

Designação do projeto | Footure 4.0 - Dinamização do Roteiro Digital do Cluster do Calçado e Moda 2018-2019

Código do projeto | POCI-02-0853-FEDER-036342

Objetivo Principal | Acelerar a adoção da Indústria 4.0 pelas PME que constituem o cluster do calçado, dotando-as do conhecimento necessário para essa transformação.

Região de intervenção | Portugal

Entidade Beneficiária | APICCAPS

Data de Aprovação | 28-12-2017

Data de início | 01-01-2018

Data de conclusão | 31-12-2019

Custo total | 2.138.648,96 €

Apoio financeiro da União Europeia | 1.701.309,15 €

Execução:

Investimento | 1.707.861,73 €

Incentivo | 1.357.239,98 €

O projeto visa suportar a implementação do eixo estratégico do FOOTURE 4.0 - Roteiro do Cluster do Calçado para a Economia Digital que se prende com a Liderança Setorial e Coordenação do Plano. Com essa liderança e coordenação pretende-se acelerar a adoção da Indústria 4.0 pelas PME que, de forma quase exclusiva, caracterizam o tecido empresarial do cluster, dotando-as do conhecimento e informação indispensáveis para

essa transformação e divulgando e demonstrando o potencial das respectivas ferramentas.

A concretização do objetivo estratégico de acelerar a adoção da Indústria 4.0 no cluster português do calçado, através da Liderança Setorial e Coordenação do Plano, requer a prossecução de três objetivos operacionais:

1. Assegurar a coordenação do plano de ação;
2. Produzir e disponibilizar intelligence setorial;
3. Reforçar a utilização das TIC na campanha de imagem do cluster.

O primeiro destes objetivos prende-se com a coordenação do plano de ação. O Roteiro para a Economia Digital que subjaz a este projeto foi concebido para o universo do Cluster do Calçado e Moda e é composto por um conjunto ambicioso de iniciativas a executar por agentes muito diversos. Torna-se necessário mobilizar esses agentes para a sua execução, coordenar as suas iniciativas, estruturar projetos conjuntos e monitorizar todo o processo. Este papel de coordenação deve ser assumido pela APICCAPS, enquanto Entidade Gestora do Cluster. A implementação deste projeto será assim um passo fundamental na ampliação do papel da Associação que decorre do recente reconhecimento formal do cluster.

O mercado internacional de calçado é muito concorrencial e volátil. A competitividade das empresas nacionais depende criticamente da disponibilidade de intelligence que permita fundamentar as suas decisões estratégicas, acompanhando atempadamente e, se possível, antecipando os desenvolvimentos dos mercados. No entanto, por razões já explicitadas, não é de esperar que, individualmente, as empresas possam dedicar-se à recolha e análise da informação necessária, sendo este um aspeto em que o mérito do trabalho desenvolvido pela APICCAPS e pelo CTCP é reconhecido. Com o presente projeto, pretende-se explorar plenamente o potencial dos novos meios digitais para a identificação, recolha, análise e divulgação de informação relevante para o processo estratégico das entidades do cluster, recorrendo nomeadamente a algoritmos de inteligência artificial, nisso consistindo o seu segundo objetivo operacional.

Relativamente ao terceiro objetivo operacional, o que se pretende em matéria de imagem com o presente projeto é estudar as oportunidades oferecidas pelos meios digitais para a promoção do calçado português e conceber conteúdos adequados, em benefício quer da campanha coletiva do cluster quer das campanhas de imagem individuais dos seus membros, desenvolver conteúdos e realizar algumas ações de

comunicação. A implementação da campanha de imagem do cluster, em si mesma, será enquadrada noutras candidaturas.

Execução Física do Projeto

A APICCAPS enquanto entidade responsável pela coordenação do FOOTURE 4.0 desenvolveu atividades neste projeto que reforçam este papel e procurou sensibilizar as empresas para a adoção de estratégias digitais inovadoras.

Em primeira instância, obtivemos e fornecemos informação, em múltiplas dimensões, às empresas da fileira do calçado traduzindo-se na realização da monografia estatística de 2018 e, em fase de conclusão, a monografia estatística de 2019. Por outro lado, de forma mais periódica, elaboramos vários boletins de conjuntura para acompanhar o setor de forma mais regular e servir de orientação no melhor caminho a seguir.

No que concerne à sensibilização das empresas para a adoção de estratégias digitais inovadoras a Associação teve desde logo uma ação fundamental em maio de 2018, o XX Congresso da UITIC, subordinado ao tema da Indústria 4.0 e da digitalização, recebendo no Porto mais de 550 profissionais oriundos de 33 países. No total, 5 dias de atividades com visitas a empresas e conferências com mais de 30 speakers, alguns dos mais relevantes a nível mundial. Uma comitiva de cerca de 34 jornalistas, representantes de revistas e publicações da especialidade, mostraram ao mundo os destaques daquele que foi o Congresso da UITIC mais concorrido de sempre.

