

APOIO À INTERNACIONALIZAÇÃO
INTERNATIONALISATION SUPPORT

PROJETO

2018—2020

**INTERNATIONAL
BUSINESS**

RESULTADOS / RESULTS

PROJETO INTERNATIONAL BUSINESS

2018-2020



O Projeto International Business 2018-2020 de apoio à internacionalização de empresas para o período de agosto de 2018 a maio de 2021 totalizou um investimento de 4.095.686 euros alocados à realização de 20 ações, entre feiras internacionais, missões empresariais (físicas e virtuais) e ações de capacitação que abrangeram 91 empresas. Do total investido, 2.221.511 euros foram cofinanciados pelo COMPETE – Programa Operacional Competitividade e Internacionalização, pelo Portugal 2020 e pela União Europeia através do FEDER – Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional.

O Projeto International Business 2018-2020 promovido pela NERLEI tem como objetivo desenvolver e reforçar as capacidades das PME no domínio da internacionalização, contribuindo para o aumento da base e da capacidade exportadora e da visibilidade internacional das empresas nacionais.

Designa-se de “projeto conjunto” por ter como principais beneficiárias várias empresas de diversos setores de atividade que ao participarem nele, em detrimento da apresentação de candidaturas individuais ao Portugal 2020, acedem a um leque de vantagens das quais se destacam a possibilidade de sinergias com outras empresas do projeto, benefício da experiência de mais de 25 anos da NERLEI em ações de internacionalização, garantia de financiamento, entre outros.

Para a prossecução dos objetivos estratégicos de internacionalização foram contempladas ações em 10 mercados externos (Alemanha, Espanha, Itália, Emirados Árabes Unido, Colômbia, Peru, Polónia, Canadá, Suíça e Reino Unido) que abrangeram micro (22%), pequenas (33%) e médias (45%) empresas.

De forma a dinamizar um tecido empresarial multifacetado, este projeto assume um cariz multissetorial, abrangendo empresas das regiões norte e centro, assentando num conjunto de ações que visam a capacitação internacional das mesmas com o intuito de reforçar a sua presença ou entrar em novos mercados.

RESUMO DAS AÇÕES

FEIRAS INTERNACIONAIS:

- 56** EMPRESAS APOIADAS
Feira Ambiente 2019 (Frankfurt, Alemanha)
- 59** EMPRESAS APOIADAS
Feira Ambiente 2020 (Frankfurt, Alemanha)
- 76** EMPRESAS APOIADAS
Mostra de produtos portugueses na Ambiente 2020, sob a insígnia “Made in Portugal Naturally” na Feira Ambiente 2020 (Frankfurt, Alemanha)
- 3** EMPRESAS APOIADAS
Feira IFFA 2019 (Frankfurt, Alemanha)
- 6** EMPRESAS APOIADAS
Feira Motortec Automechanika 2019 (Madrid, Espanha)
- 3** EMPRESAS APOIADAS
Feira HostMilano 2019 (Milão, Itália)

MISSÕES EMPRESARIAIS:

- 8** EMPRESAS APOIADAS
Missão empresarial aos Emirados Árabes Unidos (2019)

MISSÕES VIRTUAIS:

- 4** EMPRESAS APOIADAS
Missão virtual Colômbia-Peru (2019)
- 4** EMPRESAS APOIADAS
Missão virtual Polónia (2020)
- 5** EMPRESAS APOIADAS
Missão virtual Canadá (2020)
- 6** EMPRESAS APOIADAS
Missão virtual Emirados Árabes Unidos (2020)
- 4** EMPRESAS APOIADAS
Missão virtual Suíça (2021)
- 3** EMPRESAS APOIADAS
Missão virtual Reino Unido (2021)

AÇÕES DE CAPACITAÇÃO:

- > **Webinar:** Como utilizar as ferramentas de gestão digitais para a internacionalização (marketing e branding digital);
- > **Workshop:** Operações aduaneiras e documentação usada em contexto internacional
- > **Webinar:** O Procurement como um canal para fazer negócios nos mercados internacionais
- > **Webinar - E-Commerce:** "O novo normal" pós Covid-19 - Como mitigar os riscos da implementação de um e-commerce B2C e/ou B2B
- > **Webinar - E-Commerce:** Marketing Digital 360°
- > **Webinar - E-Commerce:** Como potenciar um Serviço de excelência em tempos de Mudança
- > **International Networking Day** – Apresentação de oportunidades de negócio nos mercados da Argélia, Argentina, Canadá, Colômbia, Emirados Árabes Unidos, México, Peru e Suíça
- > **Seminário de abertura de projeto:** Exportar é Simples Desmistificar as Barreiras à Exportação;
- > **Webinar de encerramento de projeto:** Exportar com Segurança - Proteção de direitos de propriedade industrial.

PROJECT INTERNATIONAL BUSINESS

2018-2020



The Project International Business 2018–2020, to support the internationalisation of companies during the period from August 2018 to May 2021, totalled an investment of €4,095,686 in 20 activities from international trade fairs and business missions (physical and virtual) to training initiatives reaching 91 companies. Of the total invested, €2,221,511 were co-financed by COMPETE – Programa Operacional Competitividade e Internacionalização, Portugal 2020 and by the European Union through the European Regional Development Fund.

The Project International Business 2018–2020, promoted by NERLEI, aims to develop and strengthen the internationalisation potential of SMEs, contributing to base growth and export capacity and increasing international visibility of national companies.

It is called a “joint project” because its main beneficiaries are companies from different sectors that, by participating in the project instead of submitting individual applications to Portugal 2020, have access to a range of advantages including the possibility of cooperation with other companies in the project, NERLEI’s experience of more than 25 years in internationalisation, and a funding guarantee, among others.

In line with the strategic objectives of internationalisation, campaigns were planned in 10 external markets (Germany, Spain, Italy, United Arab Emirates, Colombia, Peru, Poland, Canada, Switzerland and United Kingdom) that covered micro- (22%), small- (33%) medium-sized (45%) enterprises.

In order to drive a multi-layered business sector, the project itself was multi-layered, covering companies in the north and central regions and based on a set of campaigns aimed at building their international capacity by reinforcing their presence or entering new markets.

SUMMARY OF INITIATIVES

INTERNATIONAL TRADE FAIRS:

- 56** COMPANIES SUPPORTED
Ambiente 2019 (Frankfurt, Germany)
- 59** COMPANIES SUPPORTED
Ambiente 2020 Frankfurt, Germany)
- 76** COMPANIES SUPPORTED
Display of Portuguese products at Ambiente 2020, under the umbrella 'Made in Portugal Naturally', at the Ambiente 2020 Frankfurt, Germany)
- 3** COMPANIES SUPPORTED
IFFA 2019 (Frankfurt, Germany)
- 6** COMPANIES SUPPORTED
Motortec Automechanika 2019 (Madrid, Spain)
- 3** COMPANIES SUPPORTED
HostMilano 2019 (Milan, Italy)

BUSINESS MISSIONS:

- 8** COMPANIES SUPPORTED
Business Mission to the United Arab Emirates (2019)

VIRTUAL BUSINESS MISSIONS:

