



Lisb@20²⁰

COMPETE
2020

PORTUGAL
2020



Designação do projeto | Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado - 2019

Código do projeto | POCI-02-0752-FEDER-038080

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

Região de intervenção | Mundo

Entidade Beneficiária | APICCAPS

Data de Aprovação | 06-02-2019

Data de início | 01-08-2018

Data de conclusão | 31-07-2020

Custo total | 16.905.024,76 €

Apoio financeiro da União Europeia | 9.159.216,50 €

Cofinanciado pelo PO Compete 2020 | 9.053.824,69 €

Cofinanciado pelo PO Lisboa 2020 | 44.627,88 €

Cofinanciado pelo PO Cresc Algarve 2020 | 60.763,93 €

Este projeto visa concretizar parte da iniciativa estratégica Internacionalizar e Comunicar prevista no Footure 2020, o Plano Estratégico do Cluster do Calçado. O projeto abrange ações que visam o conhecimento dos mercados externos (feiras/exposições), a prospeção e presença em mercados internacionais (prospeção e captação de novos clientes) e a dinamização de ações de promoção e marketing internacional (ações de promoção), incluindo a utilização de ferramentas web (canais digitais).

O plano é composto pelas seguintes cinco tipologias de ação:

1. **Feiras e Exposições:** as feiras e exposições profissionais são o tipo de ação com mais tradição na promoção internacional do cluster e continuam a ser fundamentais, apesar da importância crescente dos meios digitais. Constituem uma oportunidade única para contactar um elevado número de potenciais novos clientes, renovar e aprofundar contactos com clientes já existentes, proporcionar 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) e observar os concorrentes e as tendências da moda, o que é igualmente decisivo para melhorar o posicionamento relativo da oferta portuguesa.
O plano de ação prevê a presença em 50 edições de 25 eventos diferentes, realizadas em 12 países.
2. **Missões:** as missões são iniciativas direccionadas para mercados em que Portugal não tem ainda uma posição relevante, tendo a vantagem de proporcionar um contacto direto com interlocutores selecionados. O plano de ação contempla uma missão direta (Canadá) e três missões inversas (EUA, Japão e Coreia do Sul). Contempla, ainda, uma missão que trará a Portugal jornalistas de moda e jornalistas de publicações especializadas em calçado.
3. **Comunicação Empresarial:** continuar o trabalho já iniciado de reforço e qualificação da 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:** ações de promoção internacional do cluster português do calçado, mais diretamente relacionadas com a atividade de promoção externa das empresas e que envolvem 4 componentes, a saber:
 - Campanha Portuguese Shoes;
 - Campanha de Marketing Digital Portuguese Shoes;
 - Ações integradas de promoção em mercados específicos;
 - Ações de promoção de segmentos específicos.

Execução Física do Projeto

Até ao momento foram realizadas diversas ações internacionais sendo de destacar as seguintes:

| Participação em Feiras | |
|------------------------|-------------------------|
| Pitti Jan2019 | Magic Ago2019 |
| Pitti Jun2019 | Moda Footwear Fev2019 |
| Garda Jan2019 | Lineapelle Fev2019 |
| Garda Jun2019 | Lineapelle Set2019 |
| Premium Jan2019 | Momad Mar2019 |
| Premium Jun2019 | ILM Mar2019 |
| Panorama Jun2019 | ILM Set2019 |
| CIFF&Revolver Fev2019 | Gallery Fev2019 |
| CIFF&Revolver Ago2019 | Gallery Ago2019 |
| Colombiamoda Jul2019 | Crecendo Mar2019 |
| Pure Fev2019 | Crecendo Set2019 |
| Pure Ago2019 | FW Tokyo Abr2019 |
| Micam Fev2019 | FW Tokyo Out2019 |
| Micam Set2019 | Leatherworld Mai2019 |
| Mipel Fev2019 | Premiere classe Jan2019 |
| Mipel Set2019 | Shoes Room Mar2019 |
| Magic Fev2019 | Shoes Room Set2019 |

Destacamos algumas das feiras onde participamos e respetivo número de empresas que estiveram presentes:

| Participação em Feiras | |
|-------------------------------|---------------------|
| Feiras | N.º Empresas |
| Micam Fev2019 | 75 |
| Micam Set2019 | 68 |
| Garda Jan2019 | 63 |
| Garda Jun2019 | 60 |
| Gallery Fev2019 | 18 |
| Lineapelle Fev2019 | 12 |
| Crecendo Set2019 | 11 |
| Crecendo Mar2019 | 10 |
| Gallery Ago2019 | 10 |

Paralelamente, realizamos uma missão inversa de compradores do Japão, Coreia do Sul e Estados Unidos da América a Portugal. Ao nível da comunicação empresarial das empresas foram concretizadas algumas ações em publicidade e assessoria.

| Outras Ações | |
|---------------------|---|
| Publicidade | Catálogos |
| Espanha | Campanhas Marketing Digital |
| França | Produção de Conteúdos Fotográficos |
| Reino Unido | Missões |
| Itália | Missão Inversa Coreia do Sul |
| Assessoria | Missão Inversa Japão |
| Espanha | Missão Inversa EUA |
| EUA | |

Verificaram-se 403 participações/inscrições com um número global de 143 empresas participantes, abrangendo 9 mercados/países, concretamente, Itália, Alemanha, Dinamarca, Espanha, França, Reino Unido, EUA, Japão e Colômbia.

Por fim, verificou-se também a concretização da campanha do PortugueseShoes para todo o setor da fileira do calçado, bem como o envio de mailings a *stakeholders* do calçado, especialmente compradores, para os mercados dos EUA e Japão.