

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 €

Execução:

Investimento | 12.232.445,87 €

Incentivo | 6.413.653,51 €

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;
2. **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;
3. **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;
4. **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;
5. **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.

Execução Física do Projeto

O projeto apresentou uma taxa de execução de 85,57%.

Foram desenvolvidas 69 ações de promoções externa, envolvendo mais de 150 empresas.

Na execução do projeto identificaram-se os seguintes elementos como pilares do trabalho desenvolvido no sentido da afirmação internacional do setor do calçado:

- Promoção conjunta para consolidação das posições alcançadas nos mercados internacionais e reforço de entrada em mercados emergentes, nomeadamente garantida através da presença em feiras associadas a moda e a nichos de mercado estratégicos para o setor;
- Esforço para aumentar a presença e notoriedade no mercado colombiano, designadamente através da participação na Colombiamoda.
- Esforços promocionais para a consolidação do reconhecimento internacional do calçado português, com recurso a vários suportes, designadamente com a publicação em editorias de moda, conferências de imprensa e maillings.
- Outras ações importantes para garantir o reforço da competitividade do setor, em particular, o reforço de ações comunicacionais como a realização de anúncios publicitários em revistas de renome internacional no setor, a contratação de serviços de assessoria de comunicação nos mercados internacionais e a produção e edição de catálogos com as coleções das empresas.

Exemplos de acções desenvolvidas pela APICCAPS em parceria com a AICEP e o apoio do Programa Compete 2020, no âmbito deste projecto:

-Campanha de imagem Portuguese Shoes 2016

www.youtube.com/watch?v=LitNwWaqOkY

-Produção Vogue Accessory

www.youtube.com/watch?v=J0bHbSyvpns