



O projeto tem em vista a valorização da indústria extrativa e transformadora da pedra natural, através da oferta de soluções para a construção: produto, inovação tecnológica, serviços de arquitetura e a engenharia portuguesa e promoção dos recursos mineiros para novos investimentos.

Aumentar as exportações é simultaneamente um desígnio nacional e do setor dado que é fulcral para incrementar vendas com valor acrescentado e assegurar a sustentabilidade das empresas. Criar condições para captar novos investimentos é essencial para a expansão e sustentabilidade do setor, criar riqueza e emprego.

Neste contexto o reforço da internacionalização é estratégico para a viabilidade da maioria das empresas, porque permite diversificar mercados e limitar riscos de expansão.

Ou seja, o enquadramento é de internacionalização, com ações de participação em Feiras, Missões de prospeção em novos mercados e visitas de importadores, com os seguintes objetivos:

- Aumentar as exportações;
- Inovar a oferta de produtos, serviços;
- Promover marcas da Pedra Nacional;
- Promover novos relacionamentos comerciais;
- Divulgar informação sobre os mercados e importadores;
- Dinamizar processos de participação e de divulgação a nível internacional;
- Divulgar o potencial dos recursos mineiros para o investimento;
- Aumentar o investimento e o emprego;
- Avaliar e disseminar resultados.

Assim, e em linha com as políticas definidas a nível governamental (Estratégia Nacional para os Recursos Geológicos, aprovada em 2012) é decisiva a divulgação integrada do produto, serviço, competências e o potencial da indústria extrativa para captar o investimento estrangeiro tendo em vista alavancar condições de crescimento e de emprego.

As ações do presente projeto obedecem a uma lógica de apoio à política de desenvolvimento empresarial das PME pela via da internacionalização assente no conhecimento e na informação específica sobre os mercados que reúnam condições de crescimento e permitam realizar estratégias de expansão. Em simultâneo promove marcas, serviços, inovação tecnológica, soluções e potencia a captação de novos investimentos.

Neste sentido, estão previstas ações como:

- Organização da participação de empresas do setor em feiras internacionais estratégicas multissetoriais de referência, assente numa estratégia de expansão nos mercados alvo (EUA, Reino Unido, Polónia e Itália) e de complemento setorial (arquitetura, design de interiores e vidro);
- Missão de prospeção (EUA), que visam colocar empresas portuguesas em contacto com potenciais clientes/importadores;
- Missões inversas (Polónia), convidando agentes económicos estratégicos a conhecer, in loco, a qualidade dos produtos de pedra natural nacionais;
- Campanhas de Marketing.

No seguimento da estratégia da ANIET de apoio à internacionalização do setor que representa foi realizado em 2016 um Diagnóstico Competitivo (DC) para aferir necessidades e oportunidades, que permitiu alinhar ações coletivas para as colmatar e explorar, analisar as tendências de expansão dos mercados externos atuais e do potencial de novos mercados.

Os dados descritos no DC evidenciam debilidades estruturais e dependências que condicionam o crescimento das exportações, tendo sido identificadas diversas carências e oportunidades nas empresas/setor, tais como:

- Exiguidade do mercado doméstico para absorver o potencial da oferta;
- A dimensão reduzida das empresas, quer a nível estrutural quer a nível de capacidade financeira, que condiciona o acesso individual e a promoção em novos mercados;
- A ausência de promoção da imagem à escala internacional, de forma a suprir o gap existente entre a qualidade intrínseca da oferta e a perceção da mesma pelos mercados;
- A ausência de estratégias consistentes para explorar novas oportunidades de negócio;
- Escassa utilização de ferramentas de marketing comunicacional, por falta de recursos e competências;
- Aumento da procura internacional de rochas ornamentais em mercados como Reino Unido, Itália, Polónia e Estados Unidos da América, entre outros;
- Procura de novos materiais eco eficientes com vantagem da pedra;
- Procura emergente internacional de soluções integradas permite explorar novos negócios com base nas vantagens da pedra natural (resistência, durabilidade, versatilidade, estética);
- Possibilidade de alargar a utilização da pedra a outros setores da fileira, a montante e a jusante, através do contacto nas feiras selecionadas com os prescritores: arquitetos, donos de obras, designers, entre outros.

