

## CEC

—  
Luís Onofre nomeado  
novo presidente

## EXPORTAÇÕES

—  
Calçado procura  
resistir à “intempérie”

## PROMOÇÃO

—  
Calçado português  
“faz pela vida” em Milão

## GERAÇÃO 4.0

—  
Élio Parodi  
na primeira pessoa

## FICHA TÉCNICA

### Propriedade

APICCAPS - Associação dos Industriais de Calçado,  
Componentes, Artigos de Pele e Seus Sucedâneos

Rua Alves Redol, 372 | 4050-042 Porto

Tel: 225 074 150 | apiccaps@mail.telepac.pt | www.apiccaps.pt

### Diretor

Presidente da APICCAPS

### Edição

Gabinete de Comunicação da APICCAPS  
claudiapinto@mail.apiccaps.pt

### Foto de capa

Carmo Amorim

### Conceção Gráfica e Execução

Manifesto e laborpress

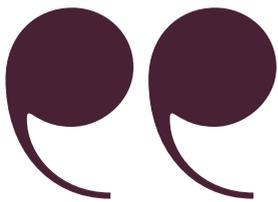
### Distribuição

Gratuita aos Associados

### Tiragem

2 000 exemplares

N.º DL: 366612/13



**JOÃO CORREIRA NEVES**  
**SECRETÁRIO DE ESTADO DA**  
**ECONOMIA**



A economia portuguesa tem vindo a crescer nos últimos anos a um ritmo superior à Zona Euro, existindo a expectativa que tal se mantenha, aproveitando o ciclo virtuoso induzido pela crescente orientação exportadora das nossas empresas e pela sensível recuperação do investimento empresarial. Tal permitiu ganhar quotas de mercado nos principais mercados de destino dos nossos produtos e acentuar um posicionamento de valor do Made in Portugal.

Este crescimento sustentado pela dinâmica das exportações e do investimento permitiu criar emprego e consequentemente diminuir, de forma mais forte do que a generalidade dos países europeus, a taxa de desemprego. Do lado das empresas verificou-se, de forma muito positiva, a melhoria sensível da autonomia financeira dos seus agentes económicos, num esforço de capitalização que urje prosseguir. Esta performance positiva que tem vindo a ser verificada não pode estar desligada do que tem sido a evolução dos vários setores portugueses, onde o calçado obviamente tem desempenhado um papel de destaque, gerando valor, exportações, investimentos e emprego. Estamos a falar de um setor capaz de se afirmar nos mercados mais competitivos, pela diferença e qualidade dos produtos, potenciando esse valor no nível de preços que os consumidores estão disponíveis para pagar para deles usufruir.

Os números são muito claros: desde 2010, o número de empresas cresceu 23%, o emprego 25% e as exportações 52%.

Mas o valor está para além dos números, estando hoje os sapatos de Portugal associados a qualidade, glamour, personalidade, permitindo a crescente criação de marcas e uma expressiva presença nos principais eventos do setor.

Destaco dois fatores que considero cruciais nesta evolução do calçado: a inovação de produto capaz de marcar as tendências da moda que as empresas portuguesas hoje afirmam e grande

dinâmica de mobilização e colaboração entre os seus agentes que a APICCAPS protagoniza.

É um setor que exemplifica muito bem o que é a coordenação entre atividades individuais de agentes económicos, muitas vezes associadas a grandes linhas orientadoras partilhadas e ao mesmo tempo ações coletivas com colaborações de diferentes entidades, e nas diferentes fases da cadeia de valor.

Não posso de deixar de elogiar o excelente trabalho que a sua associação setorial - APICCAPS - tem vindo a fazer, não só como associação que representa as empresas, mas como entidade gestora do cluster do calçado e moda. E faço-o porque tal é justo e merece público reconhecimento.

A inovação também é outro fator que quero realçar, tanto ao nível do produto mas também da resulta da aplicação de novos materiais, design, processos produtivos e modelos organizacionais cada vez mais modernos. Esta conjugação entre desenvolvimento científico, criatividade e experiência, em que a intervenção Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP) tem sido relevante, tem permitido um desempenho das empresas e do setor com grande afirmação nos mercados internacionais.

Estamos perante uma dinâmica que associa espírito colaborativo e afirmação concorrencial de cada empresa, inovação de produto e de processo, qualidade, design, espírito de risco e afirmação internacional.

Do lado das políticas públicas que o Governo tem concretizado o apoio à inovação e ao conhecimento, à afirmação internacional das empresas portuguesas e o estímulo ao investimento e à capitalização das empresas são vetores chave para melhorar de forma sustentável a capacidade competitiva das empresas portuguesas.

O calçado, as suas empresas e a APICCAPS são um exemplo para Portugal e os portugueses.





quality impact  
arquitetura e soluções de espaços

Rua do Cruzeiro, 170 R/C | 4620-404 Nespereira - Lousada | T. 255 815 384 / 385 | F. 255 815 386 | E. geral@qualityimpact.pt

# LUÍS ONOFRE NOMEADO PRESIDENTE DA CONFEDERAÇÃO EUROPEIA

Luís Onofre acaba de ser nomeado presidente da Confederação Europeia da Indústria de Calçado (CEC). O presidente da APICCAPS sucede ao italiano Cleto Sagripanti e assumirá funções a 24 de maio no Porto.

Com sede em Bruxelas, a CEC representa toda a indústria europeia de calçado. Uma indústria constituída por cerca de 21.000 empresas, responsáveis por mais de 278 mil postos de trabalho.

O anúncio foi feito pelo ministro Adjunto e da Economia, Pedro Siza Vieira, durante a visita à maior feira de calçado do mundo, a MICAM, em Milão. “Esta é uma distinção não apenas à pessoa e à capacidade de liderança de Luís Onofre, mas também um reflexo da importância que a confederação europeia atribui ao setor em Portugal, e que permitirá ao país contribuir para a afirmação da indústria europeia, mas particularmente para a elevação da imagem de Portugal”. “A forma como o mundo aprecia o percurso da indústria portuguesa de calçado é impressionante, é um caso de estudo e um exemplo internacional e no país”, acrescentou Siza Vieira.

Empresário de terceira geração, Luís Onofre é desde maio de 2017 presidente da APICCAPS. Estudou na Escola de Belas

Artes, no Porto, e mais tarde formou-se no Centro de Formação Profissional da Indústria de Calçado, agora Academia de Design e Calçado. Em 2014, o Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, atribuiu-lhe a comenda de Ordem do Mérito Empresarial. A sua marca, Luís Onofre, é atualmente comercializada em todo o mundo. Em Portugal, investiu em duas lojas, uma na Avenida da Liberdade, em Lisboa, e outra na Avenida da Boavista, no Porto.

Para o presidente da APICCAPS, esta nomeação “é tanto um prestígio pessoal como para o setor. Queremos ajudar a indústria portuguesa a ser cada vez mais reconhecida a nível internacional e avaliar com mais profundidade algumas situações que se passam a nível da Europa”.

Conhecido pelo desenvolvimento de sapatos elegantes e sofisticados, Luís Onofre já calçou várias personalidades de relevo internacional como a Rainha Letícia Ortiz ou Michelle Obama e algumas celebridades como Naomi Watts ou Paris Hilton.

É a segunda vez que um português assume os destinos da CEC. Em 2001, e durante um período de dois anos, Fortunato Frederico liderou a Confederação Europeia da Indústria de Calçado.



# Data Center

Excelência, Flexibilidade e Segurança

## 5 Razões para nos escolher:



### ACESSIBILIDADE

**Localização privilegiada** em zona de baixo impacto sísmico e a 1 hora Lisboa - 1 hora de Espanha

### DISPONIBILIDADE

Cumprir os requisitos **Tier 3** (Redundant capacity components + Dual-powered equipments and multiple uplinks)

### CONFIANÇA

DataCenter propriedade da Decsis. Serviços operados com base nas normas **ISO20000, ISO27000 e ISO9001**

### EFICIÊNCIA

**Altamente eficiente** ao nível energético, com um PUE (Power usage effectiveness) muito baixo, e utilizando fontes de energia limpa

### REDUNDÂNCIA

Caminhos Redundantes e ligado a um anel de **fibra-óptica**

# DECSIS

Sistemas de Informação SA

A Decsis apresenta-se como um dos principais players na prestação de serviços nas TIC, a operar a partir de Portugal. A Decsis é uma empresa Portuguesa especializada e focada na prestação de serviços no sector das Tecnologias de Informação e Comunicação, com mais de 20 anos de experiência.