- 4** COMPANIES SUPPORTED
Virtual Business Mission Colombia-Peru (2019)
- 4** COMPANIES SUPPORTED
Virtual Business Mission Poland (2020)
- 5** COMPANIES SUPPORTED
Virtual Business Mission Canada (2020)
- 6** COMPANIES SUPPORTED
Virtual Business Mission United Arab Emirates (2020)
- 4** COMPANIES SUPPORTED
Virtual Business Mission Switzerland (2021)
- 3** COMPANIES SUPPORTED
Virtual Business Mission United Kingdom (2021)

TRAINING INITIATIVES:

- > **Webinar:** How to use digital management tools for internationalisation (digital marketing and branding);
- > **Workshop:** Customs operations and documentation in international context;
- > **Webinar:** Procurement as a channel for doing business in international markets;
- > **Webinar – E-commerce:** "The new normal" post-Covid-19 – How to mitigate the risks of implementing B2C and/or B2B e-commerce;
- > **Webinar – E-commerce:** Digital Marketing 360°;
- > **Webinar – E-commerce:** How to create a service of excellence in times of change;
- > **International Networking Day** – presentation of business opportunities in the markets of Algeria, Argentina, Canada, Colombia, United Arab Emirates, Mexico, Peru and Switzerland;
- > **Project opening seminar:** Exporting is Simple – Demystifying barriers to exportation;
- > **Project closing webinar:** Exporting Securely – Protection of industrial property rights.

AÇÕES/INITIATIVES

2019 - 2021

ALEMANHA / GERMANY

FEIRA AMBIENTE 2019/AMBIENTE 2019 Frankfurt
08 a 12 de fevereiro de 2019/8 to 12 February 2019

FEIRA IFFA/IFFA Frankfurt
4 a 9 de maio de 2019/4 to 9 May 2019

FEIRA AMBIENTE 2020/AMBIENTE 2020 Frankfurt
7 a 11 de fevereiro de 2020/7 to 11 February 2020

ESPAÑA / SPAIN

FEIRA MOTORTEC AUTOMECHANIKA/MOTORTEC AUTOMECHANIKA Madrid
13 a 16 de março de 2019/13 to 16 March 2019

ITÁLIA / ITALY

FEIRA HOSTMILANO/HOSTMILANO Milão
18 a 22 de outubro de 2019/18 to 22 October 2019

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS / United Arab Emirates

MISSÃO EMPRESARIAL AOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS/BUSINESS MISSION TO UNITED ARAB EMIRATES Dubai
15 a 20 de novembro de 2019/15 to 20 November 2019

MISSÃO EMPRESARIAL AOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS/BUSINESS MISSION TO UNITED ARAB EMIRATES Dubai
14 a 18 de dezembro de 2020/14 to 18 December 2020

COLÔMBIA + PERU / Colombia + Peru

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL COLÔMBIA - PERU/VIRTUAL BUSINESS MISSION TO COLOMBIA-PERU
9 de dez 2019 a 17 de jan 2020/
9 December 2019 to 17 January 2020

POLÓNIA / Poland

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL À POLÓNIA/VIRTUAL BUSINESS MISSION TO POLAND
16 a 20 de novembro de 2020/16 to 20 November 2020

CANADÁ / Canada

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL AO CANADÁ/VIRTUAL BUSINESS MISSION TO CANADA
23 a 27 de novembro de 2020/23 to 27 November 2020

SUIÇA / Switzerland

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL À SUIÇA/VIRTUAL BUSINESS MISSION TO SWITZERLAND
15 a 19 de março de 2021/15 to 19 March 2021

REINO UNIDO / United Kingdom

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL AO REINO UNIDO/VIRTUAL BUSINESS MISSION TO UK
12 a 16 de abril de 2021/12 to 16 April 2021





MAIS DE 4500 EXPOSITORES APRESENTAM TODOS OS ANOS AS ÚLTIMAS TENDÊNCIAS DA FILEIRA CASA

*MORE THAN 4500 EXHIBITORS PRESENT
THE LATEST HOMEWARE TRENDS EVERY YEAR*

A Feira Ambiente é uma das maiores e mais internacionais feiras de bens de consumo. O evento reúne todos os anos, no mês de fevereiro, em Frankfurt, na Alemanha, mais de 4500 expositores de todo o mundo, onde as marcas apresentam as suas gamas mais recentes de produtos de cozinha e eletrodomésticos, decoração e mobiliário. Esta Feira procura dar destaque à sustentabilidade, design e criatividade, com apresentações de tendências de design e exposições que surpreendem.

A área de exposição desta feira reflete a sua dimensão, com mais de 300 mil metros quadrados, o que equivale a cerca de 30 campos de futebol, que a Messe Frankfurt Exhibition GmbH disponibiliza para acolher mais de 90 países, divididos em três segmentos principais: giving - o mundo dos presentes, living - design de interiores, mobiliário e decoração, e dining - mesa, cozinha e casa.

A Feira Ambiente é reconhecida como o local perfeito para ver em primeira mão as tendências e inovações emergentes no mercado global. Contempla também uma série de palestras e eventos com especialistas do setor e designers de topo, onde é debatido o que há de novo e o que eles perspetivam para o futuro.

Em 2019 a Feira Ambiente, subordinada ao tema

The Ambiente trade fair is one of the largest and most international trade fairs for consumer goods. More than 4500 exhibitors from all over the world gather at the event in Frankfurt, Germany, in February of each year, to present their latest ranges of kitchen and household appliances, decor and furniture. This trade fair aims to highlight sustainability, design and creativity, with presentations of design trends and amazing exhibitions.

The exhibition area reflects the size of the trade fair, with over 300,000 square metres (equivalent to about 30 football pitches), which Messe Frankfurt Exhibition GmbH makes available to host over 90 countries. The exhibition is divided into three main areas: Giving – the world of gifts, Living – interior design, furniture and decor, and Dining – table, kitchen and home.

Ambiente is recognised as the perfect place to see emerging trends and innovations in the global market first-hand. It also features a series of talks and events with industry experts and top designers, in which what's new and what they envisage for the future are debated.

In 2019, Ambiente, with the theme 'New Living: Small is beautiful', was attended by 56 companies supported by NERLEI (see pages 10 to 17). At the 2020 fair, there were 59 exhibitors, with representation in each of the three main areas and in the different sub-areas (see

New Living: Small is beautiful, contou com a presença de 56 empresas apoiadas pela NERLEI (ver páginas 10 a 17). Na edição de 2020 foram 59 os expositores também com representatividade nas 3 áreas principais e nos diferentes segmentos de cada uma delas (ver páginas 18 a 23).

Na edição de 2020 a NERLEI assumiu, pela primeira vez, o papel de expositor com o objetivo de realizar uma mostra de produtos portugueses em estreita colaboração com a AICEP sob a insígnia “Made in Portugal Naturally”, que promoveu a oferta e produção nacional de produtos da fileira casa (ver páginas 24 a 29).

Importa registar que a Feira Ambiente foi dos primeiros eventos internacionais a sofrer as consequências da pandemia Covid-19, para além dos efeitos da tempestade CIARA que se fez sentir nos dias de realização da feira, em 2020. Ambos os fenómenos contribuíram, por um lado, para uma ligeira redução de visitantes, em particular representantes de grandes cadeias internacionais e, por outro lado, para o sentimento de grande incerteza face ao ano 2020, tendo em conta a situação já conhecida, à data, na Ásia e a propagação da pandemia pela Europa e continente americano. Ainda assim, foram muitos os compradores que compareceram e os negócios realizados durante a feira, registou níveis satisfatórios.

pages 18 to 23).

