

Notí- cias

NEGÓCIOS

Indústria de calçado sob pressão a nível internacional

INDÚSTRIA

Calçado português foi a Bruxelas prestar contas

PRODUÇÃO

Portugal consolida-se como alternativa para a produção global de calçado

COMUNICAÇÃO

Portuguese Soul regressa à RTP2 com nova temporada



FICHA TÉCNICA	DIRETOR	EDIÇÃO	CONCEÇÃO GRÁFICA	DISTRIBUIÇÃO
PROPRIEDADE	Presidente da APICCAPS	Gabinete de Comunicação da APICCAPS	Manifesto Works	Gratuita aos associados
APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos	FOTO DE CAPA	claudiapinto@apiccaps.pt	EXECUÇÃO	TIRAGEM
	Pedro Afonso		Laborpress	2.000 exemplares
N.º DL: 366612/13				
Rua Alves Redol, 372 4050-042 Porto Tel 225 074 150 geral@apiccaps.pt www.apiccaps.pt				

INDÚSTRIA DE CALÇADO SOB PRESSÃO

a nível internacional

Foto de Carlos Teixeira

Depois de um ano de 2025 extremamente difícil para a indústria mundial do calçado, com os principais produtores a registarem perdas significativas, o comércio internacional iniciou 2026 igualmente sob forte pressão.

No primeiro trimestre de 2026, as exportações de calçado dos dez principais países produtores-exportadores diminuíram 12,3% em valor, passando de 22,3 para 19,5 mil milhões de euros, face ao mesmo período do ano anterior.

Nos países para os quais existem dados disponíveis em volume, a quebra foi bastante mais moderada. Em conjunto, China, Índia, Itália, Espanha, Portugal e Brasil exportaram 2,31 mil milhões de pares de calçado no primeiro trimestre de 2026, menos 3,2% do que no período homólogo. Esta diferença entre a evolução em valor e em volume sugere que parte da quebra poderá refletir alterações nos preços médios de exportação e no mix de produtos, para além da redução das quantidades comercializadas.

"O contexto internacional continua a ser particularmente exigente para toda a indústria do calçado. A desaceleração do consumo, a elevada incerteza nos principais mercados e as tensões geopolíticas estão a afetar praticamente todos os grandes produtores mundiais. Os dados demonstram que estamos perante um fenómeno global e não um problema específico de um ou outro país", sublinhou o presidente da APICCAPS, Luís Onofre.

A China manteve-se, de longe, como o maior exportador mundial, mas as suas exportações caíram 17,6% em valor no primeiro trimestre. Depois de exportar 9,75 mil milhões de euros nos primeiros três meses de 2025, vendeu ao exterior 8,03 mil milhões de euros no mesmo período de 2026. A quebra foi particularmente acentuada em março, quando as exportações recuaram de 2,94 para 1,66 mil milhões de euros. Em volume, contudo, a redução foi bastante mais contida (-2,5%), passando de 2,15 para 2,10 mil milhões de pares.

Também o Vietname registou uma diminuição de 9,3% nas exportações, de 5,11 para 4,63 mil milhões de euros, enquanto a Indonésia recuou 10,9%, de 1,74 para 1,55 mil milhões de euros.



Na Índia, as exportações diminuíram 19,5% em valor. Entre os países analisados, as maiores contrações verificaram-se na Turquia (-27,9%, de 302 para 218 milhões de euros) e no Brasil (-29,6%, de 256 para 180 milhões de euros). O México apresentou uma redução mais moderada, de 4,4%.

Os produtores-exportadores europeus revelaram maior resiliência, embora também tenham permanecido em terreno negativo. Em Itália, as exportações recuaram apenas 1,6% em valor, de 3,04 para 2,99 mil milhões de euros. Contudo, em volume, a quebra foi de 15,2%, passando de 60,5 para 51,3 milhões de pares, o que poderá refletir um aumento do preço médio de exportação ou uma maior concentração em produtos de valor acrescentado.

Em Espanha, as exportações diminuíram 3,8% em valor (de 977 para 940 milhões de euros), mas cresceram 0,5% em volume, atingindo 46,3 milhões de pares no primeiro trimestre de 2026.

Já Portugal, depois de ter encerrado 2025 com um crescimento de 0,8% nas exportações, registou um abrandamento no início de 2026. Até abril, as empresas portuguesas exportaram 25 milhões de pares de calçado (-5,4%), no valor de 554 milhões de euros, o que representa uma diminuição de 3% face ao mesmo período do ano anterior.

"Vivemos um período de enorme volatilidade nos mercados internacionais. Neste contexto, as empresas portuguesas têm conseguido demonstrar uma resiliência assinalável, sustentada na aposta em produtos de maior valor acrescentado, na inovação e na diversificação de mercados. Ainda assim, o enquadramento externo continua a ser muito desafiante e exige prudência para os próximos meses", afirma Luís Onofre.

Calçado português foi a Bruxelas

PRESTAR CONTAS

Bruxelas foi o palco da conferência "Bioeconomy in Motion: How Portugal is Shaping Europe's Sustainable Future", uma iniciativa da APICCAPS, da Confederação Europeia da Indústria do Calçado (CEC) e do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP), dedicada a apresentar os resultados dos maiores investimentos de sempre realizados pelo setor português do calçado nas áreas da inovação, sustentabilidade e bioeconomia.

4 Perante representantes das instituições europeias, decisores políticos, empresários e investigadores, a indústria portuguesa do calçado apresentou o resultado de um processo de transformação que mobilizou mais de 70 milhões de euros em investimento nos últimos anos, grande parte dos quais apoiados pelo Plano de Recuperação e Resiliência (PRR). "Enquanto muitos discutem o futuro, nós escolhemos construí-lo", afirmou Luís Onofre, presidente da APICCAPS, defendendo que Portugal está a demonstrar, na prática, como a reindustrialização europeia pode acontecer. "A Europa fala de reindustrialização. Portugal está a fazê-la acontecer", acrescentou.

Segundo o responsável, o setor português optou por um caminho diferente daquele seguido por muitas economias concorrentes. "Portugal não escolheu competir pelo preço. Escolheu competir pelo conhecimento, pela inovação, pela sustentabilidade, pela tecnologia e pela criatividade", sublinhou.

Foi dessa visão que nasceu o BioShoes4All, um dos maiores projetos colaborativos alguma vez desenvolvidos pela indústria nacional, reunindo empresas, centros tecnológicos, universidades e marcas em torno de um objetivo comum: desenvolver o calçado do futuro. "Mais sustentável, mais inteligente, mais transparente e mais europeu", resumiu Luís Onofre.

Num momento em que a União Europeia procura reduzir dependências externas, reforçar cadeias de valor estratégicas e recuperar capacidade industrial, a experiência portuguesa foi apresentada como um exemplo concreto de que a indústria continua a ser parte da solução. "Uma solução para a competitividade, para a inovação, para o emprego qualificado e para a autonomia estratégica da Europa", referiu.

A conferência decorreu poucos dias depois da Comissão Europeia apresentar a sua nova Estratégia para a Bioeconomia. Para Luís Onofre, esta aposta está profundamente alinhada com a história e o futuro do setor. "Os produtos de base biológica estão na génese da indústria do calçado. O couro foi provavelmente o primeiro material industrial e continua a ser um exemplo de valorização de um subproduto da indústria alimentar", destacou.

O presidente da APICCAPS defendeu que o BioShoes4All demonstra que uma economia assente em recursos biológicos é possível e viável na Europa. Ao longo dos últimos anos, o projeto permitiu desenvolver novos biomateriais, soluções de circularidade, processos produtivos mais eficientes e ferramentas digitais destinadas a reduzir o impacto ambiental da indústria.

Na sessão foi igualmente reforçada a necessidade de a reindustrialização europeia passar das intenções à ação. "A reindustrialização não pode continuar a ser apenas um slogan. Tem de se transformar numa política, num compromisso e numa prioridade", defendeu Luís Onofre, apelando a uma Europa que apoie quem produz, investe e inova, sem comprometer a competitividade no processo de transição verde.

