

**Designação do projeto** | Portuguese Shoes 2015/2017 - Campanha de Imagem do Cluster do Calçado

**Código do projeto** | POCI-02-0752-FEDER-014511

**Objetivo Principal** | Promover a valorização da imagem internacional do calçado português

**Região de intervenção** | Mundo

**Entidade Beneficiária** | APICCAPS

**Data de Aprovação** | 29-03-2016

**Data de início** | 01-09-2015

**Data de conclusão** | 30-11-2017

**Custo total** | 1.909.990,77 €

**Apoio financeiro da União Europeia** | 1.468.144,45 €

**Execução:**

**Investimento** | 1.796.947,03 €

**Incentivo** | 1.394.737,23 €

As grandes apostas estratégicas do cluster português do calçado e moda correspondem às três iniciativas do FOOTURE 2020:

- Qualificar e rejuvenescer;
- Inovar;
- Internacionalizar e comunicar.

Este projeto insere-se na iniciativa Internacionalizar e Comunicar e desenvolve um conjunto articulado de iniciativas de promoção da imagem internacional do calçado português visando alavancar o trabalho comercial dos exportadores nacionais e favorecer a perceção internacional dos produtos portugueses.

Apresenta os seguintes objetivos operacionais:

- (i) reforçar e qualificar a presença do calçado português no ciberespaço;
- (ii) garantir a notoriedade do calçado português na comunicação social especializada com impacto internacional;
- (iii) divulgar diretamente a imagem do calçado português junto de compradores e "fazedores de opinião" internacionais;

As principais atividades a desenvolver são as seguintes:

1. Atividades de Marketing Direto: distribuição de merchandising em feiras internacionais e produção e distribuição de mailings internacionais direcionados para potenciais clientes da indústria portuguesa;
2. Ações de imprensa e comunicação: press kit para a imprensa especializada, inserção de anúncios em revistas e promoção em TV;
3. Reforço da presença no ciberespaço: reforço e qualificação da presença do cluster do calçado no ciberespaço, envolvendo nomeadamente a reformulação do site [www.portugueseshoes.pt](http://www.portugueseshoes.pt), a produção de conteúdos audiovisuais no âmbito da Portuguese Shoes TV e o reforço da presença nas redes sociais;
4. Reforço da ligação entre criadores e indústria: organização de ações de promoção focadas na ligação entre os criadores nacionais e a indústria de calçado a realizar em eventos de Moda com visibilidade internacional, nomeadamente, a ModaLisboa.

## Execução Física do Projeto

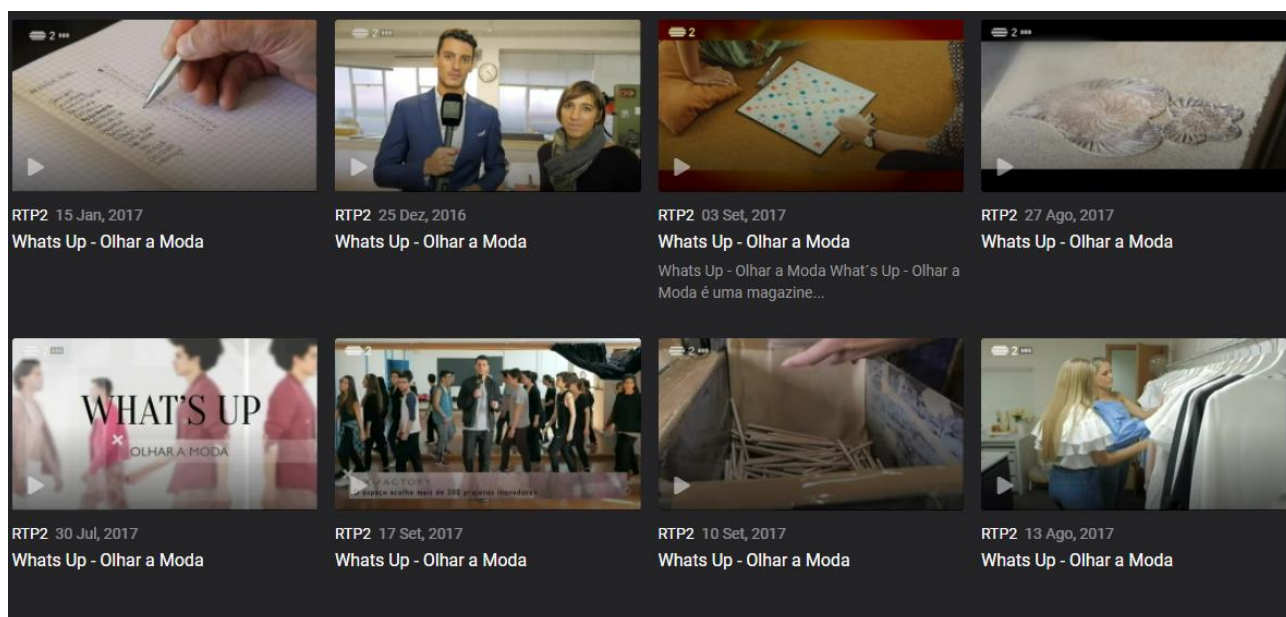
A APICCAPS concretizou as atividades a que se tinha proposto, procurando impactar os vários *stakeholders* do mundo do calçado, em particular os *opinion makers* e compradores internacionais, adotando uma estratégia de comunicação coerente e incisiva, valorizando a imagem internacional do calçado português.

A título de exemplo, elencamos 2 ações desenvolvidas de entre o vasto conjunto de atividades concretizadas no âmbito deste projeto:

### Portuguese Shoes TV

<https://www.rtp.pt/play/p1841/whats-up-olhar-a-moda>

Exemplo: <https://www.rtp.pt/play/p1841/e313274/whats-up-olhar-a-moda>



### Revista Portuguese Soul

<https://issuu.com/portugueseshoes>

O investimento concentrou-se naturalmente na campanha de imagem do setor com destaque para as ações designadas por ciberespaço e maillings internacionais.

### DISTRIBUIÇÃO DO INVESTIMENTO

- Suportes de Comunicação - Feiras
- Ações Imprensa
- Maillings Internacionais
- Ações de Promoção - Eventos de Moda
- Ciberespaço
- Acompanhamento