In 2020, NERLEI exhibited for the first time, presenting a display of Portuguese products in close collaboration with AICEP, under the umbrella “Made in Portugal Naturally”, which promoted the national production and supply of products in the homewares sector (see pages 24 to 29).

It should be noted that Ambiente was one of the first international events to suffer the consequences of the Covid-19 pandemic, in addition to the effects of Storm Ciara which were felt during the time the fair was held in 2020. Both phenomena contributed, on the one hand, to a slight reduction in visitors, particularly representatives of the major international chains and, on the other, to a feeling of great uncertainty with regard to 2020, given the situation at the time in Asia and the spread of the pandemic throughout Europe and the American continent. Even so, many buyers attended and a satisfactory level of business deals were carried out during the fair.

➤ 2019

FEIRA AMBIENTE/AMBIENTE

8 A 12 DE FEVEREIRO - FRANKFURT/8 TO 12 FEBRUARY - FRANKFURT



70% DAS EMPRESAS PORTUGUESAS NA FEIRA AMBIENTE 2019 FORAM APOIADAS PELA NERLEI

70% OF PORTUGUESE COMPANIES AT AMBIENTE 2019
WERE SUPPORTED BY NERLEI

Quase 70 por cento das empresas portuguesas que participaram na Feira Ambiente 2019 tiveram o apoio da NERLEI – Associação Empresarial da Região de Leiria. Esta foi a maior representação de empresas que integram o projeto conjunto de apoio à internacionalização da NERLEI, em 19 anos de organização desta feira dedicada à fileira casa. No segundo dia do certame, a convite da NERLEI, marcaram presença numa visita às empresas portuguesas participantes na feira, o secretário de Estado da Economia de Portugal, João Neves, acompanhado pelo delegado da AICEP em Berlim, Miguel Crespo, pelo presidente da NERLEI, António Poças, e pela representante da Messe Frankfurt em Lisboa, Cristina Motta.

As 56 empresas que se apresentaram nesta feira internacional com a NERLEI, oriundas de todo o país, mostraram as suas novas coleções, em espaços individuais, entre os 16 e os 110 metros quadrados, que totalizaram uma área de 2024 metros quadrados, de produtos tão diversificados como utilidades domésticas, cutelarias, plásticos, cerâmica decorativa e utilitária, louça em grés, vidro decorativo e utilitário, vidro de iluminação, louça metálica, artigos em estanho, velas, têxteis-lar e artigos em cortiça.

Almost 70% of Portuguese companies that participated in Ambiente 2019 were supported by NERLEI - Business Association of Leiria Region. This was the largest representation of companies that are part of NERLEI's joint project to support internationalisation, in 19 years of attending this trade fair. On the second day of the exhibition, the Portuguese Secretary of State for Economy, João Neves, visited the Portuguese companies at NERLEI's invitation. He was accompanied by the AICEP delegate in Berlin, Miguel Crespo; President of the Board of Directors of NERLEI, António Poças; and the representative of Messe Frankfurt in Lisbon, Cristina Motta.

The 56 companies from all over the country that participated in this international fair with NERLEI had individual exhibition spaces of between 16 and 110 square metres, totalling an area of 2024 square metres. They showed new collections of products as diversified as home appliances, cutlery, plasticware, decorative ceramics and ceramic ware, stoneware, decorative glass and glassware, lighting, metal tableware, pewterware, candles, home textiles and cork products.

To promote the 56 companies, NERLEI invested in specific advertising campaigns including advertising in

Para divulgar as 56 empresas a NERLEI investiu em ações promocionais concretas, nomeadamente publicidade na revista oficial da feira TopFair e canais digitais que esta publicação disponibiliza para sua divulgação e a conceção de um catálogo digital das empresas.

Além das empresas que integraram a organização conjunta da NERLEI participaram outras 27, num total de 83 empresas portuguesas na Ambiente 2019.

O tema da feira Ambiente 2019 foi “New Living: Small is beautiful”, com o objetivo de demonstrar como ambientes pequenos nem sempre são feitos para solteiros ou apenas para passar uma temporada. Num mundo cada vez mais urbano, apartamentos pequenos são cada vez mais comuns, e o intuito da Ambiente 2019 foi explorar e comprovar como podemos tornar esses ambientes pequenos, em aconchegantes, únicos e bonitos.

NERLEI E EMPRESAS PARTICIPANTES FAZEM BALANÇO POSITIVO

Após auscultação, por inquérito, das empresas que participaram na Feira Ambiente 2019 apoiadas pela NERLEI, a associação empresarial da região de Leiria regista uma avaliação bastante positiva, baseada numa larga maioria de empresas que afirma que a participação na Feira Ambiente 2019 correspondeu às expectativas e que se verificaram novas oportunidades de negócio.

Sobre o acompanhamento prestado pela NERLEI às empresas, nomeadamente sobre a organização da feira, 64% das empresas que responderam ao questionário atribuíram a avaliação de Muito Bom, 36% Bom. Sobre o apoio prestado durante a feira 54% assinalaram Muito Bom, 46% Bom.

Em síntese, quanto ao desempenho da NERLEI no que se refere à organização da feira, as empresas demonstram claramente um elevado nível de satisfação, tanto na fase de preparação da feira (97%) como no decorrer da feira (95%), apenas identificando algumas

the official fair magazine, TopFair, and its associated digital channels, and the design of a digital catalogue of the companies.

In addition to the companies that were part of NERLEI's joint organisation, a further 27 participated giving a total of 83 Portuguese companies at Ambiente 2019.

The theme of Ambiente 2019 was “New Living: Small is beautiful”, with the aim of demonstrating that small environments are not always made for single people or short-term living. In an increasingly urban world, small flats are becoming more and more common and the aim of Ambiente 2019 was to explore and show how we can turn these small environments into cosy, unique and beautiful ones.

NERLEI AND PARTICIPATING COMPANIES HAVE POSITIVE RESULTS

Through surveying the companies that participated in Ambiente 2019, supported by NERLEI, the Leiria business association reported a very positive assessment, based on a large majority of companies stating that their participation met expectations and that there were new business opportunities.

Regarding the organisation of the exhibition, 64% of companies that responded to the survey rated the support provided by NERLEI as very good and 36% as good. Regarding the support provided during the exhibition, 54% of companies gave a rating of very good and 46% gave a rating of good.

In summary, with regard to NERLEI's performance in the organisation of the fair, the companies clearly showed a high level of satisfaction, both in the preparation phase (97%) and during the fair (95%), identifying only a few situations which could be improved in order for the highest level of satisfaction to be unanimous.

The companies which replied to the survey stated that they made a total of 2,317 contacts during the trade fair, with the average per company being close to 49 contacts.

situações passíveis de melhorias para que o nível de satisfação atinja unanimidade no patamar mais elevado da escala de avaliação.

As empresas que responderam ao questionário, afirmam ter realizado, durante a feira, um total de 2.317 contactos, sendo assim a média por empresa próxima dos 49 contactos.

Seis empresas conseguiram realizar mais de 90 contactos nos 5 dias da feira e destas 2 conseguiram ultrapassar os 150 contactos. São certamente as empresas mais experientes nesta feira, com presença assídua em edições anteriores e que detêm uma carteira de clientes atuais que os visitam anualmente na Feira Ambiente para renovar a relação comercial com as mesmas.

