



PRESS RELEASE

**PORTU
GUESE
SHOES**

DESIGNED BY
THE FUTURE

APICCAPS

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS INDUSTRIAIS DE CALÇADO
COMPONENTES E ARTIGOS DE BELE E SEUS SUCESSORES



CALÇADO
PORTUGUÊS
REFORÇA
INTERNACIONALIZAÇÃO

Numa altura em que se antevê um ano de 2012 particularmente exigente para a esmagadora maioria dos agentes económicos à escala internacional, a indústria portuguesa de calçado, através da APICCAPS (Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos) promete voltar a agitar os mercados internacionais com uma investida promocional de grande escala.

O sector reforçará, com o apoio do Programa Compete, a aposta no processo de internacionalização, investindo 11 milhões de euros numa mega-ofensiva promocional em mais de 30 países, que se traduzirá em dezenas de acções de imagem e na presença nos principais fóruns da especialidade.

Em traços gerais, a promoção comercial externa é a grande prioridade do sector, que exporta sensivelmente 95% da sua produção para mais de 130 países (até Setembro deste ano, há a assinalar um aumento das vendas no exterior de 21% para 1.197 milhões de euros). Por esse motivo, em 2012, mais de 140 empresas vão participar em mais de 60 certames profissionais um pouco por todo o mundo.

No essencial, são quatro os grandes objectivos para a realização desta ofensiva promocional. Consolidar a posição relativa do calçado português nos mercados externos, diversificar o destino das exportações, abordar novos mercados e possibilitar que novas empresas iniciem o processo de internacionalização são as metas do sector, constituído por mais de 1.300 empresas, responsáveis por mais de 32 mil postos de trabalho e que se perfila como o mais internacionalizado da economia portuguesa.

O sector investirá no reforço da presença em feiras e exposições de plataforma mundial (como são os casos das feiras MICAM e Riva del Garda, ambas em Itália, e GDS, na Alemanha), em feiras de forte expressão regional (Modacalzado, em Espanha, Clif e CPH Vison, ambas na Escandinávia) e de nicho (Bread & Butter, na Alemanha, Who's Next, Mess Around, Midec, Premiere Classe, Italmoda e Fashion Week, em França - cada uma delas visando públicos distintos e segmentos de mercado diferenciados - The Brandery, em Espanha, Pure, Moda Footwear e London Fashion Week, no Reino Unido).

Realce para uma grande aposta nos mercados emergentes e com elevado potencial de crescimento para as empresas portuguesas como Brasil, China, Emirados Árabes Unidos, Japão e Rússia.

Campanha "sexy" made in Portugal

No âmbito desta grande «operação de charme» à escala mundial, o sector português de calçado vai reforçar o investimento em acções de comunicação e imagem. Sob o lema "A indústria mais sexy da Europa" a campanha de 2012 revelará a excelência da oferta portuguesa. Tendo como pano de fundo a cidade do Porto (a sessão fotográfica realizou-se no edifício da Câmara Municipal), a aposta recaiu numa equipa totalmente portuguesa (fotógrafo, Frederico Martins; stylist, Fernando Bastos Pereira; cabeleireiro, Rui Rocha; e maquilhadora, Patrícia Lima).

Destaque para a presença de dois nomes fortes da moda portuguesa: a manequim Sara Sampaio e Kevin. Eles serão, em 2012, o rosto do calçado português nos mercados externos. A Sara Sampaio, actualmente a residir em Nova Iorque, ganhou em 2011 os Globos de Ouro e os Fashion Awards. Nos últimos anos, para além de marcar presença em editoriais das mais famosas revista de moda do mundo (Vogue de Portugal, Espanha e Índia, Elle, Marie Claire, Biba e Wad França) protagonizou várias campanhas internacionais de revelo como Axe, Agatha Ruiz de la Prada, Blumarine, Replay Jens e Armani Exchange. Já Kevin Sampaio é o rosto de várias campanhas internacionais de referência como D´Squared2 e Macy´s e Boglioli. Para além da presença em editoriais de revista de moda de todo o mundo, é uma presença assídua nos desfiles das grandes marcas intencionais como Armani, Bottega Veneta, Dior, Dolce & Gabana, Fendi, Gautier Versace, Trussardi, entre outros.

PORTUGUESE SHOES

DESIGNED BY THE FUTURE

The Sexiest Industry in Europe



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional