

AÇÕES DE VALORIZAÇÃO DA OFERTA

2024

Cluster
do Calçado



INCENTIVOS ÀS EMPRESAS

INSCRIÇÕES ABERTAS

LIMITADAS AO ORÇAMENTO
DISPONÍVEL

APICCAPS

Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado,
Componentes e Artigos de Pele e seus Sucedâneos

VIGÊNCIA DO PROGRAMA

Janeiro de 2024 a Dezembro de 2024

CONTACTE-NOS

Carlos Silva

carlossilva@apiccaps.pt

Tel: 225 074 150

AÇÕES DE VALORIZAÇÃO DA OFERTA

2024

Cluster
do Calçado

A APICCAPS vem desenvolvendo ao longo dos últimos anos um programa designado de Valorização da Oferta, com o objetivo de complementar os apoios às empresas em matéria de internacionalização das empresas portuguesas do Cluster do Calçado e Moda.

É reconhecidamente importante, tal como definido no Plano Estratégico do Cluster do Calçado e Moda 2030, alavancar os investimentos das empresas nas suas marcas, em especial nas áreas da comunicação e marketing, bem como ao nível da imagem das próprias empresas do Cluster.

A APICCAPS, com este objetivo, apresentou uma candidatura no âmbito do Portugal 2030, para dar continuidade às Ações de Valorização da Oferta, permitindo investimentos em **Catálogos, Campanhas de Marketing Digital, Registo de marcas, Sessões fotográficas, etc.**

Esta candidatura encontra-se ainda em fase de análise, não tendo por isso ainda sido aprovada. Neste sentido, a APICCAPS não pode ainda garantir a disponibilidade do incentivo para os investimentos que venham a ser realizados, só o podendo fazer se, quando e na medida em que a candidatura seja aprovada.



TIPOLOGIAS DE INVESTIMENTO ELEGÍVEIS



ENQUADRAMENTO DOS INVESTIMENTOS

O presente documento pretende enquadrar a metodologia de implementação de investimentos a realizar no âmbito do programa de Valorização da Oferta para 2024. Este programa prevê intervenções nas seguintes tipologias de investimento:

1. Publicidade (anúncios) e Assessorias de Comunicação (5 países)
2. Adesão a Plataformas de Comércio e Comunicação Online
3. Catálogos
4. Material promocional para mercados internacionais
5. Campanhas de Marketing Digital
(Redes Sociais, Google Ads, Atração de tráfego, etc)
6. Produção de Conteúdos Fotográficos/Multimédia
7. Registo de Marcas e Proteção de Modelos
8. Websites e lojas online próprias (internacionalização)
9. Definição de estratégia digital da marca/empresa
10. Plano de Internacionalização e Marketing da marca

Este Programa canalizará incentivos para as empresas através, se, quando e na medida em que a candidatura seguinte, apresentada ao Portugal 2030 seja aprovada:

- a. Internacionalização das PME - Programa de Internacionalização do Cluster do Calçado - 2024 (candidatura C698655902-00012460) apresentada no âmbito do Aviso MPR 2023-5

Estas intervenções têm como objetivo principal qualificar as empresas para o processo de internacionalização e desta forma alavancar os resultados da sua participação em feiras internacionais. Pretende-se que toda a intervenção seja também coordenada com a Campanha Portuguese Shoes, permitindo assim que a ação ao nível das empresas reforce também a imagem global do cluster.

1 PUBLICIDADE (ANÚNCIOS) E ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO

(5 PAÍSES)

Descrição

Esta rubrica de investimento contempla:

- A inserção de anúncios das marcas portuguesas nas mais importantes revistas de moda a nível internacional;
- A contratação de serviços especializados de assessoria de comunicação a empresas ligadas à área da moda. Esta ligação com empresas de assessoria de comunicação global deverá permitir um destaque dos produtos das empresas portuguesas nas revistas da especialidade e, em conjunto com os anúncios anteriormente referidos, aumentar a notoriedade das marcas nacionais.

MERCADOS

Apenas estão abrangidos os mercados principais do Cluster do Calçado e Moda (Alemanha, Espanha e França), Itália e os EUA.

OBJETIVOS

- Reforçar a presença das empresas nas revistas internacionais da especialidade;
- Complementar a participação em eventos internacionais;
- Aumentar a notoriedade das marcas nacionais;
- Contribuir para os objetivos da campanha sectorial “Portuguese Shoes”.