As respostas dadas permitiram também concluir que a qualidade e quantidade de contactos realizados na feira é bastante satisfatória, já que as empresas estabeleceram contactos com potenciais clientes que detêm o perfil mais ambicionado por estas (28% - distribuidores / importadores, 25% - cadeias de lojas e 18% - agentes) e que, por norma, conferem maior volume às vendas passíveis de concretização.

Tendo em conta os 2317 contactos identificados pelas empresas e o número de potenciais negócios identificados, as perspetivas das empresas, no seu conjunto, evidenciam a possibilidade de concretizar negócios com cerca de 20% dos potenciais clientes contactados na feira.

No que se refere ao número de encomendas recebidas durante a feira, estas representam 6,5% do número de contactos realizados. É uma taxa de concretização de negócios excelente, se for tido em linha de conta a diversidade de empresas que participaram na feira e a grandeza da feira em termos de número de expositores oriundos de todo o mundo.

Fazendo uma análise individual do universo das empresas que responderam ao questionário, verificou-se que nem todas as empresas conseguiram concretizar

Six companies were able to make more than 90 contacts during the five days and, of those, two exceeded 150 contacts. They are the most experienced companies at this trade fair, with regular presence at previous exhibitions and with a portfolio of current clients who visit them annually at Ambiente to renew commercial relationships.

The survey responses also led to the conclusion that the quality and quantity of contacts made at the trade fair is highly satisfactory, given that the companies established contacts with potential clients with highly sought after profiles (28% distributors/importers, 25% retail chains and 18% agents) who, as a rule, bring a greater volume of potential sales.

Taking into account the 2,317 contacts made by the companies and the number of potential business deals identified, the prospects of the companies, as a whole, show the possibility of closing deals with around 20% of the potential clients contacted at the fair.

With regard to the number of orders received during the fair, these represent 6.5% of the number of contacts made. This is an excellent rate of business completion, if we take into account the diversity of the companies that participated in the fair and the size of the fair in terms of the number of exhibitors from all over the world.

Analysing individual company responses to the questionnaire, not all companies achieved orders during the fair, while 49% received between 1 and 5 orders and 15% received more than 5 orders.

The value of the orders divulged by respondents amounted to an overall volume of business of €1,446,106.

The average value per order is close to €58,000. However, for 17 of the companies that achieved orders the value is less than €25,000. There are 4 companies with orders between €25,000 and €100,000 and another 4 companies with orders worth more than €100,000.

According to the figures, almost half of the orders received during the fair were with new customers. This is a fact worth highlighting since it meets the expectations

encomendas durante a feira. 49% receberam entre 1 e 5 encomendas e 15% conseguiram mais do que 5 encomendas.

Os valores das encomendas partilhados pelos inquiridos, permitiu apurar um volume de negócios global de 1.446.106,00 euros.

O valor médio por encomenda é próximo de 58 mil euros. Contudo, para 17 das empresas que concretizaram encomendas, o valor das mesmas é inferior a 25 mil euros, 4 empresas com encomendas entre os 25 mil e os 100 mil euros e outras 4 empresas com encomendas com valor superior a 100 mil euros.

De acordo com os números apurados, verificou-se que quase metade do número de encomendas recebidas durante a feira foi realizada com novos clientes. É um facto merecedor de destaque uma vez que vai ao encontro das expectativas da maioria das empresas participantes na feira, no que se refere à conquista de novos clientes.

Das empresas que realizaram encomendas na feira, 41% registaram encomendas de novos clientes. As outras 59% registaram encomendas de clientes atuais.

Em termos globais, o valor investido com a participação na Ambiente 2019 fica abaixo do valor de negócios concretizado na feira (1.446.106,00 euros). Se a este indicador se adicionarem os potenciais negócios identificados, com uma taxa de concretização entre 20% a 100%, o investimento realizado na feira poderá chegar a representar entre 3,5 % a 18% do volume de negócios gerado com a participação na mesma.

O valor total investido pelas empresas na Feira Ambiente 2019, varia muito de empresa para empresa. O valor médio situa-se nos 25 mil euros, mas registam-se valores diversos entre o valor mínimo de 12 mil euros e o máximo de 83 mil euros.

Esta realidade justifica-se por si só, pela diversidade de perfil das empresas que participaram na feira. Há empresas com dimensões distintas, com perfil exportador e experiência no mercado internacional distintos. Como

of most of the participating companies in terms of winning new customers.

Of the companies who received orders at the fair, 41% reported orders from new clients. The remaining 59% reported orders from current clients.

In overall terms, the amount invested in participation at Ambiente 2019 is below the value of business achieved at the fair (€1,446,106). If we add potential business deals identified, with a completion rate of between 20% and 100%, the investment made in the fair could represent between 3.5% and 18% of the turnover generated by participating in it.

The total amount invested by companies in Ambiente 2019 varies greatly from company to company.

The average was around €25,000, but it ranged from a minimum of €12,000 to a maximum of €83,000. This is explained by the different profiles of the companies that participated. There are companies of different sizes, with different export profiles and experience in the international market. As such, their presentation at the fair also differed in terms of stand size, staff allocated and products, among other aspects.

More than half of the participating companies recognise that the business done during and after the fair will exceed the value invested in their participation.

Even so, the companies that answered the questionnaire are unanimous in their overall appreciation of participation in Ambiente 2019. All of them recognise their participation as positive.

As for the companies' expectations of their participation in the fair, the prospect of making new contacts and meeting new customers were emphasised, followed by the desire to establish contact with current customers and the presentation of their products and brands to the world. Less mentioned were expectations related to breaking into new markets and consolidating current ones.

On balance, the vast majority of companies acknowledge



Representantes da AICEP, NERLEI, Governo e Messe Frankfurt

Representatives from AICEP, NERLEI, Government and Messe Frankfurt

tal, a sua apresentação na feira também difere no tamanho do stand, no staff alocado à feira, nos produtos, entre outros aspetos.

Mais de metade das empresas participantes na feira, reconhece que os negócios concretizados durante e após a feira irão superar o valor do investimento realizado com a participação no evento.

Ainda assim, as empresas que responderam ao questionário são unânimes na apreciação global da sua par-

that the trade fair contributed towards the creation of new market prospects. The companies that acknowledge new market opportunities following their participation in the fair strongly emphasise new contacts/clients (46%) and new markets (48%), identifying several markets from different regions: USA, Finland, Japan, France, South America, Turkey, Russia, Brazil, Mexico, South Africa, India, Azerbaijan, Spain, Middle East and Egypt.

With regard to the objectives defined by each of the

ticipação na edição de 2019 da Feira Ambiente. Todas reconhecem a participação como positiva.

Quanto às expectativas de cada empresa para a sua participação na feira, destaca-se a perspectiva de realização de novos contactos e de conhecer novos clientes, seguindo-se a vontade de estabelecer contacto com clientes atuais, e a apresentação dos seus produtos e marcas ao mundo. Com menos expressão, registam-se expectativas relacionadas com a conquista de novos mercados e a consolidação dos atuais.

No balanço, a larga maioria das empresas reconhece que a feira contribuiu para a criação de novas perspetivas de mercado. As empresas que reconheceram novas oportunidades de mercado com a participação na feira destacam, de modo bem expressivo, novos contactos/clientes (46%) e novos mercados (48%), identificando vários mercados de diversas geografias: E.U.A, Finlândia, Japão, França, América do Sul, Turquia, Rússia, Brasil, México, África do Sul, Índia, Azerbaijão, Espanha, Médio Oriente, Egito.

