

Designação do projeto | Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado - 2016 (2º sem.) e 2017

Código do projeto | POCI-02-0752-FEDER-017055

Objetivo Principal | Promover a internacionalização das empresas do cluster do calçado e moda

Região de intervenção | Mundo

Entidade Beneficiária | APICCAPS

Data de Aprovação | 23-03-2016

Data de início | 01-01-2016

Data de conclusão | 31-12-2017

Custo total | 19.260.469,42 €

Apoio financeiro da União Europeia | 10.428.132,76 €

Este projeto visa concretizar parte da iniciativa estratégica Internacionalizar e Comunicar prevista no Footure 2020, o Plano Estratégico do Cluster do Calçado.

Trata-se de 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.

As principais atividades a desenvolver são as seguintes:

1. **Feiras e Exposições:** é uma oportunidade única para contactar um elevado número de potenciais novos clientes e consolidar relações com clientes já existentes. As Feiras além da sua relevância comercial, proporcionam também contactos com empresas e profissionais de áreas indispensáveis ao

desempenho competitivo da empresa, como fornecedores de matérias-primas, componentes, equipamentos e tecnologias e serviços diversos (nomeadamente moda e estilismo). Além disso, são indispensáveis para observar os concorrentes e as tendências da moda, o que é igualmente decisivo para melhorar o posicionamento relativo da oferta portuguesa.

2. **Missões Empresariais:** as missões surgem nesta candidatura na 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 atração desses compradores a Portugal;
3. **Comunicação Empresarial:** iniciativa que 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. **Ações integradas de promoção internacional:** atuação integrada e concentrada no tempo em mercados geográficos específicos, utilizando múltiplos 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;
5. **Campanha de comunicação e imagem institucional Portuguese Shoes:** ações destinadas a reforçar a imagem internacional do calçado português e estreitamente articuladas com as outras ações de internacionalização descritas no projeto;