#### PORTO

Rua das Artes Gráficas, 162  
4100-091 Porto

T: [+351] 226 076 850

#### LISBOA

Rua Alfredo Silva Lote 16 e 17  
Alfragide 2614-509 Amadora

T: [+351] 212 555 500

#### V. N. GAIA

Zona Industrial Arcos do Sardão, 320  
4430-434 Vila Nova de Gaia

T: [+351] 220 923 000

#### ÉVORA

Parque da Ciência e  
Tecnologia do Alentejo

## CALÇADO CRIA 238 MARCAS DESDE 2010

A aposta nas marcas próprias é uma das grandes preocupações da indústria portuguesa de calçado. Segundo dados do GAPI (Gabinete de Apoio à Propriedade Industrial) do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal, desde 2010 foram criadas em Portugal 238 novas marcas de calçado. No ano de 2018, por exemplo, foram criadas 24 novas marcas, de acordo com o GAPI, uma estrutura do CTCP criada em parceria com o INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), vocacionada para a promoção da Propriedade Industrial (PI) nas empresas da fileira do calçado, que tem como objetivo reforçar a sua competitividade através da inovação e diferenciação.

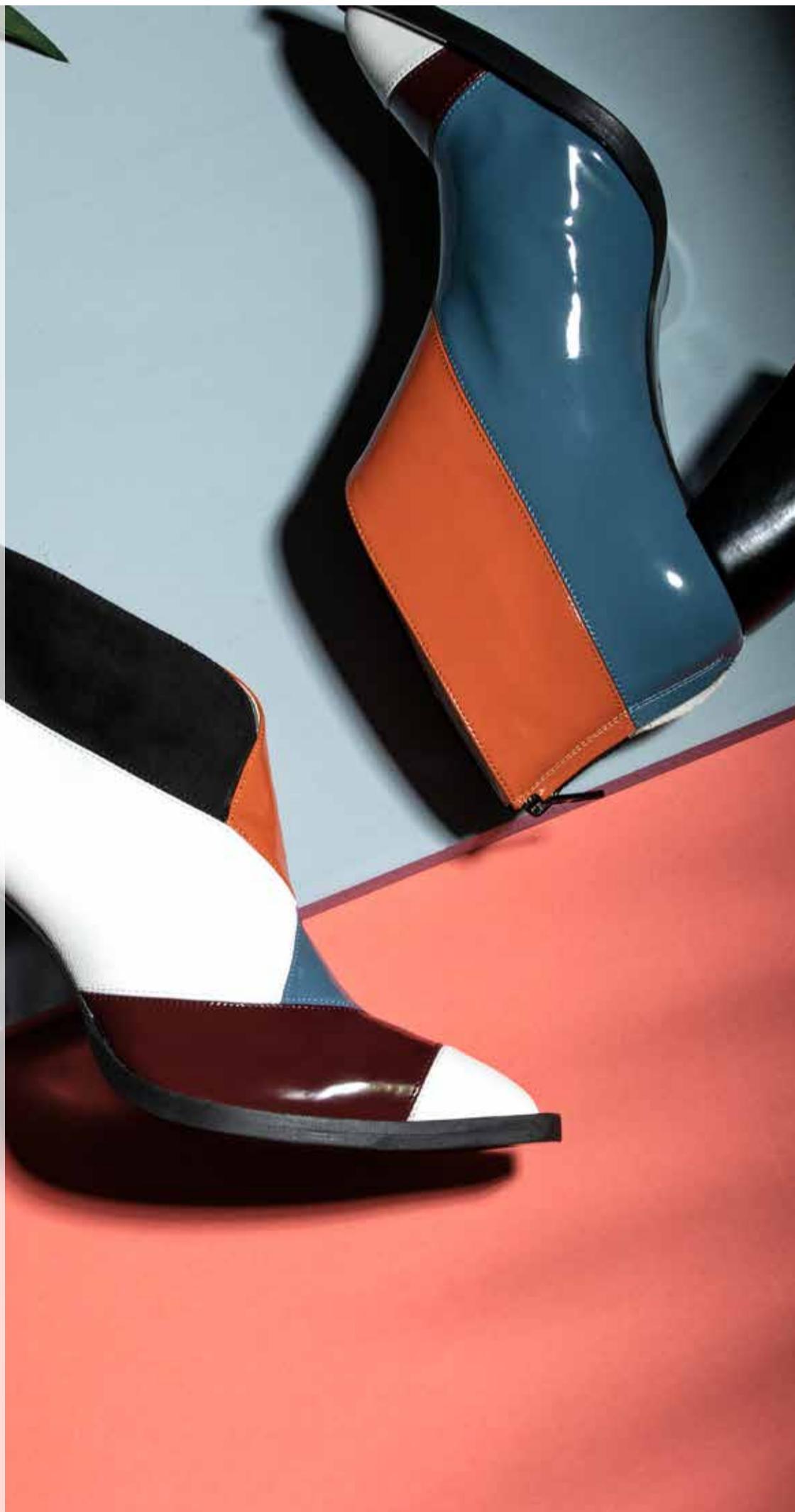
Das 238 marcas criadas nos últimos oito anos, a maioria, 178, foram registadas como comunitárias. Apenas 60, foram registadas apenas em Portugal.

### DECISÃO ESTRATÉGICA

A aposta nas marcas próprias é uma prioridade definida no Plano Estratégico FOOTure 2020. “Apesar do ganho de imagem conseguido pelo calçado português, a realidade do cluster nesta matéria é ainda muito variada. Importa mobilizar as competências que têm sido utilizadas para construir a imagem coletiva em favor das empresas. As empresas devem ser auxiliadas no desenvolvimento de campanhas de imagem e planos de comunicação personalizados, na contratação de agências de comunicação, na participação em showrooms no exterior, etc. Devem igualmente ser auxiliadas na melhoria da sua imagem interna que é determinante na relação com os compradores que as visitam. Nalguns casos, a criação de marcas próprias será o culminar destas ações”, pode-se ler no documento.

### CRECEM APOIOS ÀS MARCAS

Mais de 60 empresas da fileira do calçado já recorreram, desde o ano passado, a apoios em matéria de “Valorização da Oferta”, um projeto promovido pela APICCAPS, com o apoio do programa Compete 2020. Com efeito, a APICCAPS tem desenvolvido, ao longo dos últimos anos, uma intensa atividade no apoio à internacionalização das empresas portuguesas de calçado, em especial no que diz respeito à participação em feiras e exposições internacionais e, mais recentemente, à campanha de promoção da imagem ‘Portuguese Shoes’. Desde o início de 2015, as empresas beneficiam, através da APICCAPS, de apoio à promoção das marcas próprias e, agora, mais recentemente para a realização de campanhas de marketing digital. Estes apoios inserem-se na campanha de comunicação em curso e que contam com o apoio do Programa Compete 2020.





# EXTRALIGHT

SAFE SHOE

## SOLUÇÕES POLIMÉRICAS PARA CALÇADO TÉCNICO EXTRALEVE E SUSTENTÁVEL



### NOVOS MATERIAIS

Novos materiais para produção de componentes para calçado



### VALORIZAÇÃO DOS RESÍDUOS

Soluções de valorização dos resíduos do material gerado no processo de fabrico do calçado



### CALÇADO DE TRABALHO

Novos conceitos de calçado de trabalho confortáveis e economicamente competitivos, que utilizam de modo sinérgico os materiais desenvolvidos

[extralightsafeshoe.ctcp.pt](http://extralightsafeshoe.ctcp.pt)

O projeto Extra LightSafeShoe é um projeto de I&DT em co-promoção no âmbito do Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico (SI I&DT)

### CO-PROMOTORES

Calçado e Retalho  
Promotor Líder



Materiais e Componentes



SCTN



Para mais informações contacte:

CENTRO TECNOLÓGICO DO CALÇADO DE PORTUGAL • Rua de Fundões - Devesa Velha, 3700-121, S. João da Madeira • T. 256830950 | F. 256832554 | E. geral@ctcp.pt | www.ctcp.pt



Cofinanciado por:



## RESISTIR À TEMPESTADE

Abrandamento das principais economias mundiais e, consequente, redução do consumo. Condições atmosféricas atípicas. O cenário é de uma tempestade perfeita. O calçado português tudo fez para resistir em 2018. Acabou o ano com um ligeiro crescimento das exportações em quantidade e uma redução em valor na ordem dos 3%.

Em 2018, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), Portugal exportou 84 milhões de euros (mais 1%), no valor de 1.904 milhões de euros (redução de 2,85%). A quebra das exportações é particularmente notória na Europa (quebra de 3,1%), e em particular nos países onde mais se evidenciou o abrandamento económico no último ano: quebra de 3% em França (para 397 milhões de pares de calçado), de 6,7% na

Alemanha (para 351 milhões de euros) e Reino Unido (quebra de 1,8% para 122 milhões de euros).