A encerrar a conferência, o líder da indústria portuguesa do calçado deixou uma mensagem clara aos decisores europeus. "O futuro da Europa não deve ser importado. Deve ser concebido, desenvolvido e produzido na Europa". Uma convicção sustentada pelo percurso recente do setor português, que pretende continuar a afirmar-se como uma referência europeia na construção de uma indústria mais sustentável, tecnológica e competitiva.



Foto de François Lenoir

ECONOMY OTION:

GAL IS SHAPING EUROPE'S
E FUTURE

NE SSELS

NT
NTATION OF
TO THE
UNION

CANB



Comissão Europeia aponta calçado português **COMO EXEMPLO PARA A EUROPA**

6



Foto de François Lenoir



O comissário europeu para a Economia e Produtividade, Implementação e Simplificação, Valdis Dombrovskis, que coordena o PRR, considerou que a indústria portuguesa do calçado é um exemplo de como a Europa pode reforçar a sua competitividade através da inovação, da sustentabilidade e da aposta na qualidade, destacando os resultados alcançados pelo projeto BioShoes4All.

Numa mensagem transmitida em Bruxelas por Arnolds Eizensmits, membro do gabinete do comissário responsável por Portugal, Dombrovskis sublinhou que o setor do calçado demonstra a capacidade da indústria europeia para competir nos mercados internacionais “não por ser a mais barata, mas por ser melhor e mais fiável”.

“O setor do calçado em Portugal faz parte da identidade industrial do país. Reúne trabalhadores qualificados, empresas familiares, exportadores, designers, centros tecnológicos, investigadores e fornecedores”, afirmou, acrescentando que a indústria portuguesa tem revelado “uma notável capacidade de adaptação” às novas exigências dos mercados globais.

O responsável europeu destacou ainda o papel do projeto BioShoes4All, considerando que a iniciativa apoia áreas “diretamente ligadas à competitividade futura”, como os biomateriais, a eficiência dos recursos, as ferramentas digitais, a valorização de resíduos e a ligação entre a investigação e a indústria. “Este é o tipo de investimento de que a Europa precisa: direcionado, prático e ligado às necessidades reais da indústria”, declarou.

Dombrovskis recordou que o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) português está a canalizar mais de 70 milhões de euros para duas grandes iniciativas do cluster do calçado: o BioShoes4All, com 41 milhões de euros, e o FAIST – Agile, Intelligent, Sustainable and Technological Factory, com 50 milhões de euros destinados à digitalização, automação e manufatura inteligente.

Na sua intervenção, o comissário defendeu também uma maior simplificação administrativa para as empresas europeias, especialmente as pequenas e médias empresas. “Se as regras forem demasiado complexas para implementar ou criarem encargos desproporcionados, não irão gerar a competitividade de que precisamos”, afirmou, assegurando que a simplificação “não significa baixar padrões”, mas sim tornar a regulamentação mais eficaz.

A concluir, Dombrovskis considerou que a indústria portuguesa do calçado demonstra que “tradição e modernização podem caminhar juntas” e que o investimento europeu pode ajudar as empresas a preparar o futuro. “A competitividade da Europa será construída passo a passo, por indústrias que inovam, empresas que investem e trabalhadores com as competências certas. A indústria portuguesa do calçado está a caminhar com confiança para o futuro e a ajudar a Europa a fazer o mesmo”, concluiu.

Calçado importado pela UE gera **MAIS DE 1,2 MILHÕES DE TONELADAS** de potenciais resíduos por ano

8



A União Europeia importa, anualmente, de países terceiros, cerca de 1,22 milhões de toneladas de calçado, com um preço médio de 10,23€, que têm como eventual destino os aterros. Os dados são da Confederação Europeia da Indústria do Calçado (CEC).

Os números apresentados no âmbito da Conferência "Bioeconomy in Motion: How Portugal is Shaping Europe's Sustainable Future", promovida pela APICCAPS em Bruxelas, no âmbito do projeto BioShoes4All, revelam a dimensão do desafio ambiental associado ao consumo de calçado no espaço europeu e reforçam a necessidade de acelerar a transição para modelos mais sustentáveis e circulares.

De acordo com a organização, os países da União Europeia importam anualmente cerca de 1,98 mil milhões de pares de calçado. Considerando que cada par tem um peso médio de 616 gramas, este volume corresponde a cerca de 1,22 milhões de toneladas de potenciais resíduos, uma quantidade equivalente ao peso de milhares de aviões comerciais de grande porte.

Os dados surgem numa altura em que Bruxelas reforça as exigências ambientais para a indústria da moda e do calçado, promovendo medidas que incentivam a durabilidade dos produtos, a reciclagem de materiais e a redução do desperdício ao longo da cadeia de valor.

Para a Confederação Europeia da Indústria do Calçado, os números demonstram a urgência de desenvolver soluções que permitam prolongar o ciclo de vida dos produtos e aumentar a incorporação de materiais sustentáveis. A organização defende que a circularidade será um dos principais fatores de competitividade para o setor nos próximos anos.

Foto de Frederico Martins

CALÇADO PORTUGUÊS: UM EXEMPLO PARA A EUROPA

O comissário europeu para a Economia, Produtividade, Implementação e Simplificação, Valdis Dombrovskis, que coordena o PRR, considerou que a indústria portuguesa do calçado é um exemplo de como a Europa pode reforçar a sua competitividade através da inovação, da sustentabilidade e da aposta na qualidade, destacando os resultados alcançados pelo projeto BioShoes4All.

O responsável europeu destacou o papel do projeto BioShoes4All, considerando que a iniciativa apoia áreas “diretamente ligadas à competitividade futura”, como os biomateriais, a eficiência dos recursos, as ferramentas digitais, a valorização de resíduos e a ligação entre a investigação e a indústria. “Este é o tipo de investimento de que a Europa precisa”.

Já para o Presidente da APICCAPS, Luís Onofre, “o modelo atual europeu não é sustentável”. Por esse motivo, a indústria portuguesa do calçado tem procurado posicionar-se na linha da frente desta transformação, através de projetos de inovação ligados aos biomateriais, à reutilização de resíduos e ao desenvolvimento de novos processos produtivos mais eficientes. Iniciativas como o BioShoes4All têm precisamente como objetivo responder aos desafios colocados pelas novas exigências ambientais europeias.

Perante representantes das instituições europeias, decisores políticos, empresários e investigadores, a APICCAPS e o Centro Tecnológico do Calçado de Portugal apresentaram o resultado de um processo de transformação que mobilizou mais de 70 milhões de euros em investimento nos últimos anos, grande parte dos quais apoiados pelo Plano de Recuperação e Resiliência (PRR). “Enquanto muitos discutem o futuro, nós escolhemos construí-lo”, afirmou Luís Onofre, defendendo que Portugal está a demonstrar, na prática, como a reindustrialização europeia pode acontecer. “A Europa fala de reindustrialização. Portugal está a fazê-la acontecer”, acrescentou.

Segundo o responsável, o setor português optou por um caminho diferente daquele seguido por muitas economias concorrentes. “Portugal não escolheu competir pelo preço. Escolheu competir pelo conhecimento, pela inovação, pela sustentabilidade, pela tecnologia e pela criatividade”, sublinhou.

Foi dessa visão que nasceu o BioShoes4All, um dos maiores projetos colaborativos alguma vez desenvolvidos pela indústria nacional, reunindo empresas, centros tecnológicos, universidades e marcas em torno de um objetivo comum: desenvolver o calçado do futuro. “Mais sustentável, mais inteligente, mais transparente e mais europeu”, resumiu Luís Onofre.

O projeto mobilizador reúne, de acordo com Maria José Ferreira que coordena o BioShoes4All, cerca de 70 parceiros e estrutura-se em cinco pilares estratégicos: biomateriais, calçado ecológico, economia circular, tecnologias avançadas de produção e capacitação e promoção. “Ao longo dos últimos anos, permitiu desenvolver novos produtos, biomateriais, soluções de reciclagem, processos produtivos mais eficientes e ferramentas digitais orientadas para a redução do impacto ambiental da indústria”, sublinhou.