A tomada de consciência destas carências e oportunidades que afetam a competitividade da oferta, levou a ANIET a promover ações coletivas através, nomeadamente, da promoção de projetos conjuntos de internacionalização, com o objetivo de aumentar as exportações do setor da extração e transformação da pedra natural, a valorização da imagem das marcas nacionais e promover fatores de competitividade através do marketing.

Tendo por base o exposto e depois de auscultadas as empresas, foram definidas ações, que dão continuidade à estratégia de internacionalização iniciada em projetos anteriores, nomeadamente na abordagem aos mercados alvo do projeto, que são considerados prioritários. Existe uma lógica de continuidade (que a própria reincidência das PME participantes comprova) que faz todo o sentido manter, de forma garantir que a aposta do investimento realizado terá retorno crescente numa perspetiva futura.

O projeto garante assim a consolidação de mercados, tendo em conta o plano de longo prazo das empresas, justificando-se assim a necessidade de apoio ao tecido empresarial, nomeadamente através das seguintes ações:

## ATIVIDADES

### 1. Participação em Feiras Internacionais

#### TISE - Las Vegas, EUA

É o maior evento dos EUA para os setores do revestimento de pavimentos, paredes e pedra e relevante para vários mercados, onde se incluem naturalmente os EUA, e adjacentes, como Canadá e países latinos.

Reúne comerciantes, distribuidores, instaladores, arquitetos e construtores de todo o mundo permitindo, também, atualizar conhecimentos, conhecer os mais recentes produtos, serviços, ferramentas e tecnologias.

Em 2016 teve um crescimento de 10% em participantes, quase 700 expositores de todo o mundo (178 participaram pela primeira vez), e cerca de 125.000 visitantes. Esta participação dá continuidade à abordagem iniciada em 2016 ao mercado americano, com perspetivas de impacto e resultados.

#### Natural Stone Show - Londres, Reino Unido

É uma das maiores e mais importantes feiras da indústria da pedra a nível europeu e está situada em Londres, naquela que é considerada a maior zona de construção da próxima década na Europa.

É a única feira no Reino Unido dedicada à pedra natural e aos produtos e serviços relacionados, proporcionando uma ampla mostra de pedras de todo o mundo, incluindo granito, mármore e outras. Serve também de espaço para a apresentação de máquinas e ferramentas, demonstração de novos produtos e criação de redes de networking entre clientes, fornecedores e distribuidores.

Conta com a participação de milhares de arquitetos, designers, empreiteiros, grossistas e retalhistas de todo o mundo, o que justifica a continuidade da aposta das empresas, que manifestaram já o forte empenho neste mercado.

#### MARMO+MAC - Verona, Itália

É o evento internacional dedicado às empresas do setor de mármore e pedras, imperdível para todos os profissionais: produtores e operadores, pois abrange toda a cadeia de valor, combinando produtos, maquinaria e cultura.

Ocupando 80.000 m<sup>2</sup> de área de exposição, o certame é centro mundial de negócios: mais de 1650 expositores (+4% que 2015), dos quais 60% são estrangeiros (+5% face a 2015), provenientes de 55 países; cerca de 67 mil visitantes, de 146 países.

É, hoje em dia, “A” plataforma de b2b e promoção do setor devido à forte componente de internacionalização, com a participação de mercados como EUA, Alemanha, Espanha, Reino Unido (+ 11% de operadores) e China (+45% de operadores).

Na última edição, foram realizados dois eventos paralelos “Architectural Record e Archmarathon” promovendo fortes sinergias com agentes da arquitetura e construção. A presença e resultados crescentes de edições anteriores (4 PME em 2015, 9 em 2016) comprova a importância da participação neste evento.

### Stone, Poznan- Poznan, Polónia

A Feira Stone 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 registou 310 expositores em cerca de 20 mil m2 de área e cerca de 6000 visitantes. A maior parte dos visitantes provêm da Polónia, Lituânia, República Checa, Eslováquia, Ucrânia, Alemanha, França e Finlândia.

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 Glass Industry Fair, pelo que a combinação destes eventos irá resultar no efeito de sinergia com outro setor, permitindo atingir o maior número possível de visitantes profissionais.