O evento teve lugar no Sheraton Porto Hotel & Spa nos dias 17 e 18, sendo o primeiro dia dedicado a visitas às empresas nacionais (16). Dado o interesse manifestado por variadas delegações estrangeiras em potenciarem a vinda a Portugal, as visitas a fábricas foram estendidas aos dois dias que antecederam o Congresso, nos dias 14 e 15. Os congressistas que assim entenderam puderam inscrever-se nas atividades de 14 e 15 e, assim, visitar mais empresas e conhecer melhor a indústria portuguesa do calçado. Ao longo de três dias, mais de 20 empresas de calçado foram visitadas por diversos participantes no Congresso.

PORTO – MAY 2018				
PARTICIPANTS	SPEAKERS	COUNTRIES	EXHIBITORS	FACTORY VISITS
500	50	30	25	12
14 th Monday	15 th Tuesday	16 th Wednesday	17 th Thursday	18 th Friday
4 Extra Factory visits	4 Extra Factory visits	4 Factory visits	Keynote speakers / Invited speakers Plenary sessions Show case of technologies Posters exhibition	

O tema escolhido para a XX edição do Congresso da UITIC foi: *From Fashion to factory: A New Technological Age*. Pretendeu-se com este tema alargar as discussões do Congresso a toda a cadeia de valor, incluindo assim as importantes implicações a montante e a jusante da fábrica. Focado nas novas tecnologias digitais e como elas afetarão nossos negócios, e refletindo sobre as dimensões incluídas nesta nova revolução tecnológica, este congresso permitiu uma reflexão profunda sobre os impactos da digitalização e desta nova revolução industrial, quer ao nível das mudanças significativas na forma como as fábricas são organizadas, mas fundamentalmente na relação com o cliente final. A inclusão da palavra moda no tema do congresso, refletiu a nova revolução tecnológica que resultará em uma incorporação mais rápida de moda e design no processo de produção, como forma de agregar valor aos produtos. As sessões abordaram outras questões, tais como: como novos produtos e novos serviços aparecerão e como eles estão ligados às necessidades dos consumidores; os impactos de um maior apelo à sustentabilidade e à transparência; os novos processos; as novas formas de gestão; entre outros; em um portfólio mais amplo de temas que provavelmente irá abranger a maioria das questões urgentes da indústria do calçado.

“Quando sugeri o tema deste 20º congresso — ‘From Fashion to Factory: A New Technological Age’ estava a pensar em Portugal. Portugal era o local certo para debater este tópico, porque há poucos países no mundo onde podemos encontrar em simultâneo toda a cadeia de produção, com muito bom ‘know-how’ produtivo e com conhecimento aprofundado da moda e design”

Yves Morin
Presidente da UITIC
(União Internacional dos Técnicos da Indústria de Calçado)

Mais de 30 oradores

O futuro da indústria de calçado a nível mundial foi o ponto central em discussão, com os seguintes painéis em destaque:

- Novos produtos e novos serviços ligados às necessidades dos consumidores;
- Desenvolvimento inteligente e produção;
- Sustentabilidade, transparência da cadeia de abastecimento e tendências regulatórias que afetam as fábricas;
- Fábricas centradas no homem e novas formas de gestão.

Ainda de referir que o Congresso foi o mais concorrido de sempre com cerca de 570 participantes profissionais do sector oriundos de mais de 33 países.

Outro dos pilares deste projeto assenta no fornecimento às empresas da fileira do calçado de informação que as auxiliem na tomada de decisão, seja a nível macro e/ou micro. Assim, foram disponibilizados às empresas vários documentos ao longo de 2018 e 2019, dos quais destacamos as FootGrafias e World Footwear Yearbook. Este último fornece uma visão do calçado numa perspetiva internacional.

Por último, com o objetivo de reforçar a campanha de imagem da fileira do calçado, foram desenvolvidos conteúdos internacionais relacionados com o projeto WorldFootwear. Quer a plataforma de notícias, quer a *newsletter* semanal são excelentes veículos de marketing de conteúdo. Em 2018 procedeu-se à publicação de cerca de 400 artigos que resultaram na elaboração e difusão de 56 *newsletters*, enviadas a um universo de cerca de 12.000 subscritores, dispersos um pouco por todo o mundo. As redes sociais Facebook e LinkedIn relacionadas com este projeto foram também objeto de atenção, servindo de plataforma de partilha de algumas das notícias mais relevantes publicadas originalmente no site e permitindo, por um lado, ao Calçado Português ganhar uma maior notoriedade e, por outro, aumentar o tráfego para o site e alargar a base de dados de stakeholders do mundo do calçado.