Num momento em que a União Europeia procura reduzir dependências externas, reforçar cadeias de valor estratégicas e recuperar capacidade industrial, a experiência portuguesa foi apresentada como um exemplo concreto de que a indústria continua a ser parte da solução. “Uma solução para a competitividade, para a inovação, para o emprego qualificado e para a autonomia estratégica da Europa”, referiu Luís Onofre.



CATÓLICA
CATÓLICA PORTO
BUSINESS SCHOOL

PORTO

1, 2, 3... ASSIM SE COMEÇA A CONTAR

Aqui contamos números e histórias reais.
De percursos, de líderes, de sucessos: a Católica
Porto Business School faz parte de um grupo mundial
de apenas 1% de business schools que acumulam
a tripla acreditação **EQUIS, AMBA** e **AACSB**.
Somos 1 de 4 faculdades em Portugal e a única
no Porto. E isto é reconhecimento internacional
da qualidade do nosso ensino,
investigação e programas.

Fale connosco e saiba o que podemos fazer
para criar equipas e líderes de sucesso.

EMPOWER YOUR
FUTURE

SAIBA MAIS



catolicabs.porto.ucp.pt



Calçado português em destaque na **SEMANA DA MODA DE MILÃO**

**SAUL NASH JUNTA-SE À TOWORKFOR PARA REINTERPRETAR
O BOAT SHOE ENTRE O TÉCNICO E O LUXO**

Foto de Saul Nash (cortesy)



O calçado português voltou a marcar presença numa das principais semanas de moda internacionais. Desta vez, em Milão, o designer londrino Saul Nash apresentou um modelo desenvolvido em parceria com a marca portuguesa TOWORKFOR, no âmbito da sua coleção Primavera/Verão 2027, STANCE.

Reconhecido por uma abordagem criativa centrada no movimento e pela forma como cruza sportswear e alfaiataria, Saul Nash levou essa mesma linguagem para o universo do calçado, reinterpretando o clássico boat shoe. O modelo, inteiramente produzido em Portugal, combina uma gáspea em malha e camurça com um sistema de aperto com atacadores de inspiração drawstring, traduzindo o encontro entre a visão criativa do designer e o saber-fazer da indústria portuguesa.

Para Saul Nash, o interesse em trabalhar com Portugal foi imediato. “Sinto-me atraído pela qualidade e pela especialização do calçado português. Fiquei realmente surpreendido ao perceber que até os sapatos criados para trabalho e segurança têm costuras feitas à mão na gáspea”, afirma o designer.

Desenvolvido em parceria com a TOWORKFOR, marca portuguesa reconhecida pela sua especialização no segmento do calçado profissional e de segurança, o modelo evidencia a versatilidade da indústria nacional e a sua capacidade de responder a desafios criativos exigentes, aliando conhecimento técnico, inovação e qualidade de execução. “Trabalhar com a TOWORKFOR foi particularmente interessante. A marca é sobretudo conhecida pelo calçado de segurança e proteção, pensado para contextos de trabalho exigentes. Foi muito estimulante pegar numa das suas silhuetas clássicas e reinterpretá-la através de materiais leves e de uma linguagem que representa o ADN da nossa marca”, sublinha Saul Nash.

A colaboração enquadra-se na missão da APICCAPS de aproximar criadores internacionais de referência da indústria portuguesa de calçado, promovendo o diálogo entre design, capacidade industrial e inovação. “Estas colaborações refletem o compromisso da APICCAPS em apoiar os designers através de competências produtivas de excelência, ao mesmo tempo que evidenciam a qualidade, a versatilidade e a capacidade de inovação da indústria portuguesa de calçado”, afirma Cláudia Pinto, diretora de comunicação da APICCAPS. “Os materiais utilizados nas coleções foram desenvolvidos no âmbito do projeto BioShoes4All, reforçando a aposta da associação na investigação, na inovação e no desenvolvimento de soluções mais sustentáveis para o setor. A proximidade estabelecida com os designers ao longo de todo o processo criativo e de desenvolvimento das coleções permite transformar propostas diferenciadoras em produtos de elevada qualidade, concebidos para responder às exigências do mercado e perdurar no tempo.” A indústria portuguesa de calçado exporta mais de 90% da sua produção e é cada vez mais reconhecida internacionalmente pela precisão, inovação e herança artesanal.

O modelo foi apresentado no desfile STANCE, durante a Semana da Moda de Milão, no espaço Forza e Coraggio, uma das mais antigas sociedades desportivas da cidade, assinalando o segundo design de calçado assinado por Saul Nash.

RIVA DEL GARDA: ABRIR AS PORTAS a um mundo que se fecha

Mais de mil expositores de 44 países, juntamente com 219 compradores convidados de 49 países, marcaram presença na 105ª edição da Expo Riva Schuh & Gardabags, em Itália. Numa altura em que o comércio mundial está em contração, estes números reforçam a relevância destes eventos para o setor do calçado e acessórios.

Perante a instabilidade geopolítica, com tarifas aduaneiras, barreiras comerciais e alianças em constante mudança, como pode uma feira crescer numa altura em que o comércio global parece cada vez mais fragmentado?

Este desafio obriga a compreender e interpretar a mudança e não limitar uma feira a um mero encontro para relações comerciais, pelo que as feiras são chamadas a assumir um papel mais amplo do que o de simples plataformas de negócio, ajudando a interpretar as transformações do mercado.

Nesse sentido, de 13 a 16 de junho, realizaram-se um total de 22 eventos dedicados à inovação, tendências e mercados, proporcionando ainda uma experiência imersiva centrada em produtos de moda, com uma abordagem vanguardista às novas tecnologias.

Os eventos organizados pela Riva del Garda Fierecongressi oferecem estabilidade aos negócios, bem como oportunidades de informação e networking, tornando-se um local “onde os mercados se encontram verdadeiramente, e não apenas de forma simbólica”.

O Innovation Village Retail (Palco Principal A2) reuniu 10 startups de 7 países — Itália, Alemanha, Países Baixos, Reino Unido, Portugal, Espanha e Coreia do Sul — culminando com o Concurso de Startups a 15 de junho. Trata-se de um espaço dedicado à descoberta de inovações concretas capazes de transformar a distribuição de calçado.

O programa Area Highlights, desenvolvido em colaboração com a Arsutoria, funcionou como um verdadeiro barómetro de tendências, com seis sessões dedicadas a malas, calçado, sapatilhas desportivas e ao mercado DACH.

O Market Focus confirmou quatro sessões dedicadas à Ásia, América, Europa, África e Médio Oriente, introduzindo ainda duas novidades. O “India Calling: Novas Rotas para os Negócios Globais”, que explorou as oportunidades resultantes do futuro acordo de comércio livre entre a União Europeia e a Índia, inaugurando o programa Market Focus Asia.

O FAIST – Fábrica Ágil, Inteligente, Sustentável e Tecnológica, com Pedro Duarte, do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP), que apresentou a transformação digital do setor português do calçado, inaugurando o Market Focus Europe.



Foto de AdobeStock



INTERNACIONALIZAÇÃO VAI ALÉM DOS NÚMEROS

A distribuição geográfica do evento reflete a sua vocação global: mais de 1.000 marcas e expositores de 44 países. Destes, 62,63% provêm de fora da Europa e 37,37% da União Europeia, percentagens que, por si só, alteram o centro de gravidade do evento. A China representa 34,46% dos expositores, a Itália 17%, a Turquia 10,61% e a Índia 9,39%.

A estes juntam-se novas participações: Vietname, Tunísia e África do Sul na Expo Riva Schuh; e uma delegação vietnamita, uma empresa japonesa e uma marca croata na área Gardabags Brands.