As boas notícias escassearam e chegaram, em particular, dos países extracomunitários como Canadá (aumento de 15,8% para 31 milhões de euros) e China (aumento de 71,5% para 23 milhões de euros).

### MINISTRO DA ECONOMIA DÁ «ALENTO»

“Apesar da ligeira redução em valor, houve um crescimento no volume de calçado vendido. Os consumidores internacionais estão a evoluir nas suas preferências: estão a procurar materiais alternativos e as empresas portuguesas estão a procurar adaptar-se. A nossa indústria é muito flexível, muito rápida e capaz de responder as necessidades de mercado. Mas o grande trabalho que deve ser feito é na diversificação de mercados e na promoção externa”. O diagnóstico é do ministro Adjunto e da Economia, por ocasião da MICAM. Pedro Siza Vieira aponta que o futuro estará dependente da capacidade de penetração em novos mercados. Por esse motivo, “a APICCAPS com o apoio do programa COMPETE vai investir 16 milhões de euros em promoção externa e dois milhões na divulgação da marca própria”.

Para a APICCAPS, “2018 confirmou ser um ano exigente como previam as previsões do Fundo Monetário Internacional (FMI). Na Europa, no mercado de referência para o calçado português, houve mesmo retração de consumo. Ainda assim, a indústria portuguesa de calçado terminou o exercício com um registo muito idêntico ao dos dois grandes concorrentes, Itália e Espanha, com quebras esperadas em 2018 (os últimos dados conhecidos reportam a outubro do ano passado).

Numa estratégia de médio-longo prazo, é perceptível que Portugal está a diversificar a sua gama de produtos. Em 2018, verificou-se um aumento das exportações noutros materiais (que não o couro), enquanto que no segmento de calçado de couro há um recuo nas vendas nos

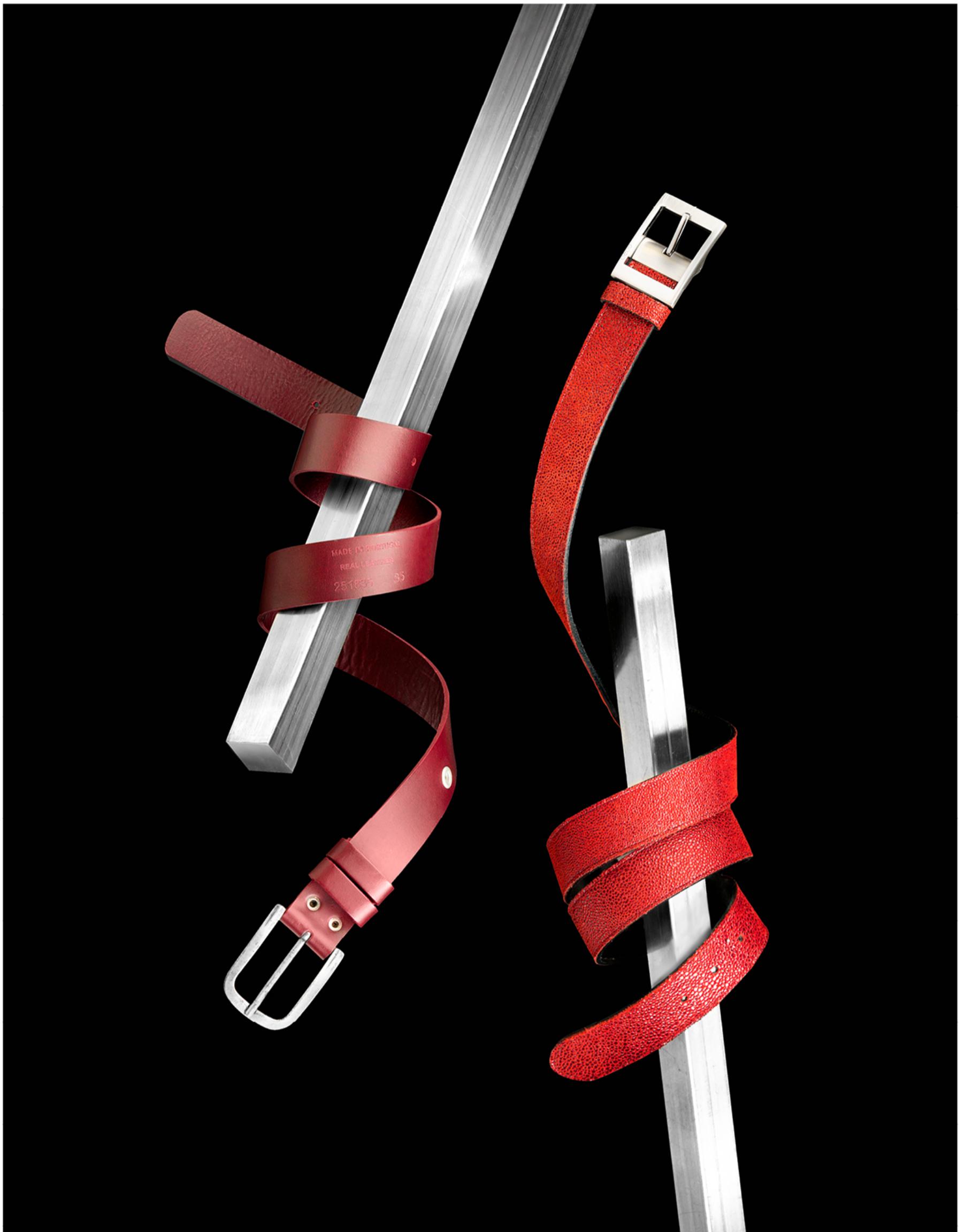
mercados externos de 2,3% (para 1.6712 milhões de euros) e um aumento do preço médio de 2,2% (para 28,81 euros o par).

“O clima está do avesso. O último verão foi muito longo, quase até novembro, levando os nossos clientes tradicionais a protelarem as entregas”. A consideração é de Fernando Lima. Para o administrador da Joia, há outro aspeto fundamental: “o modelo de negócio das empresas portuguesas assenta muito na capacidade de desenvolvimento e mesmo na resposta rápida a séries mais pequenas. Com as estações trocadas, as reposições de encomendas tardam ou não chegam e, em alguns casos, até já representam uma fatia importante da atividade das empresas”.

### CENÁRIO DIFÍCIL PARA 2019

De acordo com o presidente da APICCAPS, “antevê-se que 2019 se volte a revelar um ano difícil”. Em traços gerais, as previsões apontam para um novo ano “anémico”, com as principais economias europeias que são igualmente os principais mercados de destino das exportações portuguesas de calçado a revelarem comportamentos muito modestos. A União Europeia deverá crescer 1,5%, com França a evoluir apenas 1,3%, Alemanha 1,1% e o efeito Reino Unido (previsão, nesta altura, de crescimento de 1,3%) ainda por apurar. Para Luís Onofre, importa reforçar “os investimentos em promoção comercial externa e mesmo a procura de novos mercados. Temos de procurar alternativas. Os EUA devem ser encarados como uma prioridade”. Com esse objetivo, a APICCAPS está a reforçar os apoios às empresas, no âmbito do projeto “Valorização da Oferta”, que conta com o apoio do Programa Compete 2020. O investimento nesta área rondará os dois milhões de euros e será particularmente abrangente, abordando áreas críticas tão díspares como a conceção e o registo de marcas e patentes, o investimento em publicidade e a contratação de assessorias de comunicação no exterior ou a produção de campanhas de imagem.





# PORTUGUESE LEATHER GOODS

COMPETE  
2020

PORTUGAL  
2020

UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional



## FEIRAS DE LAS VEGAS “FUNDEM-SE”

Uma nova Magic vai nascer já em agosto próximo. Uma Magic mais solidária, com todos os eventos, no qual se inclui a FN Plataforma, a decorrerem num único teto, o Centro de Convenções de Las Vegas.

A organização da Magic anunciou, igualmente, um investimento na ordem dos 860 milhões de dólares até 2021 no Las Vegas Convention Center, dotando o espaço de todas as condições para acolher grandes iniciativas internacionais. De acordo com Mark Temple-Smith, diretor administrativo da Informa Exhibitions, entidade que organiza a Magic, “a decisão foi inspirada nos centros de

convenções e comerciais asiáticos, que oferecem todas as comodidades num mesmo espaço. “Há uma nova perspetiva e um compromisso aguçado para construir uma experiência singular e poderosa para toda a nossa indústria”, sublinhou Temple-Smith.