Quanto aos objetivos definidos por cada uma das empresas participantes, cerca de ¾ confirmam que conseguiram atingir os mesmos, o que é francamente positivo.

Apesar de algumas expectativas não se terem concretizado, e nem todos os objetivos terem sido alcançados, quase todas as empresas confirmaram ainda o desejo de participarem na edição de 2020 da Feira Ambiente. No balanço da edição da 2019 era já possível contar com a confirmação de participação de 36 empresas para a Ambiente do ano seguinte.

participating companies, about three-quarters of them confirmed that they were able to achieve them, which is really positive. Although some expectations were not met, and not all objectives were achieved, almost all of the companies confirmed their desire to participate in Ambiente 2020. In the evaluation of the 2019 fair, 36 companies confirmed their participation for the following year's Ambiente.

Conclusões:

- 56 empresas participantes;
- o nível de satisfação com a participação na feira, por parte das empresas é muito positivo;
- o trabalho realizado pela NERLEI no que se refere à organização e preparação da participação na feira bem como o acompanhamento durante a feira é positivamente reconhecido, registando níveis de satisfação sempre acima dos 90%;
- as expectativas das empresas foram correspondidas na sua generalidade. Novos clientes e novos mercados bem como o encontro com clientes atuais foram as que mais se destacaram;
- o volume de negócios gerado no decorrer da feira atingiu um valor muito próximo de 1,5 milhões de euros;
- existe um elevado número de potenciais negócios identificados pelas empresas que poderão concretizar-se e incrementar o volume de negócios gerado no âmbito da participação da feira;
- há uma expressão de interesse muito grande por parte do grupo de empresas em participarem na próxima edição da feira Ambiente;
- as empresas identificaram algumas melhorias no âmbito das ações de marketing que devem ser tidas em linha de conta em participações futuras.

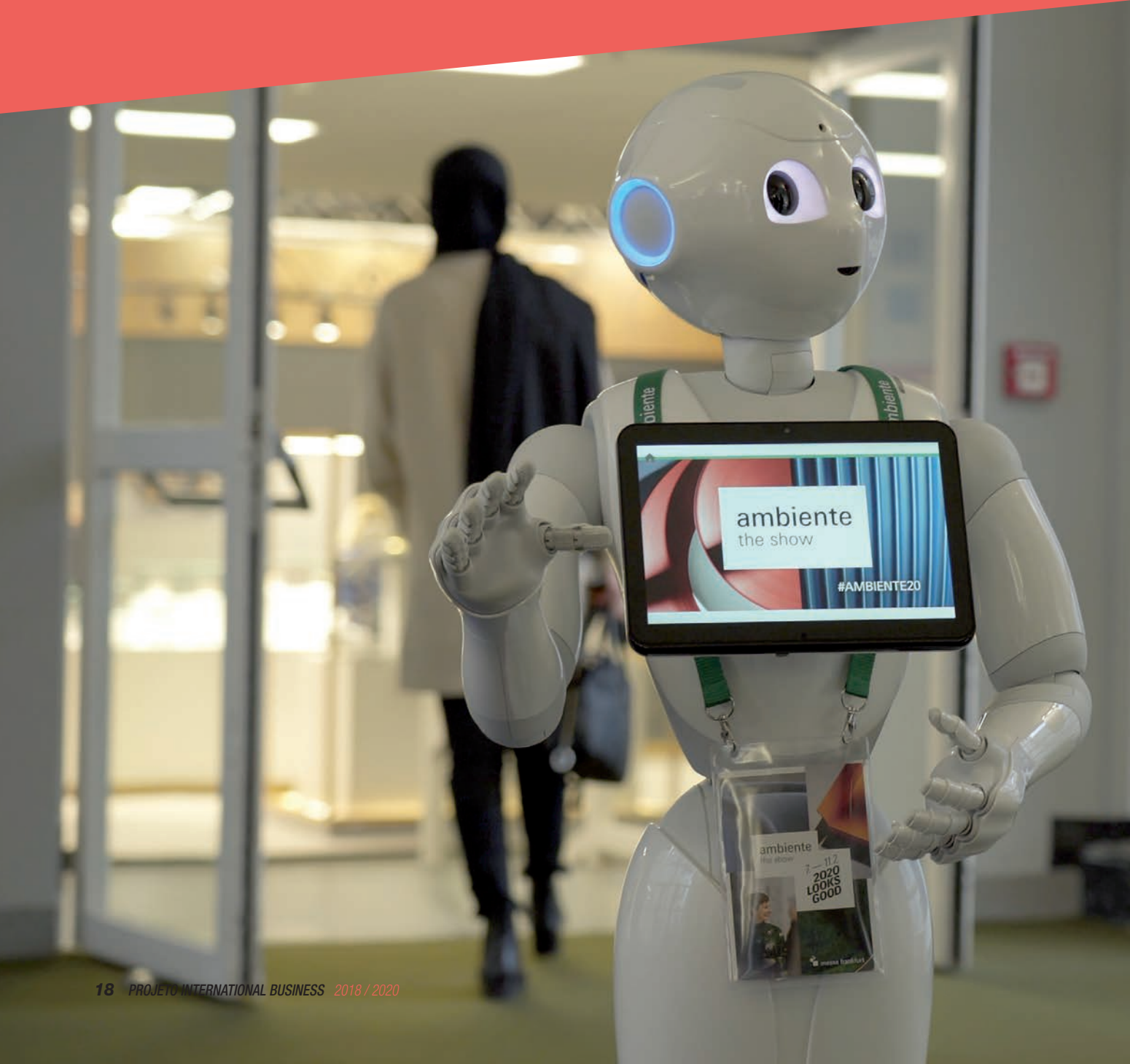
Conclusions:

- 56 participating companies;
- the companies' satisfaction level with participation in the fair is very positive;
- the work carried out by NERLEI with regard to the organisation and preparation of participation in the fair, as well as support during the fair, is positively acknowledged, with satisfaction levels above 90%;
- the companies' expectations were generally fulfilled. New clients and new markets, as well as meeting current clients, were highlighted most;
- the turnover generated during the fair reached a value close to €1.5 million;
- there is a high number of potential deals identified by companies that could materialise and increase the volume of business generated within the scope of participation in the fair;
- there is a very high level of interest within the group of companies in participating in the next Ambiente trade fair;
- the companies identified some improvement within the scope of marketing campaigns that should be taken into account in the future.

> 2020

FEIRA AMBIENTE/AMBIENTE

7 A 11 DE FEVEREIRO - FRANKFURT/7 TO 11 FEBRUARY - FRANKFURT



AMBIENTE 2020 MARCADA PELA FORTE PRESENÇA PORTUGUESA

AMBIENTE 2020 MARKED BY A STRONG PORTUGUESE PRESENCE

Na Feira Ambiente 2020, que decorreu de 7 a 11 de fevereiro, participaram 4.635 expositores de todo o mundo, oriundos de 93 países, que apresentaram as suas gamas mais recentes de produtos de cozinha e eletrodomésticos, decoração e mobiliário a 136.081 visitantes provenientes de 167 países, dos quais 57% são de fora da Alemanha.

Na edição de 2020, a Messe Frankfurt Exhibition GmbH disponibilizou uma área de exposição de 310.240 metros quadrados repartidos pelas três áreas principais: giving - o mundo dos presentes, living - design de interiores, mobiliário e decoração, e dining - mesa, cozinha e casa.

