



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Designação do projeto | Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado – 2018

Código do projeto | POCI-02-0752-FEDER-026363

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

Região de intervenção | Mundo

Entidade Beneficiária | APICCAPS

Data de Aprovação | 22-08-2017

Data de início | 01-06-2017

Data de conclusão | 31-12-2018

Custo total | 15.427.457,27 €

Apoio financeiro da União Europeia | 8.471.644,99 €

As atividades a executar neste projeto promovem o reforço do posicionamento do calçado português nos mercados externos, a diversificação geográfica em mercados de oportunidade e por sua vez contribui para as três iniciativas estratégicas do cluster “Qualificar e rejuvenescer”, “Inovar” e “Internacionalizar e Comunicar” (assentes no Plano FOOTure 2020).

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 proveitosas oportunidades para observar os concorrentes e as tendências da moda, o que é igualmente decisivo para melhorar o posicionamento relativo da oferta portuguesa.

O projeto prevê a participação em grandes feiras de plataforma (Micam, Expo Riva Schuh, GDS) e em feiras com targets mais específicos em termos geográficos, de produto ou de segmento. Entre estas prevêem-se feiras que visam consolidar mercados (França, Alemanha, Holanda, Espanha, Reino Unido, Dinamarca, Itália) e feiras em mercados de oportunidade (EUA, Japão, Colômbia, Rússia e Emiratos Árabes Unidos). O plano de ação prevê a presença em 54 edições de 28 eventos diferentes, realizadas em 12 países;

2. Missões: Constituem iniciativas direcionadas para mercados em que Portugal não tem ainda uma posição relevante, tendo a vantagem de proporcionar um contacto direto com interlocutores selecionados. O projeto contempla missões diretas (Israel e Itália, neste último caso, destinada a empresas de artigos de pele) e inversas (Japão, Austrália/Nova Zelândia e Colômbia/Chile/Peru). Contempla ainda duas missões que trarão a Portugal jornalistas de moda e jornalistas de publicações especializadas em calçado;
3. Comunicação Empresarial: Reforçar e qualificar a comunicação empresarial do calçado português, para que, a par da presença nos certames internacionais da especialidade e da campanha institucional de imagem coletiva, possa ser um dos eixos do tripé que suportará a internacionalização do cluster;
4. Campanha de Comunicação e Imagem Institucional – o projeto conta ainda com algumas ações de promoção internacional do cluster português do calçado, mais diretamente relacionadas com a atividade de promoção externa das empresas.