O novo modelo é uma ótima notícia para a FN Platform, segundo Leslie Gallin. “Agora, poderemos oferecer um ponto único para os compradores, cruzando a oferta e proporcionando uma maior eficiência global. A densidade dos shows criará uma maior emoção”, assumiu a responsável da FN Plataforma.

Na mesma linha de pensamento, Tom Nastos, diretor comercial da área de moda da Informa Exhibitions, considera que “esta reinvenção da Magic - começando com a mudança para o novo espaço em agosto - e os aprimoramentos tecnológicos que estavam a ser testados, são apenas o primeiro passo em uma série de novos produtos e iniciativas para ajudar os nossos clientes.”

As próximas edições da FN Platform e todos os eventos do universo Magic estão agendados entre os dias 12 e 14 de agosto, em Las Vegas.

*The best components you will never see.*



[www.lusocal.com](http://www.lusocal.com)



excelência'17

9 ANOS DE EXCELÊNCIA  
2009 - 2017

## CALÇADO PORTUGUÊS EM FORÇA EM MILÃO

Portugal continua a consolidar a presença na maior feira de calçado do mundo. Cerca de 90 empresas integraram a comitiva nacional na MICAM, em Milão, que se realizou de 10 a 14 de fevereiro, e MIPEL (feira de acessórios).

O Governo português voltou a estar ao lado das empresas nacionais. O ministro Adjunto e da Economia, Pedro Siza Vieira, e o secretário de Estado da Economia, João Neves, visitaram a delegação portuguesa na feira. Destaque ainda para a presença do presidente da Câmara Municipal de S. João da Madeira, Jorge Sequeira.

Para o responsável pela pasta da economia, “este trabalho de diversificação de mercados e de aposta na promoção de fazer levar o conhecimento e da qualidade do nosso produto e design a outros mercados é aquilo que nos vai ajudar a consolidar o percurso notável das últimas décadas”.

Pedro Siza Vieira acredita que “o percurso da indústria de calçado é notável, não só nacional, como internacionalmente. Estou muito impressionado com a qualidade a que esta indústria nos habituou”.

### FORTE PRESENÇA NA MICAM

Em fevereiro, em Milão, Portugal registou uma das maiores presenças de sempre num evento no exterior. Ao todo, as cerca de 90 empresas portuguesas que integraram a MICAM respondem por mais de oito mil postos de trabalho e sensivelmente 500 milhões de euros de exportação. Portugal foi, de resto, a segunda maior delegação estrangeira naquela que é a mais importante e prestigiada feira de calçado do mundo, logo a seguir a Espanha.

Na Mipel, três das mais importantes empresas portuguesas promoveram o crescente setor de artigos de pele. A promoção comercial externa é a primeira das prioridades para a indústria portuguesa de calçado, que coloca no exterior mais de 95% da sua produção.

A presença na MICAM insere-se na estratégia promocional definida pela APICCAPS e AICEP, com o apoio do Programa Compete 2020,

e que visa consolidar a posição relativa do calçado português nos mercados externos. Sensivelmente 200 empresas da fileira do calçado estão a participar, desde o início do ano, num megaprograma de promoção à escala internacional, que se traduzirá na presença em cerca de 60 dos mais prestigiados fóruns internacionais da especialidade.

### VOLTA AO MUNDO EM 365 DIAS

O calçado português participará, em 2019, em mais de 60 iniciativas promocionais no exterior. Ao todo, cerca de 200 empresas integram uma ambiciosa ofensiva promocional do calçado português aos mercados externos. Em fevereiro e março, o setor participará em mais de 10 iniciativas promocionais.

A indústria portuguesa de calçado integra os mais relevantes certames profissionais em todo o mundo. Se na Europa, Alemanha, Espanha, França e Itália merecem uma forte atenção das empresas portuguesas, Japão e EUA constituem a maior investida em países extracomunitários.



## EMPRESAS NACIONAIS APOSTAM NA DIVERSIFICAÇÃO

Pelos corredores da MICAM, as dezenas de empresas portuguesas apresentaram as novidades para a próxima estação fria. O inverno 2019-2020 começa a ganhar forma e a palavra de ordem parece ser: sustentabilidade. São já muitos os exemplos de marcas nacionais que apostam em novos materiais; mais amigos do ambiente. O objetivo é diversificar a oferta e atrair novos clientes.

### BALLUTA: A ESTREIA EM MILÃO

Na maior feira de calçado do mundo também há estreias. É o caso da Balluta, a marca de calçado vegan que promete revolucionar o mercado. Pelas mãos de Catarina Pedro, a Balluta, ganhou asas para voar. E Milão foi a última paragem. A marca foi escolhida, entre centenas de candidaturas, para integrar o novo espaço Emerging Designers. “É uma grande honra ter sido a única marca portuguesa escolhida para integrar esta categoria de Designers Emergentes. Aqui podemos estar lado a lado

com os melhores e maiores players do setor. É, sem dúvida, uma motivação extra para continuar a concentrar-me na inovação e qualidade, além de ser um passo muito importante para a internacionalização da marca”, diz a fundadora e CEO da Balluta.

O espaço contou com a presença de doze jovens designers.

### FLEX&GO LANÇA LINHA EM CORTIÇA

A empresa de Pedorido celebra, em 2019, 20 anos e para celebrar acaba de lançar uma edição muito especial. Por isso, nesta edição da maior feira de calçado do mundo, a Flex&Go lançou uma linha especial denominada XX, que incorpora modelos com cortiça, design intemporal e sapatos ainda mais leves do que as edições anteriores. “Nunca o conforto foi tão importante como hoje e, desde sempre, essa foi a característica principal para a criação e produção de uma marca de calçado que fosse transversal a todos”.

### LEMON JELLY: UM GRANDE PASSO PELA SUSTENTABILIDADE

“Desde que esta marca nasceu tivemos sempre muita clara a vontade de não utilizar nenhuma

# RECORDE EM MILÃO

A maior feira de calçado do mundo fechou a 87.ª edição com mais de 43 mil visitantes. Estes números acompanham a tendência de crescimento da MICAM e estão em linha com as visitas registradas em fevereiro do ano passado.

No entanto, em termos de entradas individuais, esta edição cresceu 2,5%, com mais visitantes italianos que compensam a queda nos visitantes internacionais. Para a presidente da associação italiana, “estes resultados são prova de que a dinâmica de visitas está a mudar e que a promoção da feira em Itália está a resultar”.

Entre os visitantes internacionais, destaque para o crescimento de visitas dos Estados Unidos (+ 35%) e do Canadá (+ 38%), países que demonstram um interesse crescente pelo calçado europeu. Para Annarita Pilotti, “fechamos esta edição da MICAM com a consciência de que transformamos o evento numa incubadora de moda. O evento não é apenas uma plataforma de negócios essencial para as empresas, mas sim agregador de tendências e novos hábitos de consumo”.

A próxima edição da MICAM decorre de 15 a 18 de setembro. A organização promete muitas novidades, nomeadamente o nascimento da área Plug-Mi, dedicada à cultura de sneakers.



pele natural, penas, pedras ou qualquer outro material de origem animal. Mas só agora podemos dizer que estamos aprovados pela PETA como vegan”.

As palavras são da marca de calçado com ‘cheiro a limão’. A Lemon Jelly nasceu em 2013 e revolucionou o mercado com modelos de calçado injetado com cores divertidas e design inovador. Cerca de seis anos depois, a marca do grupo Procalçado acaba de ver o esforço reconhecido pela PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) – a maior associação mundial de defesa dos direitos dos animais, com cerca de 6,5 milhões de membros – que acaba de certificar a empresa como vegan.

Mas as inovações não ficam por aqui. A empresa sempre lutou por uma produção mais ecológica e consciente “quando percebemos a quantidade de resíduos que estávamos a produzir, sentíamos que precisávamos fazer algo. Trabalhamos muito nos últimos anos para desenvolver um método de reciclagem que nos permitisse usar todos os nossos resíduos na produção de sapatos novos. Nasceu assim o Wasteless-Act, com o objetivo de combater o desperdício, transformando-o em novos produtos de alta qualidade, sempre com total rastreabilidade de todos os resíduos, transformados e reutilizados nas fábricas em Portugal.





