



O projeto visa aumentar as exportações do setor da extração e transformação da pedra natural, o investimento, a valorização da imagem das marcas nacionais e promover fatores de competitividade com base na inovação tecnológica dos processos e os serviços de arquitetura e engenharia portuguesa ligadas à construção.

Trata-se de internacionalizar a oferta integrada de produtos e serviços para a construção de habitações, edifícios públicos e de infraestruturas com utilização de pedra natural ou de agregados, e apresentar Portugal como país inovador que detém vantagens competitivas de qualidade, preço, design e serviço que permitem valorizar o produto e captar investimentos estrangeiros para os recursos mineiros.

Assim, as ações incluídas no projeto contribuem para colmatar as necessidades de projeção internacional dos produtos, competências e valorização da imagem que são decisivas para aumentar a notoriedade do setor e contribuir para melhorar o valor acrescentado das exportações.

As ações (Participação em Feiras, Missões de prospeção e visitas de importadores - Missões Inversas) determinaram prévia recolha de informação sobre os mercados e os eventos, divulgação e informação sobre condições das presenças, transportes, publicidade e outros meios de difusão, tais como: workshops, redes sociais, mails, contatos diretos, telefone, etc.

A avaliação das ações deverá efetuar-se-á durante e após a conclusão dos eventos.

A escolha dos eventos foi precedida de sessões de divulgação e de sensibilização junto das empresas das zonas Norte e Centro do país e da celebração de acordos de pré-adesão. Na seleção dos mercados teve-se em conta a não sobreposição de eventos promovidos por outras associações empresariais ou entidades oficiais.

A informação preliminar sobre os mercados evidenciou a existência de oportunidades e as condições necessárias para estabelecer relacionamentos entre empresários e desenvolver novos negócios.

As atividades consistem na participação em Feiras, Missões de prospeção e Missões Inversas (visitas de importadores às empresas nacionais), sensibilização e divulgação, a saber.

## ATIVIDADES

### 1. Sensibilização e Divulgação do Projeto

**Seleção e Caracterização das empresas para integrar no projeto.**

- **Visita às empresas para observação direta das condições de laboração, fatores de competitividade, estratégia comercial, principais problemas com a internacionalização, com vista a definição e alinhamento das estratégias;**
- **Escolha de mercados prioritários, expectativas sobre a sua participação em eventos internacionais e posicionamento das empresas;**
- **Definição do número de participantes por Feira, recursos humanos internos envolvidos no projeto, experiências anteriores, tipologia dos Mix-Produtos a apresentar nas Feiras, Espaços a ocupar, numa lógica de proporcionalidade e homogeneidade na dimensão das presenças;**
- **Assumpção de compromissos e definição de objetivos;**
- **Divulgar o programa do projeto e a sua importância no contexto de mudança nos mercados internacionais;**
- **Expôr a motivação e o enquadramento do mesmo;**
- **Sensibilizar para as necessidades de mudança e para as oportunidades que o QREN oferece para apoiar ações de internacionalização e qualificação das empresas;**
- **Convidar à participação de workshops sobre o tema;**
- **Preparação e sensibilização das empresas para a necessidade de participar em eventos para aumentar as exportações;**
- **Processo de seleção das empresas, alinhamento estratégico, informação sobre os mercados e eventos a participar.**

### 2. Preparação da Participação

**Consultoria às Empresas na preparação da ação - imagem e comunicação**

**Trabalhar a imagem das empresas tendo em vista a presença nas Feiras, mantendo a identidade de cada uma e uniformidade de tratamento da imagem do país tanto nas presenças individuais como nas coletivas.**

**Ou seja, consiste na preparação das empresas tendo em conta a especificidade e os eventos a participar. As empresas irão receber informação completa sobre os mercados em causa e respetivas feiras, potenciais clientes importadores e outras entidades para contatos.**

**A ação integra informação sobre Estudos sobre os Mercados Alvos, prioritários. Outros de elementos de informação sobre a situação económica da conjuntura, principais importações, tendências da Procura, Dimensão e especificação dos Consumos de Pedra Natural e Agregados, serviços de engenharia e arquitetura.**