No que respeita aos compradores, a dimensão geográfica é ainda mais ampla, com visitantes de 100 países. Dos 219 compradores internacionais convidados de 49 países, 26 participam pela primeira vez no programa.

Contudo, a dimensão internacional do evento não se mede apenas pelos números. A diversidade de pensamento, promovida pela partilha de experiências e pelo intercâmbio entre mercados, é igualmente um dos seus principais ativos. Um exemplo disso é a Cimeira dos Líderes da Indústria do Calçado da América Latina, que decorre no Centro de Congressos de Riva del Garda durante a feira e reúne membros da ACCAL, organização que representa as principais associações nacionais e câmaras de comércio do setor latino-americano do calçado e dos seus componentes.

PORTUGAL CONSOLIDA-SE COMO ALTERNATIVA para a produção global de calçado

Num setor em que 88% da produção mundial continua concentrada na Ásia, de acordo com o World Footwear Yearbook 2025, as grandes marcas de moda estão a olhar para Portugal de uma forma diferente. O que começou há duas décadas como uma estratégia para escapar à competição baseada exclusivamente no preço transformou-se num dos casos mais relevantes de reposicionamento industrial na Europa.

A mudança foi um dos temas centrais de um encontro promovido pela The Business of Fashion e pela APICCAPS, realizado em Nova Iorque, no passado dia 27 de maio, que reuniu designers, líderes de marcas e diretores de sourcing de empresas como Reformation, Coach, Kate Spade New York, Revolve, Loeffler Randall, Margaux, Rag & Bone e Proenza Schouler.

A conversa, moderada por Yasmine Dahlberg, da Business of Fashion, contou com a participação de Paulo Gonçalves, diretor executivo da APICCAPS, Ana Correa, estratega de acessórios e calçado da WGSN, e Patricio Campillo, diretor criativo da marca Campillo e membro da BoF 500.

PORTUGAL, UMA ALTERNATIVA CREDÍVEL

A crescente instabilidade geopolítica, a volatilidade tarifária e as sucessivas perturbações das cadeias de abastecimento estão a levar muitas empresas a rever estratégias de produção que permaneceram praticamente inalteradas durante décadas. Ao mesmo tempo, os consumidores valorizam cada vez mais qualidade, durabilidade e transparência, criando exigências para as marcas que estão a reavaliar a dependência do mercado asiático.

Nesse contexto, Portugal tem vindo a afirmar-se como uma alternativa credível. “Hoje, Portugal oferece o melhor de dois mundos: a agilidade e o saber-fazer de uma indústria especializada, combinados com a capacidade industrial e a eficiência exigidas pelas marcas globais”, afirmou Paulo Gonçalves, diretor executivo da APICCAPS.

A transformação do setor não aconteceu por acaso. Nos últimos anos, a indústria portuguesa do calçado investiu mais de 600 milhões de euros em automação, robótica, sustentabilidade e modernização produtiva. Só através do projeto FAIST — Factories for Agile, Intelligent, Sustainable and Technological Industry — foram aplicados mais de 50 milhões de euros em tecnologias avançadas de produção.

O objetivo era claro: deixar de competir pelo preço e passar a competir pelo valor. “A China está a perder espaço para outros países asiáticos porque haverá sempre alguém capaz de oferecer preços mais baixos. Se tivéssemos tentado competir pelo preço, não teria resultado”, explicou Gonçalves.

Os números ajudam, de facto, a perceber a dimensão da mudança: Portugal exporta atualmente mais de 90% da sua produção para cerca de 170 mercados. Em 2025, as exportações de calçado atingiram aproximadamente 1,7 mil milhões de euros, contrariando a tendência de quebra registada em vários países produtores concorrentes. A diversificação da oferta, incluindo segmentos de maior valor acrescentado e calçado técnico, tem sido apontada como um dos principais fatores de resiliência do cluster nacional.



A evolução também se faz sentir ao nível da perceção internacional. Publicações especializadas têm destacado Portugal como um dos principais polos europeus de produção para marcas premium e de luxo, sublinhando a combinação entre tradição artesanal, inovação tecnológica e proximidade aos mercados europeus e norte-americano.

Para Patricio Campillo, fundador e diretor criativo da marca Campillo, o contacto direto com a indústria portuguesa revelou precisamente essa capacidade de transformar ideias em produto: “Quando visitei Portugal, tive a possibilidade de imaginar algo e vê-lo concretizado. Isso mudou completamente a equação. Percebemos o nível de especialização dos fabricantes, o conhecimento profundo do seu ofício e a tradição necessária para transmitir esse saber. Tudo isso encaixa perfeitamente no ADN da nossa marca”.

A capacidade produtiva do país deixou também de estar associada exclusivamente ao calçado clássico em couro. Hoje, as fábricas portuguesas produzem sneakers premium, desenvolvem materiais sustentáveis e investem em novas soluções técnicas, respondendo às exigências de um mercado em rápida transformação.

TIVA ESTRATÉGICA

Foto de Olivia LiCalzi/BFA.com



Mais do que um centro de produção, Portugal procura posicionar-se como parceiro estratégico das marcas. Essa relação, defendem os intervenientes no debate, deve começar muito antes da fase industrial. “Não se trata apenas de fabricar um produto. Trata-se de trabalhar em conjunto para construir a marca. Quando isso acontece, tanto o fabricante como o designer ficam satisfeitos com o resultado — e o consumidor ainda mais”, afirmou Ana Correa.

Campillo concorda e destaca a dimensão humana dessa colaboração: “A empatia nas relações comerciais é fundamental para uma troca justa de valor, produtos, ideias e conceitos. Somos pessoas apaixonadas pelo que fazemos. Comunicar com a minha fábrica em Portugal é como falar com família.”

É precisamente essa proximidade que Paulo Gonçalves considera ser uma das principais vantagens competitivas do país. “As relações constroem-se com base na confiança e na transparência. Quando surgem problemas no processo de fabrico, a solução começa pela capacidade de pegar no telefone e ter uma conversa direta. Essa é a base de uma relação bem-sucedida entre designer e fabricante”, defendeu.

AS MUDANÇAS DO CONSUMIDOR: A SUSTENTABILIDADE COMO PILAR

Segundo Ana Correa, estratega de acessórios e calçado da WGSN, a mudança no comportamento do consumidor está igualmente a redefinir os critérios de compra. “Os consumidores estão a privilegiar a longevidade, a durabilidade e até marcas que oferecem serviços de reparação. Já não se trata apenas de um produto. Trata-se de um ecossistema completo e da relação construída com o consumidor”.

A especialista considera que a origem do produto desempenha hoje um papel cada vez mais relevante: “Se vejo algo fabricado em Portugal, Espanha ou Itália, assumo imediatamente que se trata de um produto de elevada qualidade, duradouro e resistente.”

Para Campillo, a durabilidade é mesmo uma componente essencial do processo criativo: “Sempre gostei de pensar que as peças que uso transportam parte da minha história, da minha vida e das experiências vividas com aqueles sapatos.”

Ao mesmo tempo, a sustentabilidade afirma-se hoje como um dos pilares centrais na indústria do calçado, tanto do ponto de vista das marcas como das expectativas dos consumidores. Mais do que uma tendência passageira, tornou-se um critério determinante na decisão de compra e na construção de valor, refletindo uma crescente exigência por produtos produzidos de forma responsável, durável e transparente. Neste contexto, a redução do impacto ambiental, a eficiência energética e a utilização de materiais sustentáveis deixaram de ser fatores diferenciadores para passarem a requisitos essenciais num mercado global cada vez mais consciente e exigente.

Não é por isso de estranhar que a sustentabilidade se tenha tornado um dos pilares da estratégia nacional. Através da Agenda Verde do Calçado Português, os fabricantes têm vindo a melhorar indicadores relacionados com consumo de água, eficiência energética, embalagens e rastreabilidade. “Esta iniciativa permitiu-nos otimizar processos e estabelecer um modelo de produção mais sustentável, tornando os fabricantes portugueses mais preparados para responder às exigências dos mercados internacionais”, explicou Gonçalves.

