**Designação do projeto |** Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado - 2015 (2º sem.) e 2016 (1º sem.)

**Código do projeto |** POCI-02-0752-FEDER-000010

**Objetivo Principal |** Promover a internacionalização das empresas do Cluster do Calçado e Moda

**Região de intervenção |** Mundo

**Entidade Beneficiária |** APICCAPS

**Data de Aprovação |** 11-05-2015

**Data de início |** 15-02-2015

**Data de conclusão|** 31-08-2016

**Custo total |** 15.372.638,63 €

**Apoio financeiro da União Europeia|** 7.500.000,00 €

Este projeto constitui o veículo estratégico de implementação do plano - FOOTURE 2020, o Plano Estratégico do Cluster do Calçado.

Pretende-se impulsionar a convergência dos esforços em matéria de internacionalização e comunicação, qualificação e inovação que possibilitem a desejada valorização da imagem e afirmação internacional do calçado português.

O plano é composto pelas seguintes cinco tipologias de ação:

1. **Feiras e Exposições**: as feiras e exposições são o meio de promoção internacional mais importante, seja para o calçado português, seja para os seus concorrentes de todo o mundo.

O plano de ação prevê a presença em mais de 50 edições de 25 eventos diferentes, realizadas em pelo menos 10 países;

1. **Missões**: As missões empresariais surgem com a dupla função de meio de conhecimento e acesso a novos mercados, através da deslocação das empresas portuguesas ao mercado-alvo, e de ação de promoção junto de mercados específicos, através da deslocação desses compradores a Portugal;
2. **Comunicação Empresarial**: esta iniciativa visa alinhar a comunicação empresarial pelos padrões de sofisticação das campanhas de imagem setorial para potenciar o impacto da participação nas feiras e exposições;
3. **Campanha de Comunicação e Imagem Institucional**: ações de promoção internacional do cluster português do calçado, mais diretamente relacionadas com a atividade de promoção externa das empresas;
4. **Ações integradas de promoção internacional**: enquadram-se aqui iniciativas diversificadas cujo traço de união é atuação integrada e concentrada no tempo em mercados geográficos específicos, utilizando diversos tipos de instrumentos, incluindo os referidos nos pontos anteriores (feiras, missões, comunicação empresarial) mas também ações de relações públicas, grandes manifestações relacionadas com Portugal e com o calçado português, estudos de mercado e outras.