2 ADESÃO A PLATAFORMAS DE COMÉRCIO E COMUNICAÇÃO ONLINE

Descrição

O desenvolvimento das vendas online apresenta-se hoje como um canal em rápido desenvolvimento. No entanto nem todas as marcas têm características que permitam o crescimento de uma estratégia de vendas baseada apenas numa loja online própria.

A presença de uma marca em plataformas de vendas e comunicação online, em muitos casos, permite atrair um nível de tráfego elevado, que seria impossível de obter numa loja própria e atuando de forma isolada.

Os exemplos de plataformas deste tipo são abundantes: Amazon, Zalando, Zappos e Spartoo são exemplos internacionais com um vasto leque de calçado. Também a nível nacional existem exemplos relevantes, como a Overcube, MintySquare ou a The Feeting Room. Estas plataformas permitem otimizar os recursos para a gestão de toda a logística associada à relação direta com o cliente final ou maximizar a exposição publica das marcas que nelas participam.

Neste projeto prevê-se o financiamento dos custos associados à adesão das marcas portuguesas a este tipo de plataformas e os investimentos relacionados com o desenvolvimento dos respetivos perfis de marca.

Objetivos

- Criação de canais de venda alternativos;
- Aumentar a presença da marca nos canais digitais;
- Aproveitar o know-how das plataformas sobre clientes e processo de venda, aliada a alguma redução de custos para as empresas.

3 CATÁLOGOS

Descrição

Como forma de alavancar os resultados da participação das empresas do sector em feiras internacionais prevê-se aqui a possibilidade de financiar os custos com a conceção, a edição gráfica e a publicação de catálogos das coleções de marcas do cluster. Estes catálogos são hoje um meio mais comum de desenvolver a comunicação de uma forma mais continua com os clientes internacionais do sector.

Objetivos

- Promover a imagem das empresas;
- Cativar clientes potenciais e fidelizar clientes habituais;
- Apresentar de forma detalhada o conceito de cada coleção;
- Divulgar a presença das empresas nos grandes eventos internacionais.

4 MATERIAL PROMOCIONAL PARA MERCADOS INTERNACIONAIS

Descrição

É essencial adotar uma estratégia de promoção ainda mais abrangente e orientada para a construção das marcas, em particular as que estão a iniciar o seu percurso, nos mercados internacionais.

Pretende-se angariar novos clientes, aumentando a visibilidade das marcas das empresas portuguesas nos mercados internacionais.

Inclui a produção de materiais promocionais diversificados, incluindo expositores de produtos, displays de marca, entre outros.

Objetivos

- Criar uma presença das marcas portuguesas forte nos mercados internacionais;
- Estabelecer conexões emocionais e cognitivas com novos clientes;
- Diferenciar a marca das restantes através de elementos visuais de elevado destaque.

5

CAMPANHAS DE MARKETING DIGITAL

(REDES SOCIAIS, GOOGLE ADS, ATRAÇÃO DE TRÁFEGO, ETC)

Descrição

Os social media, designadamente o Facebook e o Instagram, assumiram na última década um papel fundamental na estruturação das relações sociais e têm um papel crescente na atividade económica. Para muitos consumidores, nomeadamente os mais jovens, estes meios desempenham um papel fundamental no conhecimento dos produtos disponíveis no mercado, na definição das suas preferências, na seleção dos produtos a comprar e, crescentemente, até na concretização da própria compra.

Igualmente, os meios digitais oferecem oportunidades inovadoras para as atividades de marketing, permitindo nomeadamente que estas beneficiem de um grau de direcionamento e customização que doutro modo não seriam possíveis. Utilizando instrumentos de email marketing (de que são exemplos as newsletters) é possível direcionar a comunicação para as pessoas e empresas específicas que se pretendem atingir e, eventualmente, adequar a mensagem ao destinatário.

Por fim, existe uma infinidade de ferramentas digitais ao dispor das empresas, de que são exemplo o Google Ads e as campanhas de atração de tráfego para os websites.

Objetivos

- Promover atividades de divulgação dos produtos portugueses junto dos clientes habituais e potenciais;
- Desenvolver estratégias de comunicação digital;
- Potenciar a aquisição de competências inovadoras e específicas no âmbito das novas formas de comunicação;
- Estimular a capacidade das empresas/marcas interagirem com os seus clientes recorrendo a meios inovadores como os canais digitais, websites, newsletters eletrónicas e anúncios online, entre outros.

6

PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS FOTOGRÁFICOS/MULTIMÉDIA

Descrição

O desenvolvimento de conteúdos fotográficos e multimédia são hoje unanimemente considerados como indispensáveis para a promoção das marcas, quer com o público profissional, quer com os consumidores finais.