Apesar dos investimentos, dos programas tecnológicos e dos indicadores económicos, o diretor executivo da APICCAPS acredita que a verdadeira diferença continua a residir nas pessoas.

Recorda, por isso, uma visita realizada no início da sua carreira a uma fábrica em Felgueiras, onde observou um colaborador acariciar cuidadosamente cada par de sapatos antes de os colocar na respetiva caixa: “Demorei muitos anos a compreender aquele gesto, aquela paixão e aquele amor. Portugal tem muito para oferecer — e não se resume apenas aos sapatos.”



CENTRO
TECNOLÓGICO DO
CALÇADO DE
PORTUGAL

...

CONSULTORIA

CIBERSEGURANÇA

A sua empresa está protegida dos perigos cibernéticos?

Como apoiamos a sua empresa?

Fase 1 **Análise**

Identificação de riscos, avaliação de vulnerabilidades e definição de um plano de ação.

Fase 2 **Implementação**

Acompanhamento técnico na aplicação das medidas de segurança, em articulação com o departamento de TI ou parceiro tecnológico.

Fase 3 **Formação**

Sensibilização e capacitação dos colaboradores para práticas digitais seguras.



+INFO

Departamento de Informática
Paulo Conceição \ paulo@ctcp.pt

• www.ctcp.pt/publicacoes

PORTUGUESE SOUL

Regressa à RTP2 com nova temporada

Foto de Tomás Monteiro

O programa Portuguese Soul regressou à RTP2 para a sua terceira temporada. Neste retorno ao pequeno ecrã, Gisela João explora a sua ligação ao universo da moda e foca-se no futuro, embarcando numa expedição pelas matérias-primas e pelas pessoas que lhe dão corpo.

O que compõe o tecido de um material? O que compõe o tecido social de um material? De que forma se tecerá o futuro destes materiais? Com que linhas se cose? O que mudará? De que forma é que esses tecidos se moldarão no futuro? São algumas das perguntas a que esta série documental da APICCAPS e da RTP procura responder, de forma individual, em cada um dos quatro episódios que mantém a sustentabilidade como fio condutor.

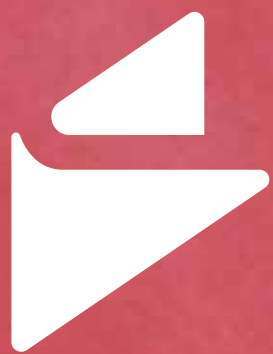
“Portuguese Soul é uma das coisas mais interessantes que fiz até hoje. O prazer que me dá em passar conhecimento é iluminador. Gosto de pensar que damos a conhecer as mãos e os rostos por detrás da indústria, fazendo assim com que tenhamos todos mais consciência do impacto das nossas escolhas diárias. O Portuguese Soul é por todos e não só por um, e isso é bonito de se fazer”, afirma Gisela João.

“A relação estabelecida com a RTP constitui um excelente exemplo de parceria entre os setores público e privado”, afirma Paulo Gonçalves. “Com este programa, conseguimos assegurar 10 horas de emissão televisiva dedicadas a temas relacionados com a bioeconomia, contribuindo para alargar a visibilidade e o debate em torno desta agenda estratégica”, acrescenta o diretor executivo da APICCAPS.

A antestreia realizou-se no Cinema Ideal, em Lisboa, e reuniu parceiros e convidados, entre os quais o diretor da RTP2, Gonçalo Madail, que enalteceu o percurso do programa, considerando-o “um caso de sucesso no panorama televisivo nacional”.

Com o apoio do PRR, no âmbito do projeto BioShoes4All, Portuguese Soul será um retrato da alma do nosso saber-fazer.





LUSOCAL



THE BEST COMPONENTS YOU WILL NEVER SEE

[LUSOCAL.COM](https://lusocal.com)

APICCAPS APRESENTA ESTUDO SOBRE sucessão empresarial no setor do calçado

A APICCAPS promove, no próximo dia 16 de julho, no Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP), em S. João da Madeira, a apresentação do estudo "Sucessão nas Empresas", um trabalho que pretende apoiar as empresas do setor na preparação dos processos de transição da liderança e da propriedade.

Num contexto em que a sucessão constitui um dos maiores desafios estratégicos das empresas familiares - que representam a esmagadora maioria do tecido empresarial nacional e do cluster português do calçado -, este estudo propõe uma abordagem estruturada para assegurar a continuidade, a competitividade e a criação de valor das organizações ao longo das gerações.

Coordenado pelo Professor Luís Todo Bom, uma das principais referências nacionais nas áreas da gestão estratégica, governação empresarial e empresas familiares, o estudo resulta de um trabalho desenvolvido especificamente para a realidade do setor do calçado. O documento identifica boas práticas nacionais e internacionais, analisa os principais desafios enfrentados pelas empresas familiares e apresenta recomendações práticas destinadas a facilitar processos de sucessão bem-sucedidos.

Para o presidente da APICCAPS, Luís Onofre, "as empresas não se constroem apenas com investimento, tecnologia ou capacidade produtiva. Constroem-se, sobretudo, através das pessoas, da visão de quem as fundou e da capacidade de transmitir esse legado às gerações seguintes". Num setor onde predominam empresas familiares, acrescenta, "a sucessão constitui um dos mais relevantes desafios estratégicos da próxima década", sendo essencial preparar atempadamente as novas gerações para assumirem responsabilidades de liderança.

Luís Onofre sublinha ainda que os processos de sucessão "raramente acontecem por acaso", exigindo preparação, planeamento e regras claras. "Quando este equilíbrio é alcançado, a sucessão deixa de ser um fator de risco para se transformar numa oportunidade de renovação, crescimento e reforço da competitividade", refere no prefácio do estudo.



Segundo o presidente da APICCAPS, esta publicação resulta da decisão da associação de colocar a sucessão empresarial no centro da sua agenda estratégica, disponibilizando às empresas "um instrumento útil, prático e orientado para a ação". Mais do que um manual técnico, acrescenta, o guia pretende promover "uma cultura de antecipação", incentivando as empresas a iniciarem o planeamento da sucessão muito antes de esta se tornar uma necessidade.

A apresentação do estudo constituirá uma oportunidade para empresários e gestores conhecerem as principais conclusões deste trabalho e refletirem sobre um tema decisivo para o futuro das empresas do setor, num momento em que a preparação das novas gerações assume uma importância crescente para a sustentabilidade e competitividade da indústria portuguesa do calçado.

19

Inovação, Garantia e Excelência ao serviço da Indústria do calçado



CORTE AUTOMÁTICO DE COURO

Centenas de milhares pares de calçado são cortados diariamente por máquinas de jacto de água desenvolvidas e fabricadas pela CEI. O encaixe de peças feito integralmente por computador e a velocidade de corte, fazem com que os equipamentos de corte CEI sejam líderes no mundo.



SOLUÇÕES ROBOTIZADAS

A Robotização na produção de calçado é um passo essencial para que esta indústria se mantenha competitiva dentro do espaço Europeu. Após a experiência adquirida pela empresa na Indústria Automóvel, a CEI desenvolveu várias soluções robotizadas para o calçado, combinando as tecnologias Laser, Jacto de água e ultrassons.