**Inclui, também, o tratamento da informação com vista a obter elementos sobre Cultura, formas de negociação, concorrência, regimes pautais bem como as condições necessárias ao desenvolvimento de Missões de prospeção e outros contatos.**

**Ao preparar as empresas para os eventos, pretende-se criar espírito de cooperação, agir ao nível dos comportamentos para alinhar posicionamentos estratégicos adequados aos eventos em presença.**

A monitorização das Ações do Projeto que compreende:

- Acompanhamento das empresas em todas as presenças em Feiras e eventos internacionais;
- Preparar reuniões, promover contatos com potenciais clientes e entidades oficiais;
- Estruturar a comunicação das empresas junto dos meios de comunicação social local;
- Obter elementos de caracterização sobre os visitantes e agentes locais;
- Promover ligações com as Delegações da AICEP e Câmaras de Comércio;
- Divulgar o potencial dos recursos mineiros para o investimento estrangeiro;
- Elaborar relatórios sobre os Indicadores de Realização/Acompanhamento e Impacto por Feira.

### 3. Participação em Feiras Internacionais

#### MARMOMACC - Itália

A MARMOMACC é o evento internacional dedicado às empresas do setor da pedra natural. Trata-se de um encontro imperdível para todos os profissionais: produtores e operadores que procuram sucesso em um contexto cada vez mais especializado e competitivo. Uma grande vitrine para admirar o melhor da tradição e inovação produtiva nacional e internacional, as operações realizadas no exterior e as inúmeras iniciativas para promover a peculiaridade e riqueza da pedra natural e seu potencial, para sua utilização em design e arquitetura.

Ocorre anualmente durante o mês de Setembro, na cidade italiana de Verona, e abrange:

- Construção
- Máquinas-ferramentas
- Arquitetura
- Design
- Equipamento de Laboratório
- Máquinas Industriais
- Máquinas Pesadas

O certame tem vindo a confirmar o seu estatuto de centro mundial de negócios no sector da pedra, registando a presença de mais de 1400 expositores, dos quais cerca de 60% são estrangeiros, provenientes de 56 países.

Na última edição, recebeu delegações comerciais oficiais oriundas de 44 países e cerca de 57 mil visitantes, provenientes de 143 países.

Num contexto cada vez mais especializado e competitivo, estes números demonstram mais uma vez o papel primordial que a feira Italiana tem no sector da pedra, mármore, granitos, pedras ornamentais, utensílios, máquinas e tecnologias para a transformação, graças à sua fórmula única combinando business, produtos, cultura, design, formação e inovação contínua.

**BATIMAT - França**

A BATIMAT ocorre a cada dois anos no Parque de Exposições de Paris (Pais Nord Villepinte) e é considerada uma das principais feiras de construção do mundo, reunindo mais de 2.600 expositores e 354 mil visitantes, 19% dos quais internacionais.

Nesta feira estão representados os mais variados sectores, tais como revestimentos, estruturas, pavimentos, madeira, maquinaria, ferramentas, serralharia, caixilharia, casa de banho, piscinas, tratamento de afluentes, ferragens, iluminação, decoração e mobiliário, informática, serviços etc.

Trata-se de uma feira importante para o setor da pedra natural, pois tratando-se de um evento internacional, é dirigida a profissionais e a potenciais importadores que atuam no centro da Europa (França, Bélgica, Holanda, Luxemburgo).

**STONE - Polónia**

A Feira Stone, na cidade industrial de Poznan, no coração da Polónia, é um ponto de encontro tanto para os setores da construção civil quanto para a indústria de rochas da Europa Central e Oriental. Em 2015, a mostra situada diretamente ao lado da estação ferroviária central da cidade registrou 310 expositores em cerca de 20 mil metros quadrados de área expositiva e cerca de 6000 visitantes. A maior parte dos visitantes provém de Polónia, Lituânia, República Tcheca, Eslováquia, Ucrânia, Alemanha, França e Finlândia.

Por um lado, este evento é uma vitrina para rochas ornamentais em construção civil e design de interiores. Por outro, também merece destaque o setor de lápides mortuárias, tendo em vista a forte tradição católica polonesa. Isso atrairá para a feira grande quantidade de lapidadores e escultores de rocha em busca de novas máquinas e ferramentas.