## DE ONDE VEM A PELE?

Qual é a verdadeira origem da pele? Para que serve? Os adventos da responsabilidade ecológica nem sempre respondem a esta pergunta de forma clara. A exploração animal é unicamente destinada à produção de produtos de moda ou a indústria da moda está apenas a reciclar um desperdício? 'De onde vem a pele' é um manifesto da indústria europeia de curtumes - COTANCE - e tem como objetivo promover um novo pensamento sobre a origem e tratamento da pele e desmistificar conceitos. Uma história escrita na primeira pessoa.

“ 'De onde vem a pele?' é uma boa pergunta para começarmos 2019. No Natal passado, a minha sobrinha de 16 anos pediu-me

um casaco novo. Como sabem, é impossível comprar roupa para adolescentes, pelo que optei por lhe dar dinheiro para ela o comprar. Quando lhe perguntei que tipo de casaco ela tinha comprado, ela respondeu: um casaco de material sintético porque, e passo a citar: 'coitados dos animais'. Como se pelo facto de ela comprar um casaco de pele, terem de ser abatidos animais para se obter a pele.

As gerações mais novas que valorizam a importância de reciclar no dia-a-dia, por alguma razão, parecem não entender que a pele é o exemplo mais antigo de reciclagem da humanidade. Então, porque tem a pele uma imagem tão negativa entre as gerações mais jovens? O que é que nós e os nossos parceiros da fileira da moda não estamos a fazer corretamente? Então, eu optei por lhe explicar de onde vem a pele e debater com ela os conceitos errados e as falácias que frequentemente encontro. De uma forma

resumida, eu dei-lhe uma breve explicação acerca da origem da pele e porque razão continua a ser relevante nos dias de hoje. Esta é uma das atividades mais antigas da humanidade. Há 170 mil anos atrás os nossos antepassados utilizavam as peles dos animais que caçavam para se proteger do frio e do calor, como amuletos, para criarem instrumentos musicais rudimentares e até para carregarem os seus pertences quando se deslocavam. Aprenderam a conservar a pele, prevenindo o seu apodrecimento através da curtimenta, que se viria a desenvolver numa indústria de alto nível. As fábricas de curtumes são uma peça chave nesta cadeia de reciclagem, convertendo um resíduo da indústria das carnes num material valioso que cria empregos e riqueza em especial para as economias locais.

Os pelos também são considerados pele? Não, mas devido a uma falta de

compreensão surge uma grande confusão. Os pelos não são subprodutos da indústria das carnes, na medida em que os animais de pelo são criados apenas com o objetivo de obtenção do pelo. Os grupos de ativistas dos direitos dos animais usam-se desta situação para promover uma imagem errada da pele e que não corresponde à origem mais usual da pele. Tristemente, a informação enganosa não é algo que consigamos controlar, e é comum que os consumidores acreditem que os pelos e a pele são a mesma coisa.

São criados e abatidos mais animais devido à existência da Indústria de Curtumes? Não. A Indústria de Curtumes depende quase exclusivamente da indústria das carnes. De facto, as estatísticas mostram que à medida que as pessoas nos países em desenvolvimento se tornam mais ricas, estas passam a consumir mais proteína animal (carne) e portanto a



disponibilidade de peles em bruto aumenta. Com a exceção de uma pequeníssima parcela de peles exóticas, todas as peles processadas na Europa têm origem na indústria das carnes.

A indústria de curtumes abate animais para obter a sua pele? Não. Quase a totalidade dos couros e peles processados pelas fábricas de curtumes europeias são subprodutos da indústria das carnes. Se a indústria de curtumes não existisse, a indústria das carnes teria de encontrar um destino para esses couros e peles em bruto conforme são extraídos do animal. Só existem dois destinos e são ambos altamente poluentes: deposição em aterro ou incineração. Ao fabricar a pele, esses couros e peles em bruto são transformados num produto natural e altamente versátil para artigos de moda de vestuário, calçado, para estofos de mobiliário, automóveis, aviões, barcos, comboios e até vestuário de segurança para

bombeiros e pilotos de corridas. Há, ainda, outro pensamento errado: a indústria de curtumes polui rios, contamina a atmosfera e é mais perigosa para o ambiente que os produtos derivados de combustíveis fósseis, como os materiais sintéticos? Não é verdadeiro. No passado, como em muitas indústrias, conceitos como a proteção ambiental ou a sustentabilidade não eram uma prioridade para as empresas. Mas as coisas mudaram! Felizmente, uma maior perceção da importância da sustentabilidade ambiental está agora no topo da agenda para muitos países. Tal como em muitas outras indústrias, há sempre espaço para melhorias, mas grandes passos na tecnologia, know-how, investimento em I&D e políticas ambientais exigentes têm conduzido a indústria de curtumes europeia à liderança mundial em termos de sustentabilidade.

Existe, por outro lado, muita atenção por parte da comunicação social à crueldade no tratamento dos animais nos matadouros. É verdade que temos assistido a algumas reportagens acerca de tratamento abusivo dos animais em alguns matadouros na Europa. Contudo, estes tristes acontecimentos são incidentes isolados e fortemente condenados por todas as associações europeias da indústria de curtumes, pelos seus membros e pela confederação europeia da indústria de curtumes, a COTANCE e também pela generalidade da sociedade. Por toda a Europa, os matadouros são regulados e existem leis contra a crueldade aos animais. É importante ter em conta que muitas fábricas de curtumes colocam o bem-estar animal como uma das prioridades principais da sua estratégia empresarial.

Cara sobrinha, a pele é um produto forte, durável e versátil,

que graças a processos de curtumes sustentáveis pode ser transformada em casacos, sapatos, malas, estofos de mobiliário, automóveis, aviões... Olha à tua volta!

Depois de comeres um belo bife ao almoço, estás deitada num belo sofá de pele com 12 anos e ainda tem um aspeto formidável... o carro em que vieste tem estofos em pele... Tu reciclas latas de bebida, garrafas de plástico, papel... então porque não pensar mais à frente e dares também um contributo para a reciclagem dos couros e peles em bruto? Porque não comprares um casaco desenhado na Europa, fabricado na Europa e com pele Europeia? Se cuidares bem do teu casaco, este durará por muitos anos e ficará melhor cada vez que o usares. O que pensas acerca da pele agora?"

**\* Texto escrito pela COTANCE em parceria com a Leather from Portugal**

## CALÇADO REFORÇA APOSTA NO DIGITAL

O Centro Tecnológico do Calçado promoveu, em janeiro, o evento Step2Footure - Aposta digital, em S. João da Madeira.

Durante um dia, as novas áreas de investigação e desenvolvimento estiveram em plano de evidência. Com efeito, no âmbito do programa FOOTure 4.0, que tem como objetivo capacitar a indústria de conceitos e tecnologias da indústria 4.0, serão investidos 30 milhões de euros nos próximos anos.

Em demonstração estiveram tecnologias e produtos inovadores, desenvolvidos no âmbito de projetos de IDT coordenados pelo Centro Tecnológico do Calçado, como o Extra Light Safe Shoe, o Newark ou o Fascom. Esta ação de demonstração contou, ainda, com um seminário sobre temas relevantes para a indústria. BEEVERYCREATIVE apresentou um novo paradigma no setor do calçado: a impressão 3D. Seguiu-se The Feeting Room e MintySquare que lançaram a discussão sobre as plataformas de venda online e de que formas as empresas nacionais se podem adaptar a esta nova realidade.

Recorde-se que, no âmbito do quadro comunitário de apoio Portugal 2020, o cluster do calçado já viu aprovados investimentos na ordem dos 94,4 milhões de euros. Até junho de 2018, estiveram envolvidas 273 empresas de calçado nos projetos do PT 2020, com um volume de vendas de 1100 milhões de euros - cerca de 50% do total da produção do cluster.

Para Luís Onofre, presidente da APICCAPS, “estes investimentos estão em linha com o Plano Estratégico do setor”. Já Leandro de Melo, diretor do Centro Tecnológico do Calçado considera que “a aposta na inovação tem evoluído de forma adequada e de acordo com os parâmetros sugeridos pelos especialistas”. Em termos práticos, “a inovação eficiente, geradora de valor, tem de cobrir três parâmetros fundamentais: criatividade, conhecimento e marketing”. Por outras palavras, mais ligadas à semântica do setor, “é necessário associar o design, com as funcionalidades e o marketing dos produtos”.

E é isto que o cluster tem feito e continua a fazer: “conceber novas coleções, com moda e design, e apresentá-las nas principais feiras mundiais”. Simultaneamente, “investe em marketing e comunicação junto dos mercados alvo e dos nichos mais recetivos à aquisição do calçado português”, considera Leandro de Melo. De acordo com o diretor Geral do Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP), o setor tem vindo, igualmente a reforçar “os investimentos na melhoria da organização industrial e na otimização dos processos fabris garantindo que Portugal continua a ser uma indústria de excelência de nível mundial”. O desenvolvimento de novos materiais e processos que permitam a produção de novos tipos de calçado com funcionalidades adequadas aos consumidores de hoje, muito sensíveis, aos produtos ecológicos, sustentáveis, biodegradáveis e de reduzida pegada carbono é outra das áreas-chave de investimento do setor.