CARDAGEM DE CALÇADO POR LASER

A cardagem por laser é a mais recente tecnologia desenvolvida pela CEI para a Indústria de calçado. Como principais vantagens desta nova tecnologia, podemos referir:

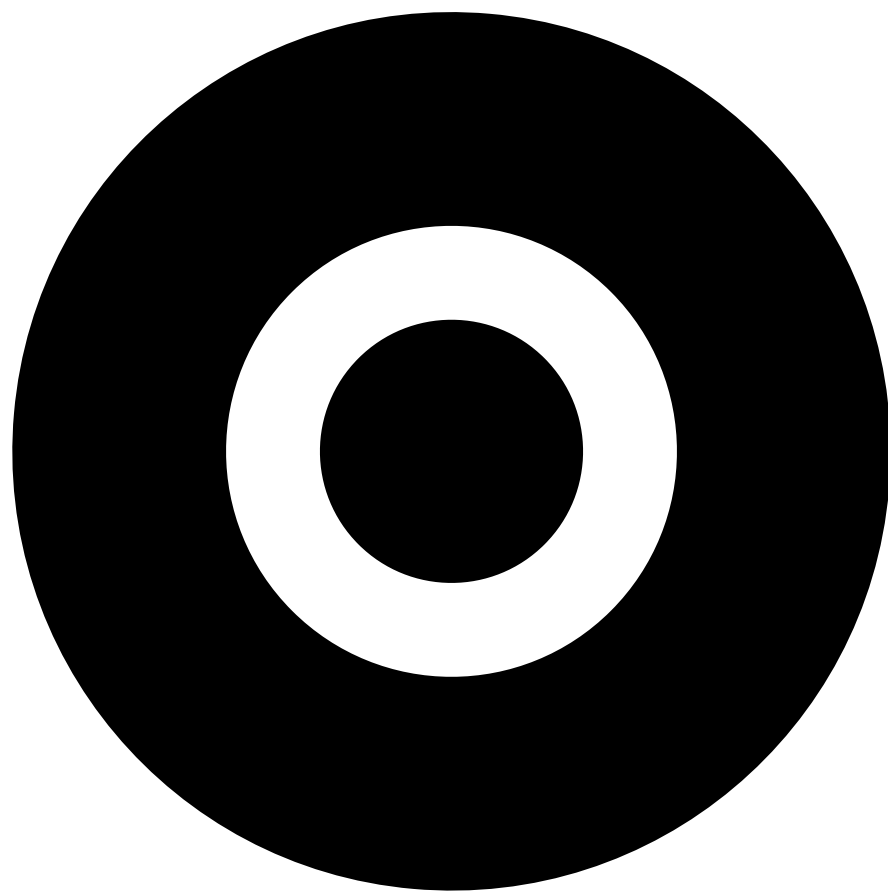
- A possibilidade de cardar qualquer tipo de configuração;
- A elevada precisão;
- O baixo tempo de cardagem por sapato;



ZIPOR

Rua dos Açores - 278 Zona Industrial, 1 - 3700-018 S. João da Madeira - Portugal Tel: +351 256 831 411 - Fax: +351 256 831 412 - Email: sales@zipor.com

A PARCERIA CERTA NA PROMOÇÃO DO SEU NEGÓCIO



Orgal
impressores

'NEXT STEP – Sustentabilidade e Inovação'

NO MUSEU DO CALÇADO

O Museu do Calçado, em São João da Madeira, tem patente a exposição temporária 'NEXT STEP – Sustentabilidade e Inovação', idealizada e promovida em parceria com o CTCP e a APICCAPS.

Nos últimos anos, a indústria portuguesa do calçado atravessou uma transformação estrutural profunda, impulsionada por novas exigências ambientais, avanços tecnológicos e uma cultura de cooperação entre empresas, centros de investigação e entidades setoriais – e a exposição torna visível esta mudança sistémica.

A mostra reúne materiais, componentes e protótipos resultantes de projetos estratégicos de I&D, como BioShoes4All e FAIST, que têm reposicionado o setor como referência internacional na transição verde e digital.

Mais do que apresentar objetos, componente ou produtos, NEXT STEP revela a lógica que os sustenta: uma cultura produtiva que articula rigor técnico, responsabilidade ambiental e visão estratégica. Até ao final do verão, o público é convidado a percorrer novos materiais, novas gramáticas e formas produtivas, e uma nova ecologia industrial — e a reconhecer que o futuro do calçado português já começou a ser desenhado.

A exposição é um convite para conhecer os materiais e processos que estão a preparar um amanhã mais sustentável, onde o calçado deixa de ser apenas um acessório para se tornar num exemplo de engenharia e respeito pelo ambiente.



21

ATOM MB E CERIM UNEM FORÇAS: A AVANTIUM NASCEU

WWW.TECMACAL.PT



AVANTIUM CD10 TS2
MÁQUINA DE REBATER/
CARDAR FUNDO DO SAPATO



AVANTIUM K175
MÁQUINA DE CARDAR
LATERAL DO SAPATO



AVANTIUM MARK 2 TS1
MÁQUINA DE MONTAR
LADOS E CALCANHEIRAS



AVANTIUM K078
MÁQUINA DE MONTAR
E CENTRAR BICOS

SEDE

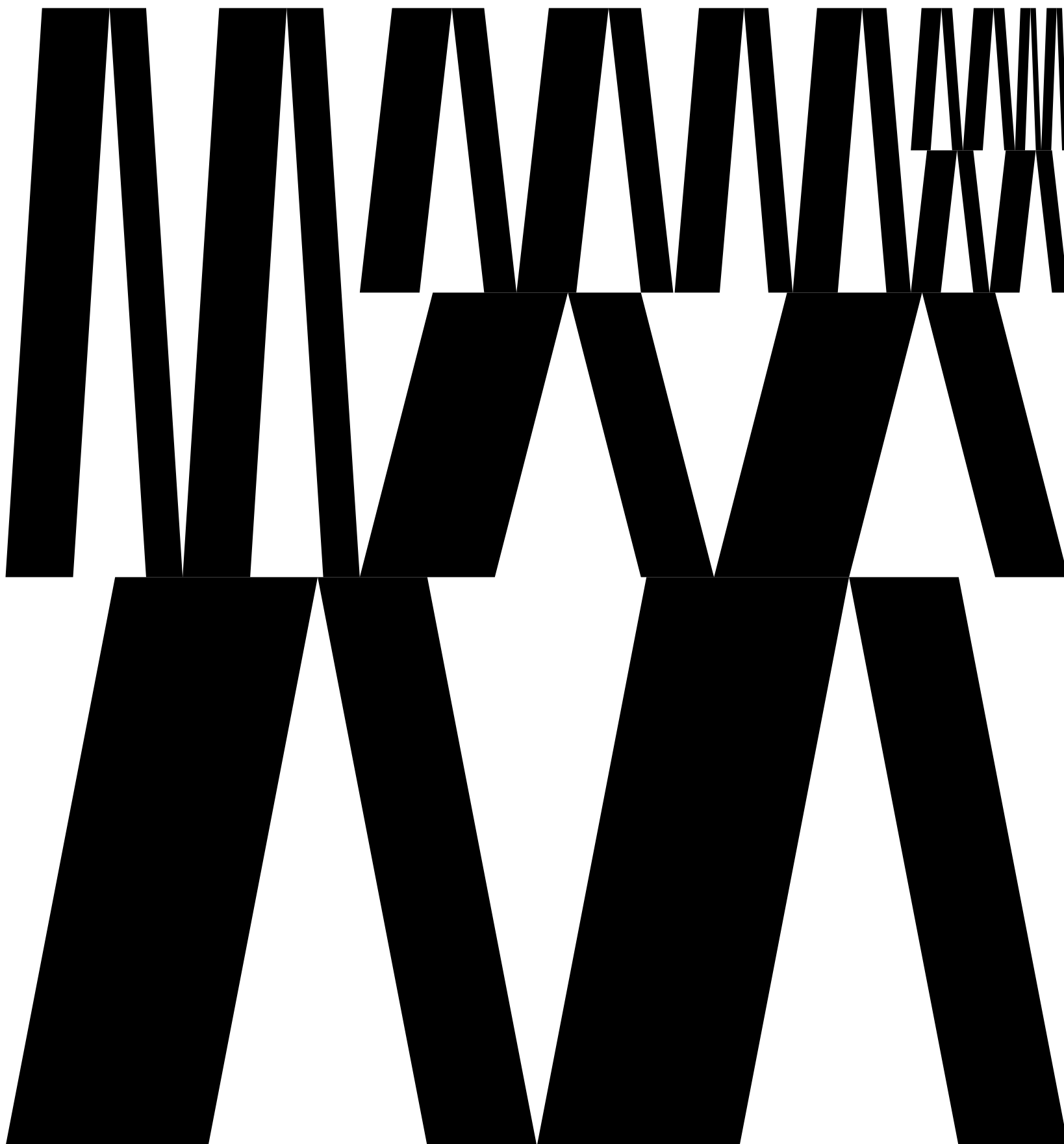
RUA DOS COMBATENTES DO ULTRAMAR
ZI Nº 1, 3700-089 S. JOÃO DA MADEIRA - PORTUGAL
TEL: +351 256 200 480 // FAX: +351 256 832 059
E-MAIL: TECMACAL@TECMACAL.PT