Para a Ambiente 2020 a NERLEI, apoiou 59 empresas portuguesas como expositoras com representatividade nas 3 áreas principais e nos diferentes segmentos de cada uma delas. Estas ocuparam uma área de 2.256 metros quadrados de exposição nas diferentes áreas da Feira, dividida entre 61 stands com áreas entre os 9 e 112 metros quadrados

Nesta edição e pela primeira vez a NERLEI assumiu também o papel de expositor com o objetivo de realizar uma mostra de produtos portugueses em estreita colaboração com a AICEP Portugal Global. A mostra de

Ambiente 2020, which took place from 7 to 11 February, was attended by 4,635 exhibitors from 93 countries around the world. They presented their most recent ranges of kitchen and home appliances, decor and furniture to 136,081 visitors from 167 countries. More than half of the visitors (57%) were from outside Germany.

For the 2020 trade fair, Messe Frankfurt Exhibition GmbH provided an exhibition area of 310,240 square metres spread over the three main areas: Giving – the world of gifts, Living – interior design, furniture and decor, and Dining – table, kitchen and home.

For Ambiente 2020, NERLEI supported 59 Portuguese companies as exhibitors, with representation in each of the three main areas and in the different sub-areas. They occupied an exhibition area of 2,256 square metres throughout the fair, across 61 stands with areas of between 9 and 112 square metres.

In 2020, NERLEI exhibited for the first time, with the objective of presenting Portuguese products in close collaboration with AICEP Portugal Global. The display was under the umbrella “Made in Portugal Naturally” and had, as its underlying concept, the recreation of a house decorated with pieces from 76 Portuguese com-

produtos teve a insígnia “Made in Portugal Naturally” e teve como conceito subjacente a recriação de uma casa, decorada com peças de 76 empresas portuguesas expositoras presentes na feira. O principal objetivo foi a promoção da oferta e produção nacional de produtos da fileira casa, num espaço comum com uma área total de 112 metros quadrados.

De forma complementar à participação na feira foram realizadas diversas ações de marketing e publicidade. A intervenção da NERLEI contemplou o apoio permanente às empresas participantes antes e durante a realização da feira Ambiente 2020.

MAIS DE 90% DAS EMPRESAS PARTICIPANTES DÃO NOTA POSITIVA À NERLEI

O sucesso da participação na Feira Ambiente depende em grande parte de todo o trabalho de preparação que antecede a presença no evento. Cabe à NERLEI garantir que todo esse trabalho preparatório é devidamente organizado e verificado para que nada falhe e, nesta matéria, as empresas participantes avaliam a NERLEI de forma francamente positiva, sendo que mais de 90% atribuíram avaliações de Bom e Muito Bom. Sobre a organização e promoção do evento, o nível de satisfação das empresas regista um valor também acima dos 90%.

Na edição de 2020 da Ambiente, a maioria das empresas participantes obteve mais de 30 contactos no decurso da Feira. Numa análise por intervalos verificou-se que a moda está representada no intervalo dos 30 a 60 contactos, exatamente como aconteceu na edição desta feira em 2019. Apesar dos fatores externos que influenciaram o número de visitantes na feira, os contactos das empresas portuguesas registaram níveis idênticos aos da edição anterior.

Desses contactos 27% foram com distribuidores / importadores, 20% com cadeias de lojas e 19% com agentes que, por norma, são os três tipos de clientes que conferem maior volume às vendas passíveis de concretização.

panies exhibiting at the fair. The main objective was to promote the national production and supply of products in the homewares sector, in a common space with a total area of 112 square metres.

To complement participation in the fair, several marketing and advertising campaigns were carried out. NERLEI's work covered constant support before and during Ambiente 2020.

MORE THAN 90% OF PARTICIPATING COMPANIES GIVE NERLEI A POSITIVE RATING

The success of participation in the Ambiente trade fair depends largely on all the preparatory work that precedes the event. It is NERLEI's responsibility to ensure that this work is properly organised and checked so that there are no problems and, in this regard, participating companies evaluate NERLEI in a very positive way, with more than 90% giving a rating of good or very good. Regarding the organisation and promotion of the event, the level of satisfaction was also rated above 90%.

At Ambiente 2020, most participating companies made more than 30 contacts. In an analysis of the numbers, the modal number of contacts fell in the 30–60 range, exactly as happened at last year's fair. Despite the external factors that influenced the number of visitors at the fair, the number of contacts made by Portuguese companies was the same as the previous year.

Of these contacts, 27% were with distributors/importers, 20% with retail chains and 19% with agents which, as a rule, are the three types of clients that bring a greater volume of potential sales.

Taking into account the number of contacts and the number of potential deals identified by companies, the companies' prospects point to a business achievement rate of around 17%.

The number of orders received during the fair represents 4.8% of the number of contacts made. This is a very positive business achievement rate, taking into account



Tendo em conta o número de contactos identificados pelas empresas e o número de potenciais negócios identificados, as perspetivas das empresas apontam para uma taxa de concretização de negócios de cerca de 17%.

O número de encomendas recebidas durante a feira representa 4,8% do número de contactos realizados. É uma taxa de concretização de negócios muito positiva, tendo em conta o número de expositores e visitantes na feira.

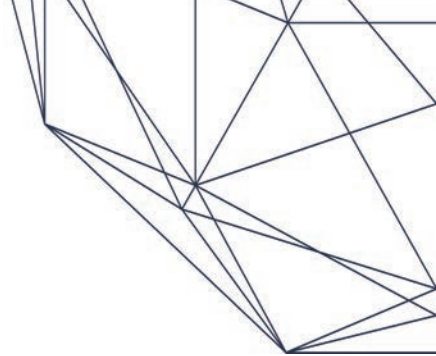
Metade das empresas que responderam ao inquérito, não efetivaram encomendas durante a participação na feira, 32% receberam entre 1 a 5 encomendas e 18%

the number of exhibitors and visitors at the fair.

Half of the companies who replied to the survey did not receive orders during their participation in the fair, 32% received between 1 and 5 orders and 18% received more than 5 orders, up to a maximum of 30 orders.

This measure is strongly influenced by the maturity of each company in the international market and by the number of clients who visit the fair, renewing their cooperation with their Portuguese suppliers and confirming orders for 2020.

From the responses to the NERLEI survey, a total of €1,631,399 of business was carried out at the fair. The value of each order varies considerably, from a minimum



das empresas receberam mais de 5 encomendas até ao máximo registado de 30 encomendas.

Este indicador é fortemente influenciado pela maturidade de cada empresa no mercado internacional, pelo número de clientes que visitam a feira e a consideram como um momento de revalidação da cooperação com as empresas portuguesas suas fornecedoras, confirmando as encomendas para o ano 2020 aquando do encontro na Feira Ambiente.

De acordo com as respostas obtidas ao questionário da NERLEI foi possível apurar um montante global de 1 631 399,00 euros de negócios concretizados na feira. O valor de cada encomenda é bastante variável, desde o valor mínimo de 2 mil euros até 500 mil euros.

Das encomendas recebidas na feira 30% foram concretizadas com novos clientes. É um indicador muito positivo para as exportações das empresas portuguesas da fileira casa, que continuam a conseguir conquistar novos clientes para os seus produtos. O valor investido com a participação na Feira, no conjunto das empresas, é inferior ao valor de negócios concretizado na feira (1631 399,00 €) por estas. Cada euro investido na Feira, gerou negócio de 1,36€.