Abrange: pedreiros, fornecedores de pedra, empresas que lidam com a mineração ou importadores de pedra natural, bem como os fabricantes e distribuidores de máquinas e equipamentos para processamento de pedra.

A feira STONE será acompanhada pela SAKRALIA Feira da Igreja e litúrgica e MEMENTO Funeral Fair, realizada ao mesmo tempo em feiras MTP. A combinação destes eventos irá resultar no efeito de sinergia, o que permite atingir o maior número possível de visitantes profissionais.

**4. Missões de Prospeção****ALEMANHA**

A Federação Alemã da pedra natural publicou, recentemente, o resultado de um estudo efectuado pelo Battele-Institut, sobre o revestimento de fachadas com diversos tipos de materiais.

A comparação de rentabilidade foi estudada a dois níveis: a nível de custos de investimento (custos de construção: elaboração do material, fixações, isolamento,

colocação de juntas, etc.), e a nível de custos totais, isto é, investimento mais custos de exploração e conservação, referidos a um período de tempo de 50 anos.

O sistema de revestimento de fachada mediante revestimento de granito (pedra natural) é especialmente económico atendendo aos gastos necessários de construção, calculados com a inclusão dos custos de limpeza e conservação durante um período de tempo de 50 anos.

Este é o resultado de uma comparação de rentabilidade entre a pedra natural e os materiais alternativos mais importantes para revestimento de fachadas verticais.

Este estudo mostra a apetência do mercado Alemão para adquirir a pedra natural, o que torna Portugal num potencial exportador por excelência.

## FRANÇA

Após os impactos e as incertezas decorrentes da crise financeira mundial, e ainda sob a “nuvem negra” das perturbações inerentes às dívidas soberanas dos países da Zona Euro, a França focou-se nos seguintes desafios: crescimento da economia, aumento do emprego e do poder de compra, e ainda em recuperar a competitividade da economia, realizando um esforço fiscal histórico em 2012 e em 2013.

As relações económicas bilaterais com a França são muito importantes. Este mercado tem vindo a ocupar, nos últimos anos, a 3ª posição tanto no ranking dos principais clientes, como no dos fornecedores de Portugal. A França tem mantido com Portugal profundos laços históricos, existindo uma comunidade residente com um peso muito significativo.

## REINO UNIDO

Nos últimos cinco anos a balança comercial de bens e serviços entre Portugal e o Reino Unido tem sido favorável ao nosso país. De salientar que o crescimento médio anual das exportações, no período 2009-2013, foi de 7,3%, enquanto o das importações praticamente estagnou.

No 1º semestre de 2014, os valores das exportações e das importações de bens e serviços registaram crescimentos face ao período homólogo do ano anterior, continuando o saldo a ser favorável a Portugal. Este clima favorável, faz do Reino Unido um potencial destino das exportações de Pedra Natural.

## 5. Missões Inversas

Os mercados seleccionados revelam elevado potencial para as exportações das empresas da fileira da pedra natural. Promover ações que facilitem os relacionamentos entre empresas e responsáveis é essencial para o conhecimento das capacidades, produtos, serviços e competências tecnológicas que suportam os negócios.

Assim, serão preparados os convites diretamente ou através de associações empresariais locais, câmaras de comércio, embaixadas, consulados, AICEP, etc., aos

principais agentes importadores de bens e serviços relacionados com o tipo da oferta nacional a promover.

O programa da visita às empresas nacionais será orientado para visitas às empresas e o Centro Tecnológico da Cerâmica e do Vidro para informação em workshops e ações de divulgação dos produtos e serviços, visitas a obras de engenharia e de arquitetura nacional com utilização de pedra natural e derivados.

Assim, as ações de promoção e contato com a procura internacional englobam os seguintes mercados:

### MARROCOS

Atualmente a economia marroquina é considerada a 2ª maior economia do Magreb e a 6ª de África. A aposta do Governo Marroquino em infraestruturas de desenvolvimento económico, os investimentos privados em setores como o turístico, imobiliário e a existência de mecanismos de crédito preferenciais, constituem, a par de outros setores, inegáveis oportunidades para as empresas portuguesas.

