uma grande oportunidade para a compreensão de como o mercado está a evoluir e nesta edição, em particular, temos notado algumas mudanças importantes. Vimos novos tipos de visitantes, por exemplo, oriundos de grandes cadeias de moda rápida, que demonstram

agora um grande interesse no setor do calçado”.

Um aspeto particularmente positivo desta edição foi a reação dos compradores russos, que não só retornaram à Expo Riva em busca de um produto de gama média que se adapte às necessidades de um mercado interno em dificuldade, mas também empresas que oferecem “Made in Itália” com quem a Rússia pode construir parcerias a longo prazo.

“As estratégias de compra estão a mudar - afirma Giovanni Laezza, diretor da Riva del Garda. E assim, as empresas também estão a procurar formas alterna-

tivas para competir a nível internacional. Uma série de marcas de luxo, por exemplo, estão a considerar executar coleções de nível médio, ao lado das coleções principais, onde a qualidade garantida pela marca também pode ser oferecida a um custo mais baixo e com uma taxa de resposta mais rápida às exigências do mercado. É semelhante ao que aconteceu com a introdução do ‘fast fashion’. Esta evolução abre perspectivas importantes para o evento que poderia tornar-se um ponto-chave para este tipo de produção”.

A próxima edição da Expo Riva Schuh será de 14 a 17 de janeiro de 2017.



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



CURSO EXECUTIVO LEADING TO GROW

Giving you the tools to
grow your business

Destinado a **líderes de PMEs** (proprietários ou gestores) que se encontram a crescer ou com potencial de crescimento, **Leading to Grow** tem dois vetores de intervenção: o líder e a empresa. Intervindo no desenvolvimento pessoal do proprietário/gestor no que respeita às suas características de liderança tem como objetivo final a **inovação** e **crescimento** do negócio, aumentando a produtividade e rentabilidade.

Key benefits:

- Tornar-se num líder melhor;
- Desenvolver a empresa;
- Aumentar os lucros da empresa;
- Melhorar a capacidade de tomada de decisões;
- Aumentar volume de negócios;
- Melhorar a eficácia das decisões;
- Aumentar a influência no seu próprio negócio;
- Melhorar a relação com os seus colaboradores;
- Delegar mais.

Curso desenvolvido pela
Lancaster University
Management School
1º Programa em Portugal

Início: ABRIL 2016



Action learning



Online forum



Shadowing & exchange



Masterclasses and
two modules



Overnight experiential

Mais informações:

Sara Carneiro Pacheco
mpacheco@porto.ucp.pt
T. 226 196 260

www.catolicabs.porto.ucp.pt



CATÓLICA PORTO
BUSINESS SCHOOL

Programa desenvolvido em parceria com:



Lancaster University
Management School

APICCAPS APRESENTA WORLD FOOTWEAR YEARBOOK

A GDS, na Alemanha, será o «pano de fundo» para a apresentação do novo World Footwear Yearbook. O mais poderoso barómetro da indústria de calçado

a nível mundial, da responsabilidade da APICCAPS, será apresentado, em conferência, a profissionais de mais de 70 países. Em traços gerais, a pro-

dução mundial de calçado recuou em 2015 (menos 0,4%) para 23 mil milhões de pares de calçado. Desses, 87% foram produzidos no continente asiático. Surpre-

endente revelou-se o facto de a China perder peso relativo (queda da produção de 5% em 2015) para outros “players”, nomeadamente asiáticos.

feiras

Pitti Uomo fecha com valores recorde

A última Pitti Uomo, que teve lugar em Florença entre os dias 14 e 17 de junho, foi visitada por 20.500 compradores, mais 2,5% do que na edição de junho de 2015.

No total, o evento recebeu 8.400 compradores internacionais e mais de 30 mil visitantes. A participação estrangeira foi impulsionada pelos desempenhos muito positivos do Reino Unido (+18%), China (+14%), Alemanha (+5%), Bélgica (+7%); Japão (+3,5%) e Estados Unidos (+3%). Rússia (+8%) fez uma assinalável recuperação depois de algumas temporadas difíceis. Destaque ainda para os visitantes oriundos da Europa Oriental, Portugal, Dinamarca, México, Austrália, África do Sul, Singapura, Malásia e

Taiwan.

Houve, no entanto, uma queda significativa nos visitantes franceses, devido à atual onda de greves e cancelamento de inúmeros voos causados pelo Euro 2016.

A Itália continuou o caminho de recuperação, registando um aumento de 3% em compradores.

“A Pitti Uomo comemorou a edição 90 da melhor maneira possível”, afirmou Raffaello Napoleone, CEO da Pitti Immagine, acrescentando “foi um evento quente, com novas ideias a borbulhar entre os stands. Posso afirmar que, nesta edição, a Fortezza da Basso testemunhou o nascimento de muitos novos projetos de moda masculina”.



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;



gds + tag it!

THE PRIVATE LABEL SHOW

GLOBAL
DESTINATION
FOR
**SHOES &
ACCESSORIES**



**NEW:
TUES - THUR**

**26 - 28
JUL 2016**

*WHERE
YOUR SEASON
TAKES OFF*

GDS-ONLINE.COM



M[®]
Messe
Düsseldorf