## GERAÇÃO FAMEST

O Centro Tecnológico do Calçado de Portugal, no âmbito do projecto Famest, prepara já uma nova geração de produtos e soluções.

O projeto Mobilizador do Cluster do Calçado, iniciou-se no final de 2017, conta com um investimento previsto de seis milhões de euros, integra uma equipa multidisciplinar e complementar liderada pela empresa de calçado Fortunato O. Frederico, e atua em várias áreas críticas como “Novos materiais, componentes para calçado e tecnologias avançadas”, “Novos conceitos de

calçado, incorporando sinergicamente os materiais desenvolvidos, produzidos e comercializados pelas novas tecnologias flexíveis e ágeis” e “Soluções para valorizar os resíduos de produção e de pós-consumo”

### AS SOLUÇÕES DE FUTURO PASSAM POR:

- Sistemas de sensorização e calçado Smart: sistemas para medição da distribuição da pressão plantar. Uma ferramenta onde podem, por exemplo, ser integrados em calçado de segurança de trabalho para deteção de trabalhos em sobrecarga ou para apoiar a ergonomia dos postos de trabalho ou em calçado diabético para deteção de sobrepressões e apoiar alterações dos produtos e

## NOVOS EQUIPAMENTOS EM DEMONSTRAÇÃO

No âmbito da ação de demonstração estiveram em destaque alguns dos mais recentes equipamentos da indústria.

- Sistemas de corte que se adaptam integralmente às peças a cortar (imagens impressas nas peças a cortar) para produção de produtos customizados/ personalizados, par a par. Estes equipamentos foram desenvolvidos no âmbito do FASCOM e estão a ser comercializados pela CEI- Companhia de Equipamentos Industriais. Foi também desenvolvida um equipamento de cardagem 3D, que permite personalizar o sapato completo, dando-lhe características únicas.

Atualmente, a CEI está a desenvolver novos equipamentos de corte com duas cabeças independentes que prometem até ao dobro da produtividade.

- Ferramentas de inovação no retalho físico e online. A INOVRETAIL participou no evento com a demonstração de ferramentas inovadoras para utilização no retalho físico e online, específicas para o setor do calçado, desenvolvidas no projeto de IDT FASCOM. Estas soluções permitem ajustar a oferta e aumentar as vendas com base em dados analíticos, fazer previsões com elevados níveis de fiabilidade e ainda gerar novas oportunidades para melhorar a experiência do cliente, por exemplo, expositores interativos e APPs móveis para consumidores e retalhistas, que permitem a customização (tamanho, cor, ...), incorporação de sugestões personalizadas para o cliente, saber a atratividade do produto e recolher dados para disponibilizar ao fornecedor para ter em consideração no desenvolvimento de novas coleções.

- Materiais e componentes para calçado moda e calçado técnico. Estiveram, ainda, em demonstração produtos e materiais em áreas tão específicas como eco e bio materiais; caçado e materiais com características técnicas como maior resistência ao desgaste, ao escorregamento e à água, materiais mais resistentes à microbiologia e ainda calçado profissional extra leve e flexível, desenvolvido no âmbito do projeto ExtralightSafeShoe.

marcha para melhorar a qualidade de vida destas pessoas.

- Ferramentas para a conceção e produção de componentes e calçado, através do desenvolvimento de ferramentas de modelação que permitem apoiar o estudo e otimização dos processos de extrusão e injeção e simulação de propriedades de materiais e estruturas para otimização do conforto dos produtos.

- Plataformas digitais e simulação e sensorização: desenvolvimento de plataformas colaborativas, ferramentas de simulação, sensorização dos equipamentos tradicionais de produção de calçado.

- Soluções avançadas para monitorização digital do calçado : integração do RFID em toda a cadeia de valor do calçado para rastreamento do produto.

- Logística móvel no cluster do calçado: integração de soluções de AGV para movimentação de materiais, componentes e produtos no processo de produção do calçado.

- Sistemas inteligentes de gestão da produção (BeinCPPS e SmartSL): desenvolvimento de soluções de monitorização da produção e manutenção preditiva/preventiva

- Nanocompósitos para componentes

de elevado desempenho; produtos químicos de base natural e produzidos à base de resíduos da indústria alimentar para produção de couros com estes produtos; matérias reciclados, materiais para impressão 3D, filmes e produtos.

A equipa do FAMEST inclui empresas de calçado, empresas de materiais & componentes e empresas de equipamentos industriais, laboratoriais, sistemas logísticos e softwares, assim como entidades de ID&T, nas quais se incluem os Centros Tecnológicos do Calçado e do Couro, os centros de investigação do CCG, INESC TEC e INEGI e as Universidades do Porto e do Minho e os institutos politécnicos IPB e ISEP.

# CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

EMPOWER  
YOUR  
FUTURE

LICENCIATURAS  
MESTRADOS  
FORMAÇÃO EXECUTIVA  
MBAs



CATÓLICA  
CATÓLICA PORTO BUSINESS SCHOOL

PORTO

[www.catolicabs.porto.ucp.pt](http://www.catolicabs.porto.ucp.pt)



## PORTUGAL 2020: NOVOS INVESTIMENTOS

A APICCAPS promoveu, em parceria com o Compete2020, o IAPMEI e a AICEP, em S. João da Madeira, no Centro Tecnológico do Calçado de Portugal (CTCP) o seminário de apresentação das novas oportunidades de financiamento no âmbito do Portugal 2020.

Para o presidente do Compete2020, “é necessário que este tipo de instrumentos de financiamento sejam bem conhecidos para serem bem utilizados”. Para Jaime Andrez esta reprogramação do Portugal 2020, “garante investimentos na ordem dos cinco mil milhões de

euros nos próximos dois anos”.

A reprogramação financeira do atual quadro comunitário de apoio Portugal 2020 foi concretizada ao longo do 2º semestre de 2018 e alvo de formalização no final do ano de 2018. Resumidamente, esta reprogramação, ajustou a programação financeira e os seus objetivos, o que possibilitou a reafecção de recursos. Assim, em traços gerais, as candidaturas podem ser submetidas até ao final de 2020 e executadas até 2022.

Nesta nova reafecção, destaque

para o reforço da dotação do SI (Sistema de Incentivo) às empresas, na sua atuação ao nível da dinamização do investimento empresarial; reforço da relevância do domínio da competitividade e internacionalização no PT2020; introdução de novos instrumentos com maior efeito de alavanca e, por fim, a parceria com o sistema financeiro, facilitando o acesso ao crédito das PME.

O domínio de intervenção da competitividade e internacionalização representa uma das vertentes de maior

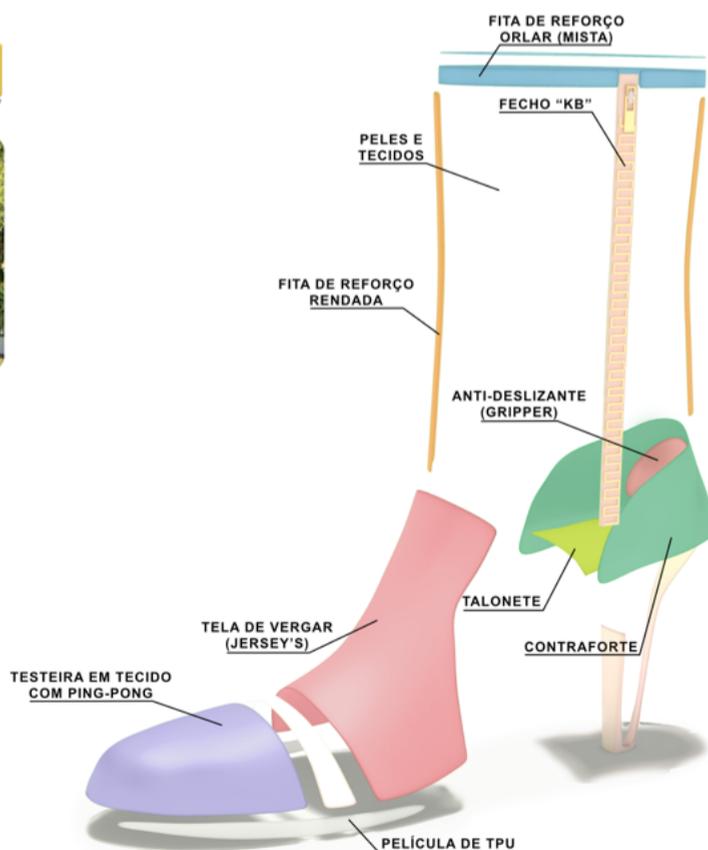
prioridade no Portugal 2020, não apenas pela sua relevância em termos de fundos aprovados, mas sobretudo pelo seu impacto na melhoria dos fatores de competitividade das empresas.