O valor total investido pelas empresas na feira Ambiente 2020, varia muito de empresa para empresa: 2500 euros, o valor mais baixo, e 80 mil euros, o mais elevado. Este facto está diretamente relacionado com o perfil e dimensão da empresa e o seu nível de maturidade no mercado internacional.

Mais de metade das empresas classificam como positiva a sua participação na feira Ambiente 2020. Questionadas sobre as expectativas da participação na Feira Ambiente 2020 mais de 40% das respostas incidiram na vontade de fazer novos contactos e clientes, quase 15% revelaram a intenção de contactar com atuais clientes e cerca de 13% pretendiam apresentar novos produtos e marcas. Aumentar as vendas, abordar novos mercados e realizar encomendas também surgiram entre

of €2,000 to €500,000.

Of the orders received at the fair, 30% were from new clients. This is a very positive indicator for exports by Portuguese companies in the homewares sector, who continue to gain new customers for their products. The amount invested in the fair by all participating companies was less than the amount of business done there (€1,631,399). Each euro invested in the fair generated business of €1.36.

The total amount invested by companies in Ambiente 2020 varied greatly from company to company, from the lowest investment of €2,500 to the highest of €80,000. This is directly related to the profile and size of each company and its maturity in the international market.

More than half of the companies rate their participation in Ambiente 2020 as positive. When questioned about their expectations of participation, more than 40% of the answers focussed on the desire to make new contacts and customers, almost 15% on making contact with current customers and about 13% on presenting new products and brands. Increasing sales, exploring new markets and achieving orders were also mentioned, although less frequently.

More than half (55%) of companies confirmed that participation in the fair opened up new market prospects, which confirms the responses regarding the expectations of attracting new clients, business prospects and orders during the fair.

New contacts/customers (20%) and new markets (75%) were highlighted, with countries such as Russia, Australia, India, Cyprus, Slovakia, Iran, Poland, Jordan, Dubai, Japan, Brazil, Sweden, USA, Colombia, Italy and Asia standing out.

Despite the uncertainty at the time of the fair due to the Covid-19 pandemic, Portuguese companies demonstrated their resilience by confirming their interest in participating in the next Ambiente fair in 2021.

as respostas, ainda que com menor expressão.

55% das empresas confirmam que a participação na feira abriu novas perspetivas de mercado, o que confirma as respostas sobre as expectativas de angariação de novos clientes, perspetivas de negócios e encomendas concretizadas durante a feira.

Novos contactos / clientes (20%) e novos mercados (75%) destacam-se de forma inequívoca, com destaque para países como a Rússia, Austrália, Índia, Chipre, Eslováquia, Irão, Polónia, Jordânia, Dubai, Japão, Brasil, Suécia, EUA, Colômbia, Itália, Ásia.

Apesar da incerteza que se vivia no momento da realização da feira, devido à pandemia de Covid-19, as empresas portuguesas demonstraram a sua resiliência confirmando o interesse em participar na edição seguinte da Feira Ambiente, em 2021.

No balanço final todas as empresas reconhecem que a NERLEI é um parceiro chave para a participação em ações de promoção internacionais, como é o caso da Feira Ambiente.

Conclusões:

- *A edição 2020 da feira Ambiente ficou marcada por acontecimentos que afetaram a comunidade internacional como é o caso da pandemia;*
- *Apesar do contexto de incerteza, as empresas portuguesas registaram uma participação na feira com resultados positivos. Os negócios concretizados atingiram valores superiores a 1,5 milhões de euros, seguindo a mesma tendência do ano anterior, houve novos contactos realizados, encomendas concretizadas durante a realização da feira, e um número satisfatório de potenciais negócios identificados.*

On balance, all companies recognise that NERLEI is a key partner for participation in international promotional campaigns, such as Ambiente.

Conclusions:

- *Ambiente 2020 was marked by events that affected the international community, as is the case with the pandemic.*
- *Despite the uncertainty, the Portuguese companies rated their participation in the fair positively. The business generated reached more than €1.5 million, in line with the previous year; there were new contacts made, orders placed and a satisfactory number of potential business deals identified.*

FEIRA AMBIENTE/AMBIENTE

7 A 11 DE FEVEREIRO - FRANKFURT/7 TO 11 FEBRUARY - FRANKFURT

STAND “MADE IN PORTUGAL NATURALLY” MOSTRA PRODUTOS NACIONAIS

*“MADE IN PORTUGAL NATURALLY”
SHOWCASES NATIONAL PRODUCTS*



EXPOSITORES / EXHIBITORS

NERLEI reuniu 76 expositores no mesmo espaço dedicado ao segmento Table Daily Life
NERLEI gathered 76 exhibitors in the same space dedicated to the Table Daily Life segment

76

A edição de 2020 da Feira Ambiente ficou marcada pela estreia da NERLEI como expositor com o stand “Made In Portugal Naturally”: um espaço de 112 metros quadrados, idealizado e decorado por Miguel Costa Cabral - design e arquitectura, para o segmento Table Daily Life que contou com a participação de 76 insígnias, entre elas as empresas apoiadas diretamente pela NERLEI e outras empresas portuguesas expositoras de forma independente.

A colaboração da AICEP, que cedeu a sua insígnia “Made in Portugal Naturally”, foi essencial para o sucesso desta mostra de produtos inovadores, ancorados na tradição portuguesa que juntou micro, pequenas e médias empresas de renome nacional, de todo o país, de todos os sectores da fileira casa presentes na feira e que funcionou como elemento agregador e mobilizador de Portugal no certame.

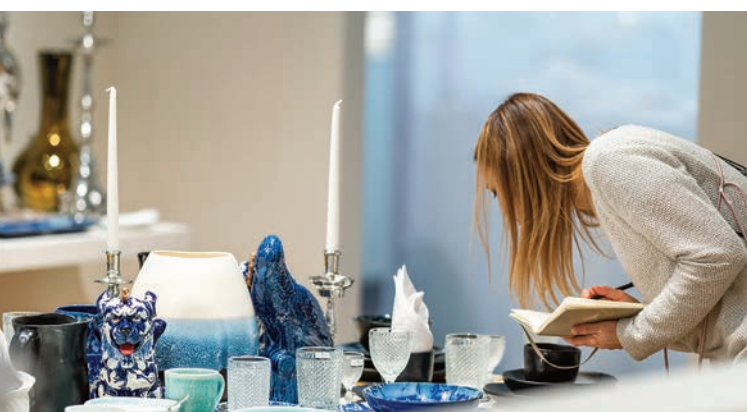
O stand “Made In Portugal Naturally” teve como conceito subjacente a recriação de diversos ambientes de uma casa portuguesa, decorada com peças das 76 empresas expositoras, promovendo assim a oferta e produção nacional de produtos da fileira casa junto dos visitantes da feira que tiveram a possibilidade de ter um primeiro contacto com a oferta global de todas as empresas portuguesas expositoras e ainda conhecer melhor a oferta específica de cada uma delas, mediante

Ambiente 2020 marked NERLEI's debut as an exhibitor with the “Made in Portugal Naturally” display, a space of 112 square metres conceived and designed by Miguel Costa Cabral – design and architecture, for the Table Daily Life product segment. The exhibit brought together 76 brands, including companies directly supported by NERLEI and other Portuguese companies exhibiting independently.