FELGUEIRAS

RUA BELMIRO FERREIRA 140/152/164 - MARGARIDE
4610-278 FELGUEIRAS FELGUEIRAS PORTUGAL
TEL: +351 255 318 860 // FAX: +351 255 926 996
E-MAIL: TECMACALFELGUEIRAS@TECMACAL.PT

BENEDITA

RUA REI DA MEMÓRIA, N.º 30 LOJA R/C ESQUERDO
2475-149 BENEDITA PORTUGAL
TEL: +351 262 921 302
E-MAIL: TECMACALBENEDITA@TECMACAL.PT



É com muito orgulho que temos sido o parceiro da APICCAPS, na área do design, nos últimos 10 anos.

Flexíveis, adaptáveis e em constante mudança, estamos preparados para um novo tempo.



Venha descobrir-nos em www.manifestoworks.com

Instagram: @manifestoworks

Anatomia

DE UMA INDÚSTRIA

A APICCAPS representa centenas de empresas de toda a fileira do calçado e artigos de pele. Conheça os nossos membros.

SIFAC

Com mais de 25 anos de experiência, a SIFAC é especializada no desenvolvimento e produção de formas em plástico HDPE para a indústria internacional do calçado, afirmando-se como um parceiro de referência para fabricantes em diversos mercados.

A empresa desenvolve formas de elevada precisão, destinadas tanto ao fabrico tradicional de calçado como a processos industriais mais avançados, nomeadamente de injeção direta e produção automatizada. A aposta permanente na inovação tecnológica permite-lhe responder às exigências de uma indústria em constante evolução, assegurando elevados níveis de qualidade, rigor e eficiência produtiva.

Desde 1987, a SIFAC tem investido de forma consistente em tecnologia, investigação e desenvolvimento, reforçando a sua capacidade de oferecer soluções adaptadas às necessidades específicas de cada cliente. Combinando conhecimento técnico, inovação e um forte foco no design, na moda e na estética, a empresa contribui para o desenvolvimento de coleções que conciliam conforto, funcionalidade e elevado desempenho industrial.

[HTTPS://SIFAC.PT/](https://sifac.pt/)

Foto: Sifac



DIAS RUIVO

Com mais de 80 anos de experiência na indústria de curtumes, a Dias Ruivo é uma referência na produção de couro de elevada qualidade para os setores do calçado, marroquinaria e estofos.

A empresa desenvolve, em cada estação, coleções de pele inspiradas nas principais tendências internacionais, conciliando estilos clássicos e contemporâneos. Estas propostas são apresentadas nas mais importantes feiras do setor, como a Lineapelle, a Première Vision e a APLF, reforçando a presença da empresa nos mercados internacionais.

Assente numa forte cultura de inovação, a Dias Ruivo combina décadas de investigação e desenvolvimento com um profundo conhecimento técnico e artesanal. A sua equipa multidisciplinar trabalha em estreita colaboração com os clientes para desenvolver soluções que respondam aos mais elevados requisitos de qualidade, desempenho e sustentabilidade. A rapidez de resposta, a capacidade de adaptação e o compromisso com a excelência têm permitido à empresa consolidar relações de confiança duradouras com marcas e fabricantes de todo o mundo.

[HTTPS://WWW.DIASRUIVO.COM/PT](https://www.diasruivo.com/pt)

Foto: Dias Ruivo



JOGRAL

A Jogral – Componentes para Calçado, Lda. é uma empresa especializada na produção de saltos para calçado, distinguindo-se pela experiência acumulada e pela capacidade de acompanhar a evolução das necessidades da indústria.

As suas origens remontam ao início da década de 1950, quando José Gonçalves Soares fundou uma empresa dedicada ao setor dos curtumes. Em 1965, a atividade expandiu-se para a produção de saltos em couro e madeira e, em 1983, nasceu a Jogral, assumindo como foco exclusivo o fabrico de saltos para a indústria do calçado.

Ao longo das últimas décadas, a empresa diversificou progressivamente a sua oferta, passando a produzir saltos em plástico, couro e madeira. Em 1990, estabeleceu uma parceria estratégica com a TECNOTAC/RIERA, que permitiu introduzir no mercado português novas soluções em saltos e componentes plásticos, reforçando a sua capacidade de inovação e resposta às exigências dos fabricantes.

[HTTPS://WWW.JOGRAL.PT/](https://www.jogral.pt/)

Foto: Jogral



A Parceria Ideal Para o Seu Negócio

A **Expandindústria** foi constituída em 1983, tendo como missão melhorar o desempenho dos seus clientes, oferecendo-lhes um conjunto de serviços de consultoria, formação e soluções informáticas ajustados às suas necessidades.

SIGA - Sistema Integrado de Gestão e Administração ®

Desenvolvido desde a génese da empresa, o ERP SIGA é constituído, nomeadamente, pelos módulos de: Gestão Financeira, Gestão de Pessoas, Gestão Comercial, Gestão da Qualidade e Gestão de Produção.

O módulo **GEPE - Gestão da Produção** está integrado no SIGA e contempla a gestão de amostras e encomendas, planeamento e controlo de produção, respectivos custos e margens, permitindo-lhe:

- O tratamento em simultâneo das encomendas, produção e custos.
- A gestão da produção por encomenda ou para lote, com opção de código de barras.
- A emissão automática das ordens de fabrico, requisições de materiais, gamas operatórias e instruções de fabrico.
- A imputação automática dos consumos à contabilidade analítica e à gestão de materiais.
- A análise das cargas de secção, das necessidades de materiais, do equilíbrio de linha, simulação de preços e análise de margens.



expandindústria

O SABER AO SERVIÇO DA INICIATIVA

EBS - Executive Balanced Scorecard ®

Conjunto de aplicações cujo objectivo principal é apoiar a gestão estratégica da sua organização, através da exploração de indicadores estratégicos totalmente alinhados com a Missão e Visão.

ESBI - Expandindústria Standard Business Intelligence ®

O processo de recolha, organização, análise e monitorização de informações oferecem-lhe suporte à tomada de decisão em tempo real, permitindo-lhe ainda a exploração combinada de diversos dados.

GIIM - Gestão Integrada de Informação em Multimédia ®

O sistema de Gestão Documental permite-lhe a organização e arquivo electrónico de todos os tipos de documentos produzidos ou recebidos por via electrónica e a respectiva distribuição aos destinatários, com total desmaterialização, assumindo assim a constituição de um sistema "Data Ware House".

Outras Soluções de Negócio:

- Gestão de Associações
- Gestão de Transitários
- Gestão de Escolas
- Gestão de Transportes
- Gestão da Administração Local
- Gestão de Agregados

Solicite a visita de um consultor especializado e conheça as nossas soluções:

Tel: 228347750 / Fax: 228317846 Morada: Avenida de França, 893-895, 4250-214 PORTO
Website: www.expandindustria.pt E-mail: geral@mail.expandindustria.pt



CALÇADO PROFISSIONAL

impulsiona estratégia de diversificação da indústria portuguesa

O calçado profissional é hoje uma das grandes apostas estratégicas da indústria portuguesa de calçado, demonstrando que inovação, tecnologia, conforto e segurança podem coexistir com design, criatividade e sofisticação. A evolução deste segmento reflete a capacidade do setor para responder às exigências dos mercados internacionais de maior valor acrescentado, reforçando o posicionamento de Portugal como uma referência europeia na produção de calçado técnico e profissional.