Para Fernando Alfaiate, representante do Compete 2020, “tornar as empresas mais competitivas à escala global é o grande objetivo do COMPETE2020 e é gratificante observar que temos bons exemplos que demonstram excelentes resultados e que valorizam e comprovam a boa aplicação dos fundos públicos no domínio da competitividade.”

**SLATEL®**  
COMPONENTES PARA A INDÚSTRIA DO CALÇADO, LDA.



- // IMPORTADOR DE TELAS (TODOS OS TIPOS PARA A INDÚSTRIA DE CALÇADO);
- // CORTE E FACEAMENTO DE TESTEIRAS E CONTRAFORTES;
- // CONTRAFORTES EM TELA PLANOS E MOLDADOS;
- // CONTRAFORTES EM AGLOMERADO DE COURO (PLANOS E MOLDADOS);
- // PRODUZIMOS TODO O TIPO DE "JERSEY";
- // PRODUZIMOS TODO O TIPO DE ENTRETELAS (TERMO E AUTO-ADESIVAS);
- // FITAS DE REFORÇO AUTO-ADESIVAS (CRISTAL);
- // FECHOS "KB" PARA CALÇADO E CONFEÇÃO;
- // ANTI-DESLIZANTE "AQUITEL";
- // MEMBRANA TPU (INJEÇÃO SOLA POLIURETANO);
- // COLAGENS DE ÚLTIMA GERAÇÃO PARA TODO O TIPO DE INDÚSTRIAS;
- // TPU PARA CONFEÇÃO E MARROQUINARIA;
- // TECIDOS DE MODA.



Slatel geral@slatel.mail.pt  
Geral // (+351) 256 823 042

Slatel comercial@slatel.mail.pt  
Comercial // (+351) 256 823 042

www.slatel.com  
Rua da Madeira 471, 3700-176 São João da Madeira

# 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](http://www.expandindustria.pt) E-mail: [geral@mail.expandindustria.pt](mailto:geral@mail.expandindustria.pt)





## VAPESOL RECEBE CERTIFICAÇÃO ISO 9001:2015

Com a auditoria realizada no mês de dezembro de 2018, a Vapesol recebeu, pela primeira vez, a certificação do Sistema de Gestão e Qualidade (SGQ), segundo a NP EN ISO 9001:2015. Ao longo dos anos, a empresa especializada na produção de

solas adotou e desenvolveu estratégias que potenciam o desenvolvimento e crescimento da empresa, sempre com foco na qualidade dos produtos e serviço ao cliente.

“Uma vez que a qualidade é

um elemento diferenciador e que apresenta vantagens competitivas, a implementação de um sistema de gestão de qualidade permitiu aumentar a produtividade e diminuir a percentagem de produtos não conformes”. Para a Vapesol, “uma

política de qualidade rigorosa permite definir, identificar e controlar todos os processos, contribuindo para o alcance de um posicionamento diferenciador no mercado, bem como aumentar a satisfação do(s) cliente(s) e colaboradores”.

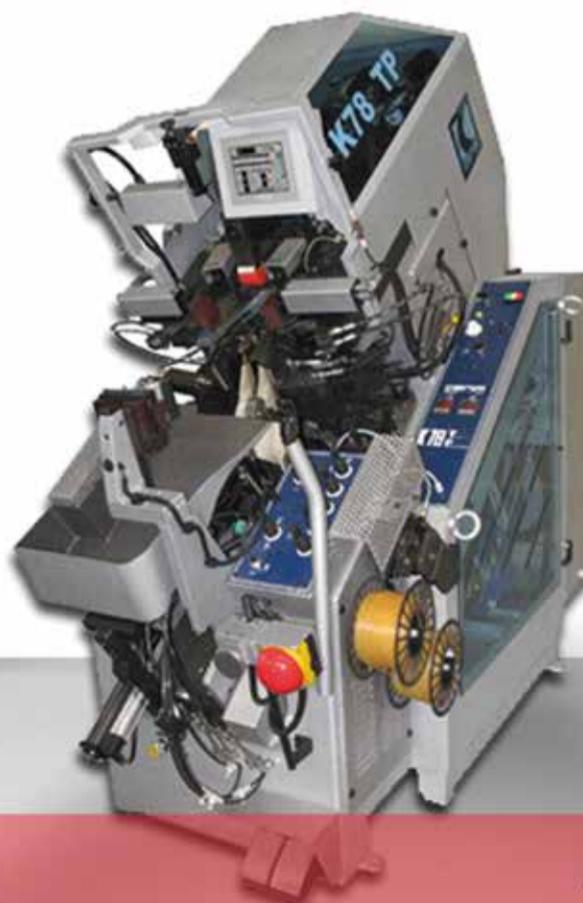


**TECMACAL**  
INDUSTRIAL SOLUTIONS

### NOVA CERIM K78 TP sem necessidade de injectores

- pré-preparada para cola à base de água;
- tecnologia de boquilha para aplicação de cola;
- programação por touch-screen;
- mudança super rápida de bico fino para bico largo através de regulação automática (máx. 3min)
- sistema Goodyear incorporado;
- economia em consumos de cola e energia;
- pinças nº2 motorizadas;
- duplo apoio de bico;
- movimento da cabeça programável;
- piatele programável.

A TRADIÇÃO ENCONTRA A ALTA TECNOLOGIA



Rua dos Combatentes do Ultramar  
ZI nº 1, 3700-089 S. J. da Madeira - Portugal  
Tel.: +351 256 200 480  
Fax: +351 256 832 059  
E-mail: tecmacal@tecmacal.pt

[www.tecmacal.pt](http://www.tecmacal.pt)

VPLUS  
LIGHTWEIGHT



## EVA

### Gravity-free soles

VPlus Lightweight, uma das mais recentes criações da Vapesol, utiliza **EVA** (Acetato Vinilo de Etileno Expandido) – um material de referência na produção de solas. As solas VPlus Lightweight são resistentes à água, à corrosão e evitam a contaminação química. A combinação destas características juntamente com a forte absorção de impacto e leveza do material definem a marca VPlus Lightweight.

# vapesol

*Always a step ahead.*

[WWW.VAPESOL.COM](http://WWW.VAPESOL.COM)

**VP 20**

## GERAÇÃO 4.0

### ÉLIO PARODI, ROPAR

Trabalha na empresa desde 2005. Com mestrado em Economia, Élio Parodi assume, lado a lado com a família, os destinos da ROPAR. Reconhecida pela marca Arcopédico, a empresa lançou recentemente a Easy Walk Experience, um novo conceito de bailarinas confortáveis, disponíveis em dezenas de cores.

**Porque decidiu começar a trabalhar na ROPAR? Foi uma escolha 'natural'?**

A Ropar surgiu sempre como uma escolha natural. Desde criança, após o meu regresso do Brasil aos 10 anos de idade, e mesmo no decorrer da minha juventude e crescimento vi a empresa como um objetivo a atingir. Além disso, sempre percebi o olhar que minha família tinha sobre mim, sem com isso me terem colocado grande pressão para o fazer.

**Neste processo de sucessão familiar, onde certamente se insere, (e que tem vindo a ser crescente no setor) quais são as maiores dificuldades?**

As dificuldades que se sentem vêm sobretudo dos concorrentes asiáticos, onde o fator preço é quase impossível de competir, o que obriga a uma constante superação ao nível de investigação de novos produtos e novos métodos de comercialização, onde o aumento de canais comerciais como a internet vêm trazer novos desafios ao nosso setor.

**Na sua opinião, o que é que a nova geração de empresários tem para oferecer ao setor?**

Como qualquer nova geração, penso que principalmente muita energia e empenho. Obviamente que uma atualização de novos conhecimentos a nível académico e também a níveis institucionais, leva com que novos métodos de fabrico e comercialização sejam uma mais valia que a nova geração traz de especial para o setor.

**De que forma pensa ser possível evoluir a indústria de calçado nos próximos anos?**

Através de consolidação de marcas, onde a aposta por produtos de maior valor acrescentado é fundamental para que a indústria do calçado possa continuar a ser vista como uma mais valia para a economia portuguesa.