Nesta tipologia contempla-se a contratação de fotógrafos, stylists, cabeleireiros, maquilhadores, manequins profissionais, equipas de vídeo, entre outros, capazes de criar conteúdos multimédia de grande impacto, passíveis de utilização nos diversos suportes de comunicação utilizados pela marca.

Objetivos

- Promover o upgrade de imagem das marcas do sector;
- Fomentar uma imagem de excelência das empresas e dos seus produtos;
- Captar a atenção de quem se depare com qualquer das formas de promoção da empresa.

7

REGISTO DE MARCAS E PROTEÇÃO DE MODELOS

Descrição

Enquadram-se aqui os investimentos com o registo das marcas nos países da União Europeia e seu alargamento a países terceiros.

Sendo este um sector de moda, prevê-se ainda, pela sua importância, a generalização e sistematização do registo do(s) modelo(s) para adequada e eficaz proteção do crescente investimento efetuado na conceção de produtos.

Objetivos

- Reforçar o papel das marcas e dos novos modelos como elemento diferenciador da oferta;
- Minimizar os riscos de investimento e de litigância.

8

WEBSITES E LOJAS ONLINE PRÓPRIAS (INTERNACIONALIZAÇÃO)

Descrição

Contratação de serviços especializados capazes de projetarem a presença das empresas no domínio digital, passando pela criação de novos websites, pela implementação de lojas online ou ainda pela reformulação profunda (em termos de funcionalidades) de websites e/ou lojas online já existentes.

Objetivos

- Permitir a apresentação da empresa de um ponto de vista global e apresentação de coleções;
- Implementar áreas de clientes (B2B) e de localização de pontos de venda;
- Promover e aprofundar um contacto digital com o consumidor final (B2C);
- A integração de sistemas entre as lojas online e os diferentes sistemas de gestão das empresas;
- Promover a participação das empresas portuguesas no domínio digital.

Descrição

Reforço das competências das empresas na área digital logo no momento de uma correta definição da estratégia digital a implementar pela marca.

Pretende-se por isso apoiar as empresas na contratação de consultoria com vista à definição da agenda digital das marcas. Esta consultoria deverá versar sobre uma análise aprofundada do posicionamento atual da marca no universo online e, de seguida apresentar proposta(s) de ajustes a fazer para que a empresa possa melhorar o seu posicionamento digital.

A estratégia proposta deverá ter sempre como objetivo o aprofundamento do processo de internacionalização e o posicionamento da empresa em termos de produto.

Objetivos

- Definir o posicionamento da marca em termos digitais;
- Identificar os canais onde a empresa possa melhorar o seu posicionamento online;
- Diversificar os mercados de exportação das empresas e aprofundar a aproximação ao cliente final.

10 PLANO DE INTERNACIONALIZAÇÃO E MARKETING DA MARCA

DESCRIÇÃO

Estruturação de planos de Internacionalização e Marketing que definam, além da forma de atuação ao nível da internacionalização, as intervenções ao nível comercial e de marketing da marca.

A análise dos mercados-alvo definidos deverá ser contemplada de forma a ser proposto um plano de intervenção nesses mercados consistente e assente em pressupostos válidos e alcançáveis. A referida proposta de plano deverá ter em conta também o posicionamento da empresa em termos de produto.

OBJETIVOS

- Promover a participação de novas empresas no processo de internacionalização;
- Apoiar o processo de definição estratégico das empresas, especialmente na ótica da internacionalização das marcas;
- Permitir a diferenciação de mercados e introdução de novos segmentos de produto.

CONDIÇÕES DE ELEGIBILIDADE

Sem prejuízo de outros requisitos formais previstos em Legislação Comunitária e Nacional procura-se aqui estruturar uma síntese das condições de elegibilidade cujo cumprimento tem de ser demonstrado pelas empresas participantes no projeto.

Para o recebimento dos incentivos a empresa associada deverá demonstrar, o mais tardar até ao momento da apresentação do plano de investimentos, que cumpre todas as condições de elegibilidade a que o recebimento de incentivos está sujeito, entregando à APICCAPS documentos comprovativos do cumprimento dessas condições.

DECLARAÇÃO DE PRÉ-ADESÃO

Este documento é preenchido e apresentado apenas uma vez para o período de vigência do projeto atrás identificado. As empresas que o não apresentaram no momento da candidatura deverão proceder ao seu preenchimento e apresentação até à inscrição numa qualquer ação.