Os resultados começam a dar frutos. Em 2025, de acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), foi precisamente o calçado técnico que mais impulsionou o desempenho da indústria portuguesa nos mercados externos.

Enquanto as exportações de calçado em couro cresceram 0,2%, para 1.413 milhões de euros, o calçado de características técnicas registou um aumento de 14,5%, atingindo 213 milhões de euros. Destaca-se ainda o crescimento de 25% no segmento "Outro calçado em plástico", de 6,6% no "Calçado em materiais têxteis" e de 14,1% no calçado de segurança.

No conjunto, Portugal exportou, em 2025, cerca de 68 milhões de pares de calçado, no valor aproximado de 1.718 milhões de euros, o que representa um crescimento de 0,8% face ao ano anterior. Este desempenho assume particular relevância num contexto internacional desafiante, em que vários dos principais países produtores registaram fortes quebras nas exportações, nomeadamente a China (-11%), a Turquia (-13%), o Brasil (-2%), a Espanha (-3%), a Itália (-1%) e o México.

"A indústria portuguesa de calçado voltou a demonstrar resiliência num contexto internacional particularmente exigente, contrariando a tendência de retração observada em vários países produtores", afirma Luís Onofre, Presidente da APICCAPS. "A capacidade de diversificação da oferta e a adaptação às preferências dos mercados internacionais confirmam a maturidade estratégica do cluster português. Num contexto global de incerteza, a inovação nos materiais e a flexibilidade produtiva são fatores determinantes para assegurar competitividade e crescimento sustentado", acrescenta.



Foto de Frederico Martins

Ao longo dos últimos anos, Portugal afirmou-se como um dos principais produtores europeus de calçado profissional, desenvolvendo soluções para setores tão exigentes como a indústria, a saúde, a hotelaria, a logística ou as forças de segurança. Este segmento distingue-se pelo forte investimento em investigação, inovação tecnológica e desenvolvimento de novos materiais, respondendo a elevados padrões de desempenho, conforto e sustentabilidade.

"Durante muitos anos, o calçado profissional foi encarado apenas numa perspetiva funcional. Hoje, é um produto tecnologicamente muito evoluído, desenvolvido com elevados padrões de inovação, conforto e sustentabilidade, sem abdicar do design. A sua presença no Portugal Fashion simboliza essa evolução e evidencia a capacidade da indústria portuguesa para competir nos segmentos mais exigentes dos mercados internacionais", sublinha Paulo Gonçalves, Diretor Executivo da APICCAPS.

"Temos já uma longa tradição como fornecedores das principais forças de segurança em todo o mundo. Numa altura em que se perspetiva um reforço do investimento na área da defesa, queremos estar na linha da frente, oferecendo soluções inovadoras, sustentáveis e tecnologicamente avançadas", conclui Paulo Gonçalves.

MINDCAD

Solução de Design 3D para a Indústria do Calçado
Da ideia à produção, tudo num único ambiente digital.

mind
:: technology



Take the next step!
DESIGN IT. RENDER IT.

Transforme o seu processo de design com MindCAD

Menos protótipos, decisões mais rápidas

Os protótipos digitais reproduzem fielmente os produtos físicos, permitindo fluxos
de trabalho mais eficientes na amostragem e na preparação para produção.

Mind ShoeDesign
Esboço 3D e design
conceptual.

MindCAD Last
Importação, edição e
criação de formas de
modelos em 3D.

MindCAD 3D
Representação fotor-
realista de modelos
3D.

**MindCAD 3D
Viewer**
Edição e revisão de
amostras virtuais.

**MindCAD Variant
Builder**
Criação de amostras 3D
em diferentes variações
e combinações de cores.

MindCAD 2D
Desenho, engenharia
e escalamento de
moldes 2D.

MindCAD Part Scan
Digitalizador de peças
automático com deteção
de características.



Experimente grátis!

*Descubra como acelerar a sua criatividade
e reduzir custos com design digital inteligente.*

Follow ME

No Follow Me deste mês conheça três dos designers internacionais que calçam os seus desfiles com calçado made in Portugal.

Saul Nash

Um dos nomes mais inovadores da nova geração da moda britânica, Saul Nash tornou-se conhecido pela forma como cruza sportswear, alfaiataria e performance. As coleções exploram o movimento do corpo e a funcionalidade das peças, numa linguagem contemporânea que lhe valeu o reconhecimento da indústria internacional.

No Instagram, o designer partilha campanhas, bastidores, ensaios criativos e momentos das semanas de moda, oferecendo uma visão próxima do processo de trabalho. É também o espaço onde revela as colaborações que desenvolve com marcas e parceiros de diferentes áreas.

Na última temporada, Saul Nash apresentou calçado desenvolvido em parceria com a portuguesa TOWORKFOR, demonstrando como a indústria nacional continua a ser escolhida por alguns dos mais promissores criadores internacionais para dar forma às suas ideias.

Foto: Saul Nash



Libertine

Fundada por Johnson Hartig, a Libertine é uma das marcas mais irreverentes do panorama norte-americano. Conhecida pelas suas misturas improváveis de estampados, bordados, aplicações e cores vibrantes, desafia as convenções da moda e celebra a individualidade.

O Instagram da marca é uma extensão desse universo criativo. Entre campanhas, editoriais, detalhes das peças e imagens de passerelle, o perfil revela um processo criativo marcado pela experimentação e pelo trabalho artesanal.

Nas coleções mais recentes apresentadas em Nova Iorque, a Libertine voltou a apostar em calçado produzido em Portugal – em parceria com a marca Helena Mar – reforçando a confiança na qualidade, flexibilidade e capacidade de inovação da indústria portuguesa.

Foto: Libertine



Kallmeyer

Criada por Daniella Kallmeyer, a marca nova-iorquina construiu uma identidade assente numa elegância descomplicada, onde a alfaiataria contemporânea e a funcionalidade convivem com uma estética minimalista. As suas coleções privilegiam peças intemporais, desenhadas para o quotidiano.

No Instagram, a Kallmeyer combina imagens de campanhas, momentos de desfile, inspiração artística e bastidores, num registo visual coerente e sofisticado que traduz a essência da marca.

Também nas mais recentes apresentações em Nova Iorque, a marca integrou calçado produzido em Portugal – da marca JJ Heitor – nas suas propostas, evidenciando o papel da indústria portuguesa como parceira de referência para marcas internacionais que procuram excelência na produção e atenção ao detalhe.

Foto: Daniella Kallmeyer



BIOSHONES4ALL: DELIVERING THE FUTURE

22
JULHO
2026

10h00 - Visita à Rodiro

Rua do, R. Alto das Barrancas, nº121/125
4650-361 Revinhade, Felgueiras

11h30 - Visita à Atlanta

R. do Marco de Simões 1644, Macieira da Lixa

13h00/18h00 - Hotel Monverde - Wine Experience Hotel

Quinta de Sanguinhedo 166, Castanheiro
Redondo,
Telões, Amarante

13h00 - Almoço

15h00 - Abertura

Luís Onofre
Presidente de APICCAPS

Anabela Rodrigues
Estrutura de Missão Recuperar Portugal - PRR

Ministro da Economia e da Coesão Territorial
Manuel Castro Almeida *

15h30 - Apresentação resultados finais projeto Bioshoes4all

Maria José Ferreira
CTCP

16h00 - Estratégia para a Bioeconomia

16h30 - Mesa-redonda - Delivering the Future

Luísa Sousa
Monteiro Ribas

Pedro Castro
Aloft

Susana Ferreira
Curtumes Boaventura

Tiago Brandão Rodrigues
Kyaia

Moderação:
Miguel Cadilhe, APICCAPS

17h30 - Encerramento

Pedro Dominginhos
Presidente da Comissão Nacional de
Acompanhamento do PRR

18h00 - Visita à exposição e à Montra Viva

*a confirmar