**Que conselho daria a um jovem que está a começar a trabalhar na indústria?**

Que Portugal continua a ser um grande exemplo para a indústria de calçado a nível mundial e que depende deles o esforço para manter viva esta indústria; que muito tem levado o nome de Portugal além fronteiras.





# SPEDYCARGO

## TRANSITÁRIOS

**330 PARCEIROS**  
Rede global de logística.

**400 AEROPORTOS**  
Serviço direto.  
Espaço garantido.  
Serviço porta-a-porta.

**350 FEIRAS**  
Especialistas em:  
- Feiras.  
- Eventos.



**200 PAÍSES**  
Cobertura global.

**300 PORTOS MARÍTIMOS**  
FCL (Contentor Completo).  
LCL (Grupagem).  
Serviços adicionais.

**3000 DESPACHOS**  
Mais de 3000 despachos emitidos no último ano.



Aéreo



Marítimo



Rodoviário



Aduaneiro



Especial

# SOLUTIONS THAT WORK!

Spedy Express

Spedy Regular

Spedy Economy

SPEDYCARGO, TRANSITÁRIOS, S.A.

#### Head Office

Via Central de Milheirós, 726  
Milheirós  
4475-330 Maia

Telf.: + 351 229 993 650 Fax.: + 351 229 964 962

#### Lisbon Office

Edifício 134 - Piso 2 - Gab. 2119/2120  
Aeroporto da Portela  
1750-364 Lisboa

Telf.: + 351 218 480 369 Fax.: + 351 218 480 370

[www.spedycargo.pt](http://www.spedycargo.pt)



## CONGRESSO MUNDIAL DO CALÇADO EM NÁPOLES

Nos próximos dias 3, 4 e 5 de abril realiza-se na cidade de Nápoles, em Itália, a 6.ª edição do Congresso Mundial do Calçado organizado pela CEC (Confederação Europeia do Calçado) que reunirá empresários e decisores das mais importantes empresas e organizações do setor a nível mundial.

Trata-se de um evento de três dias dedicado à discussão de temáticas atuais e de impacto global na indústria do calçado. Com o tema Digitalisation for a Sustainable Footwear Industry (Digitalização para uma Indústria do Calçado Sustentável), o 6.º Congresso Mundial do Calçado contará com a

## CALÇADO PELO MUNDO

— presença de oradores de vários países e representantes de variadas áreas da indústria, que abordarão diversos temas apresentados em três painéis: The Connected and Sophisticated Global Consumer (Um consumidor global conectado e sofisticado), Manufacturing towards a Circular Economy (Produção orientada para uma economia circular) e The Next Generation of Merchants/Retailers (Uma nova geração de retalho).

O primeiro dia do evento, 3 de abril, será dedicado a um contacto mais

próximo com as empresas locais, estando confirmadas as visitas às fábricas da Kiton e da Mario Valentino.

A última edição do Congresso Mundial do Calçado teve lugar em León, México, em 2014. A participação neste evento afigura-se como uma excelente oportunidade de contacto com alguns dos principais decisores da indústria do calçado a nível mundial e permitirá um contacto mais próximo com a realidade de outros mercados, nomeadamente com as visitas a fábricas italianas, prevista no programa provisório.

No site oficial do congresso pode ser consultada informação adicional, bastando para tal seguir o seguinte endereço: [www.worldfootwearcongressnaples2019.com](http://www.worldfootwearcongressnaples2019.com)

## 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 ultrasons.



### 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;

P O R T U  
G U E S E  
S H O E S

**APICCAPS**

# VAMOS CALÇAR PORTUGAL

Aliar a competitividade à qualidade de vida e à responsabilidade social é o grande desafio da indústria portuguesa de calçado para o século XXI.

Assim, com o objectivo de promover um país mais solidário e inspirar respostas e políticas sociais de excelência, o sector do calçado, através da APICCAPS, e a Caritas do Porto lançaram a iniciativa Vamos Calçar Portugal, que visa auxiliar famílias carenciadas, através da doação de calçado.

Juntos podemos  
calçar Portugal.



CARITAS DIOCESANA DO PORTO

APICCAPS - Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado,  
Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos  
Rua Alves Redol, 372

Apartado 4643 | 4011-001 PORTO

Tel +351.225 074 150 | Fax +351.225 074 179

apiccaps@mail.telepac.pt | www.apiccaps.pt/apiccaps

Com o apoio de:



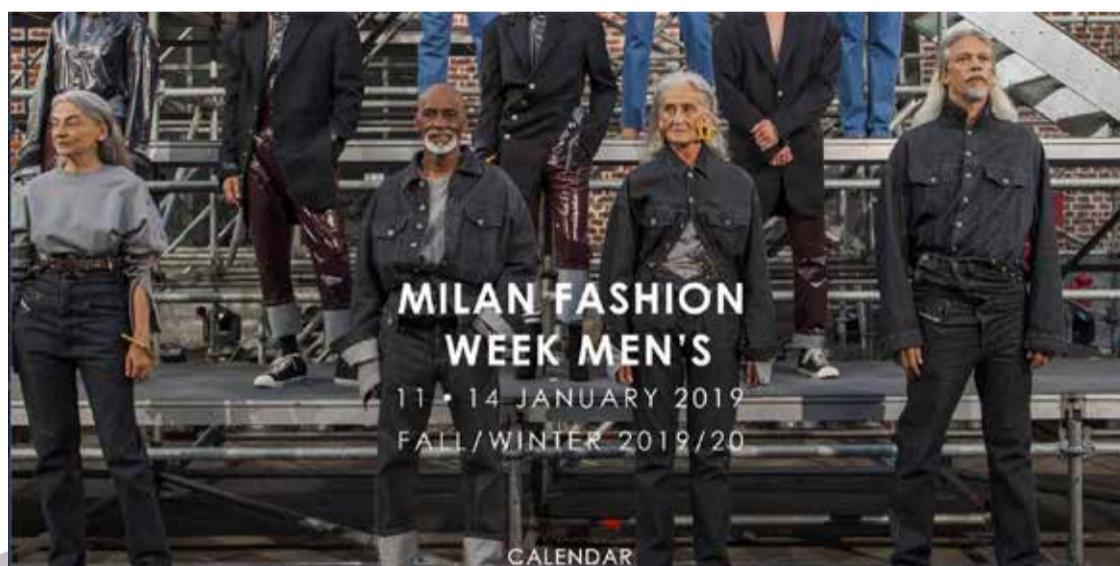
## FOLLOW ME

Por estes dias a Europa é o epicentro da moda internacional. As principais semanas de moda aterram nas capitais europeias. Paris, Londres... e, claro, Milão. Depois da maior feira de calçado do mundo, é a vez da cidade italiana receber os passos das principais casas de moda internacional. Conheça os Instagram obrigatórios para seguir por estes dias.

## CAMERA MODA

**@cameramoda**

Tem 214 mil seguidores apenas no Instagram. É a maior entidade italiana do setor e organiza, entre outros eventos, a Semana de Moda de Milão. Aqui pode acompanhar tudo o que se passa pelas ruas da cidade nestes dias. Desde o calendário oficial aos desfiles ao minuto. No resto do ano, o Instagram enche-se das últimas tendências.



WGSN

**@wgsn**

É a maior agência de tendências mundial. Se quer saber como será a próxima estação, o próximo ano... ou a próxima década, a WGSN tem a resposta. Numa altura em que o consumidor é cada vez mais um “mistério” para as empresas, esta agência começa a “desbravar” caminho. Seguir esta conta é ‘obrigatório’ para saber, em primeira mão, como será o futuro.



ALEXANDRA MOURA

**@alexandramoura**

É portuguesa...mas por estes dias aterra de cabeça no calendário oficial da semana de moda de Milão apoiada pelo Portugal Fashion, Alexandra Moura apresenta-se pela primeira vez na cidade italiana. Mas a próxima estação tem um sabor ainda mais doce. A criadora une-se agora à marca de calçado Nobrand, numa parceria que se antevê muito especial.

Gallery



INTERNATIONAL  
FASHION TRADE SHOW



January 26 – 28, 2019

Showroom Concept  
January 25 – 29, 2019

AREAL BÖHLER

GALLERY-DUESSELDORF.COM

We are international order-oriented trade shows for fashion, shoes and accessories with a mix of young and established brands based in Dusseldorf!

Gallery  
SHOES

INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR  
SHOES & ACCESSORIES



March 10 – 12, 2019

AREAL BÖHLER | DÜSSELDORF

GALLERY-SHOES.COM