É uma vitrina para rochas ornamentais em construção civil e design de interiores, sendo um mercado apetecível pela sua expansão e potencial de crescimento, que as empresas pretendem continuar a trabalhar.

## 2. Missões de Prospeção e Inversas

### Missão de prospeção - Estados Unidos da América

Os EUA são um mercado fortemente atrativo para as empresas nacionais pelo seu potencial de negócio a explorar, pelo que a participação na feira TISE será seguida desta missão para alargar área de atuação a outras cidades e aprofundar a rede de contactos, já iniciada pelas empresas em 2016.

Cerca de 18% das importações dos EUA têm proveniência na UE, mas Portugal representa apenas 0,14% das suas importações, o que, não sendo um mercado tradicional, evidencia o potencial de crescimento neste mercado.

As exportações da fileira da extração e produção de rochas ornamentais estão em crescimento, inclusive para os EUA, sobretudo pelo valor acrescentado que integram. Este é, assim, um contexto favorável à indústria extrativa e transformadora e uma oportunidade única para promover o crescimento económico, reforçar a competitividade da Pedra Natural Portuguesa, criando uma plataforma de lançamento para novos mercados no continente americano, como Canadá e América Latina.

### Missão Inversa - Polónia

A Polónia representa hoje em dia um apetecível destino para as exportações portuguesas. É um território localizado estrategicamente na Europa continental, faz parte do corredor transeuropeu de transporte e apresenta uma economia em crescimento. É um país com elevado potencial, sendo a única grande economia da União Europeia que não caiu em recessão durante a crise financeira.

Pelo seu crescimento estável e inflação baixa oferece condições seguras para a atividade comercial, sendo o 1.º destino de investimento estrangeiro português na Europa Central e de Leste, (Portugal próximo dos 10 maiores investidores na Polónia). As exportações portuguesas para este país têm aumentado significativamente nos últimos cinco anos, crescendo praticamente 50% de 2009 para 2014.

A aposta neste mercado potencia a expansão para outros mercados do leste europeu. O setor da pedra natural está, portanto, perante um quadro favorável para a expansão das relações comerciais neste mercado emergente, pelo que fará todo o sentido continuar a sua exploração em novos projetos.

### 3. Material Promocional

Num processo de internacionalização, uma das ferramentas de marketing imprescindíveis, tem por base o desenvolvimento de material promocional e informativo para os mercados externos.

Dado que as empresas participantes, na sua maioria, não têm estabelecidas práticas de promoção e marketing, será concebido material promocional (vídeos, catálogos e flyers), o que se justifica na medida em que representa uma das peças mais importantes na divulgação de produtos e marcas, pois permite ao consumidor analisar os produtos da empresa/setor e entender como um convite para conhecer um pouco mais.

Outro detalhe crucial, que também acrescenta bastante importância aos materiais promocionais, é o retorno do pós-evento. Os materiais promocionais produzidos e entregues em eventos, permitem aos potenciais clientes que precisem de alguma informação sobre as empresas, a obtenham através destes meios.

Para além deste material promocional, e tendo em conta o historial do setor, serão ainda realizadas novas formas de abordagem ao mercado através da conceção e utilização de instrumentos de comunicação inbound como promoção no site, redes sociais e vídeos virais, permitindo atingir novos públicos, de forma mais rápida e com potencial de divulgação mais amplo.

### 4. Avaliação Final e Estudos

O projeto prevê a realização de iniciativas no domínio do benchmarking, nomeadamente:

- Estudo de Tendências nos mercados alvo do projeto, que se apresenta como uma ferramenta inovadora de marketing de orientação às empresas (novos

produtos e soluções) face às tendências ditadas pelos prescritores e à oferta da concorrência (benchmarking). Esta ferramenta será disponibilizada ao público através das redes sociais, site e via mailing, procurando ser uma referência para outros setores complementares, incluindo as indústrias criativas (arquitetura, paisagismo, design e decoração);

- Relatório final de avaliação, que integrará um capítulo para “Lições Aprendidas”, de carácter inovador e que será útil para prevenir erros em projetos futuros e promover boas práticas de execução e de avaliação, e será divulgado intra e inter setorialmente.