A declaração de pré-adesão deverá ser preenchida através da via eletrónica acedendo ao website: <https://adesao.apiccaps.pt/Myportugueseshoes/Login/>

CERTIFICAÇÃO PME

A regulamentação em vigor impede a atribuição de apoio financeiro às empresas de dimensão que NÃO se classifiquem como PME (Pequena ou Média Empresas) segundo a recomendação da União Europeia nº 2003/361/CE. Desta feita é necessário que todas as empresas participantes **comprovem o seu estatuto PME**.

O processo de certificação é efetuado eletronicamente no website do IAPMEI em www.iapmei.pt ao qual as empresas associadas deverão aceder para realizarem a respetiva certificação. Nos casos em que esta certificação já tenha sido efetuada no passado deve-se, mesmo assim, verificar se esta ainda se encontra válida, designadamente através da confirmação dos valores definitivos relativos ao último exercício disponível.

CERTIDÕES DE INEXISTÊNCIA DE DÍVIDAS À SEGURANÇA SOCIAL E À AUTORIDADE TRIBUTÁRIA

Apenas é possível atribuir incentivos a empresas que **mantenham a sua situação contributiva regularizada** durante todo o período de execução do programa.

Para assegurar a comprovação da regularidade a empresa deve fazer chegar à APICCAPS certidões originais (preferencialmente emitidas por meios digitais) emitidas pela Segurança Social e pela Autoridade Tributária.

A APICCAPS apenas está autorizada a proceder ao pagamentos de incentivos a empresas que comprovadamente tenham a sua situação contributiva regularizada. Assim sendo, recomendamos que em qualquer momento até à data do último pagamento de incentivo a empresa assegure que a APICCAPS dispõe de certidões atualizadas.

REGISTO NO BALCÃO DOS FUNDOS UE

A participação em qualquer sistema de incentivos obriga ao registo da empresa beneficiária no Balcão dos Fundos UE. Este registo pode ser realizado através do link abaixo.

<https://balcaofundosue.pt/>

DECLARAÇÃO DE EMPRESA ÚNICA/AUTÓNOMA

Cada empresa deverá submeter a declaração de empresa única/autónoma, através da PAS 2.0,e enviar a respetiva declaração para a APICCAPS.

OUTRAS

Apesar de não ser necessário enviar qualquer comprovante para a APICCAPS, a empresa associada deverá ainda assegurar-se de que cumpre, e de que manterá o cumprimento durante toda a vigência do projeto, as seguintes condições:

- Possuir uma situação líquida positiva, aferida através de um montante positivo dos Capitais Próprios da empresa;
- Não ser considerada uma empresa em dificuldade, de acordo com a definição prevista no artigo 2.º do Regulamento (UE) n.º651/2014;
- Não ser uma empresa sujeita a uma injunção de recuperação, ainda pendente, na sequência de uma decisão anterior da Comissão que declara um auxílio ilegal e incompatível com o mercado interno, conforme previsto na alínea a) do n.º 4 do artigo 1.º do Regulamento (UE) n.º 651/2014;
- Nos termos da legislação aplicável, a empresa deve ainda manter-se em atividade por um período mínimo de 3 anos após o encerramento do projeto em que participou. Se tal não acontecer haverá lugar à obrigação de restituição de todos os incentivos entretanto já recebidos.

VERIFICAÇÃO

Deverão ser remetidos à APICCAPS os comprovantes (outputs) produzidos no âmbito do projeto de forma a permitir a verificação da execução de cada um dos investimentos.

Estes comprovantes de execução física deverão permitir validar não só os outputs dos investimentos efetuados, como também a sua razoabilidade (confirmar que o valor faturado está ajustado às condições de mercado para os trabalhos realizados). Avaliação da suficiência e razoabilidade dos comprovantes é efetuada pelo sistema de incentivos.

PUBLICITAÇÃO

O financiamento comunitário obriga a que em todo o material promocional produzido no âmbito destes projectos se cumpra um conjunto de regras de publicitação definidas. Em particular destaca-se a necessidade da presença dos logotipos Compete 2030, PORTUGAL 2030 e União Europeia com particular destaque. (ver regras de localização e dimensão nas regras do Portugal 2030).



Cofinanciado pela
União Europeia



Cofinanciado pela
União Europeia



Cofinanciado pela
União Europeia

A publicitação dos apoios – imposta pelos Regulamentos Europeus e Nacionais – é obrigatória, pelo que **a sua falta conduz à não elegibilidade do investimento executado.**



Cofinanciado pela
União Europeia