Por outro lado, assiste-se à emergência de uma classe média, com grande propensão para o consumo, em que mais de 10% da população atual possui um grande poder de compra, fator que conjugado com o dinamismo económico de Casablanca, a proximidade geográfica e a simpatia por Portugal e pelos nossos produtos, garantem um quadro favorável para a expansão do seu negócio neste mercado emergente.

### REINO UNIDO

Nos últimos cinco anos a balança comercial de bens e serviços entre Portugal e o Reino Unido tem sido favorável ao nosso país. De salientar que o crescimento médio anual das exportações, no período 2009-2013, foi de 7,3%, enquanto o das importações praticamente estagnou.

No 1º semestre de 2014, os valores das exportações e das importações de bens e serviços registaram crescimentos face ao período homólogo do ano anterior, continuando o saldo a ser favorável a Portugal. Este clima favorável, faz do Reino Unido um potencial destino das exportações de Pedra Natural.

### ALEMANHA

A Federação Alemã da pedra natural publicou, recentemente, o resultado de um estudo efectuado pelo Battele-Institut, sobre o revestimento de fachadas com diversos tipos de materiais.

A comparação de rentabilidade foi estudada a dois níveis: a nível de custos de investimento (custos de construção: elaboração do material, fixações, isolamento, colocação de juntas, etc.), e a nível de custos totais, isto é, investimento mais custos de exploração e conservação, referidos a um período de tempo de 50 anos.

O sistema de revestimento de fachada mediante revestimento de granito (pedra natural) é especialmente económico atendendo aos gastos necessários de construção, calculados com a inclusão dos custos de limpeza e conservação durante um período de tempo de 50 anos.

Este é o resultado de uma comparação de rentabilidade entre a pedra natural e os materiais alternativos mais importantes para revestimento de fachadas verticais.

Este estudo mostra a apetência do mercado Alemão para adquirir a pedra natural, o que torna Portugal num potencial exportador por excelência.

**FRANÇA**

Após os impactos e as incertezas decorrentes da crise financeira mundial, e ainda sob a “nuvem negra” das perturbações inerentes às dívidas soberanas dos países da Zona Euro, a França focou-se nos seguintes desafios: crescimento da economia, aumento do emprego e do poder de compra, e ainda em recuperar a competitividade da economia, realizando um esforço fiscal histórico em 2012 e em 2013.

As relações económicas bilaterais com a França são muito importantes. Este mercado tem vindo a ocupar, nos últimos anos, a 3ª posição tanto no ranking dos principais clientes, como no dos fornecedores de Portugal. A França tem mantido com Portugal profundos laços históricos, existindo uma comunidade residente com um peso muito significativo.

**6. Avaliação Final****Estudo de Avaliação Final**

A avaliação é muito importante para identificar as diferenças entre os objectivos e o realizado no projecto em cada acção e no global. Assim, após a realização da totalidade das ações, será feito tratamento adequado de todos os resultados da participação das empresas em cada evento, tendo por base a recolha de informação (inquéritos, entrevistas e publicações)

Trata-se de realizar a avaliação comparativa entre os objetivos e os resultados (impactes nas empresas e no potencial para os negócios) bem como a emissão de parecer com recomendações sobre melhorias e eventuais ajustes, novas metodologias, tendo em vista a internacionalização das empresas portuguesas e da oferta nacional de produtos e serviços.

**Divulgação e Disseminação de Resultados**

A divulgação a disseminação dos resultados será efetuada com o objetivo de informar as empresas do setor, de outros setores, entidades oficiais (Universidades, Centros Tecnológicos, Associações Empresariais, Confederações, Câmaras do Comércio, AICEP, Direção Geral de Energia e Geologia, etc.) sobre os objetivos e os resultados do projeto bem como divulgar novas iniciativas da ANIET a realizar no âmbito do SIAC (Sistemas de Incentivos Ações Coletivas) com vista à internacionalização das empresas.

A divulgação da ação e resultados será efetuada nas publicações da ANIET, que incluirão informação sobre as atividades, as empresas, os resultados e outros elementos a considerar.

Será realizada após o término da execução do projeto, em sessão pública com publicitação através de diversos meios (mails, página internet da ANIET e inserções publicitárias em publicações do setor)