The collaboration of AICEP, which provided its “Made in Portugal Naturally” stand, was essential to the success of the stand. The display showed innovative products, anchored in Portuguese tradition, and brought together micro-, small- and medium-sized companies of national renown from all over the country. All sectors of the homewares industry present at Ambiente were represented and the stand acted to bring together and mobilise Portugal at the event.

The “Made in Portugal Naturally” display had as its underlying concept the recreation of several areas of a Portuguese home, decorated with pieces from the 76 exhibiting companies. It promoted the national production and supply of homewares and offered a first look at the product ranges of the exhibiting Portuguese companies. Each piece was labelled with the company name and co-ordinates of their individual stand at the fair so that visitors could learn more about their range.

On balance, companies recognised the importance



identificação das mesmas e coordenadas deixadas em todas as peças para os respetivos stands na feira.

No balanço final, as empresas reconheceram a importância da iniciativa e a relevância em dar continuidade ao conceito em futuras edições da Feira Ambiente e manifestaram o desejo de repetir a experiência. O trabalho da NERLEI na organização e promoção deste evento foi bastante valorizado, destacando-se que 84% das empresas avaliou o trabalho da associação como Muito Bom. A totalidade das empresas atribuiu nível positivo à sua satisfação com esta participação, sendo que 80% referiram estar muito satisfeitas ou terem superado as expectativas.

of the initiative and the relevance of continuing the concept in future Ambiente fairs, and expressed their wish to repeat the experience. NERLEI's work in the organisation and promotion of the event was highly valued, with 84% of companies rating the association's work as very good. All companies were satisfied with their participation and 80% said they were very satisfied or that it had exceeded their expectations. All companies also said that the stand conveyed the diversity and quality of Portuguese homewares.

When asked whether they would recommend that other companies participate in a similar event to that organised by NERLEI, all the answers were positive.

Todas as empresas consideraram ainda que o stand conseguiu transmitir a diversidade e qualidade dos produtos portugueses da fileira casa.

Quando questionadas se recomendariam a outras empresas a participação num evento de características semelhantes organizado pela NERLEI, a totalidade das respostas foi positiva.

O que mais gostaram os expositores:

- *“Iniciativa e proatividade dos organizadores em ajudar a dinamizar o setor fileira casa”;*
- *“Representatividade de setor”;*
- *“Ideia geral transmitida do país”;*
- *“Alto nível de organização e profissionalismo”;*
- *“Diversidade da oferta de produtos foi muito bem conseguida”;*
- *“Projeção conjunta do setor sob a marca Portugal”;*
- *“Design do stand”;*
- *“Conceito, diversidade e decoração do stand”;*
- *“Existência de um stand que enaltece o produto português é sempre uma mais valia e um incentivo para os produtores, e revelou ser um excelente marketing para os nossos produtos”.*

What exhibitors liked most:

- *“Initiative and proactivity of the organisers in helping to boost the homewares sector”;*
- *“Representativeness of the sector”;*
- *“General idea conveyed of the country”;*
- *“High level of organisation and professionalism”;*
- *“Diversity of products offered was very well done”;*
- *“Joint display of the sector under the Portugal brand”;*
- *“Design of the stand”;*
- *“Concept, diversity and decoration of the stand”;*
- *“The existence of a stand which highlights the Portuguese product is always added value and an incentive for producers, and proved to be excellent marketing for our products”.*

EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES

Empresas/Companies	Setor atividade/Sector activity	Segmento na Feira Segment at the Fair	Edição/Edition	
			2019	2020
3DC Intelligent Nature, Lda.	Artigos em cortiça/Cork products	Interior Design	✓	✓
A Metalúrgica-Bakeware Production S.A.	Louça Metálica/Metal Tableware	Kitchen	✓	✓
Alumínios Cesar, S.A.	Louça Metálica/Metal Tableware	Kitchen	✓	✓
Alumínios Manuel G. Vieira & Filhos, Lda.	Louça Metálica/Metal Tableware	Kitchen	✓	✓
António Rosa - Cerâmicas Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Aprezzo, Lda.	Utilidades Domésticas em Plástico/Plastic Homeware	Houseware	✓	-
Arfai Ceramics Portugal, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Artame-Indústria Metalúrgica, S.A.	Louça Metálica/Metal Tableware	Kitchen	✓	✓
Atlantica - Indústria de Porcelanas, Lda.	Produtos em Faiança, Porcelana e Grés/Earthenware, Porcelain and Stoneware	Table Top Trade	✓	-
Atlantitópazio, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Daily Life/Top Trade	-	✓
B. Sousa Dias & Filhos, S.A.	Têxteis Lar/Home Textiles	Interior Design	✓	-
Belo Inox, S.A.	Cutelarias/Cutlery	Table Contemporary Design	✓	✓
CCA - Cerâmica Culinária e Alimentar, S.A.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Daily Life/Top Trade	✓	✓
Cerages, S.A.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Top Trade	✓	✓
Cerâmica Artística Vale do Neiva, Lda.	Louça em Grés/Stoneware	Table Daily Life	✓	✓
Cerâmica da Borralha, S.A.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Cerâmica Fonte Nova, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Ceriant, S.A.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Top Trade	✓	✓
Corticeira Viking	Artigos em cortiça/Cork products	Houseware	-	✓
Costa & Dias, Lda.	Utilidades Domésticas em Plástico/Plastic Homeware	Houseware	✓	✓
CRISBASE Imp. e Exp. Produtos de Vidro, Lda.	Vidro/iluminação/Glass/lighting	Interior Design	✓	-
Cutipol-Cutelarias Portuguesas, S.A.	Cutelarias/Cutlery	Table Contemporary Design	✓	✓
Deartis - Com. e Indústria Cerâmica Artística, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Top Trade	✓	✓
Dedalware Unipessoal, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Interior Design	-	✓
Derivadilinear, Lda. - (VICARA)	Design/Design	Interior Design	✓	✓
Ditto Housewares - Design e Distribuicao, Lda.	Utilidades Domésticas em Plástico/Plastic Homeware	Houseware	✓	✓
Épocas e Tendências, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
EQC - Equipamentos qualidade para Cerâmica, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Daily Life/Top Trade	✓	✓
Ernesto Grilo Sucessores, Lda.	Utilidades Domésticas/Household Appliances	Kitchen	✓	✓
EUMEL - Empresa de Utilidades Metálicas, Lda.	Louça Metálica/Metal Tableware	Kitchen	✓	✓
Faianças Ramos, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Faplana - Fábrica de Plásticos de Leiria, S.A.	Utilidades Domésticas em Plástico/Plastic Homeware	Houseware	✓	✓
Fapor S.A.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Top Trade	-	✓
Favicri - Fábrica Vidros e Cristais, Lda.	Vidro Utilitário e Decorativo/Glassware and Decorative Glass	Table Top Trade	✓	✓

> 2019

56

> 2020

59

Empresas/Companies	Setor atividade/Sector activity	Segmento na Feira Segment at the Fair	Edição/ Edition 2019 2020	
Freitas e Dore, Lda.	Artigos em Estanho/Pewterware	Table Prestige	✓	✓
Fute . Fábrica de utilidades de Tubo, Lda.	Utilidades Domésticas/Household Appliances	Houseware	✓	✓
Guimaraes e Rosa Lda.	Louça Metálica/Metal Tableware	Kitchen	✓	✓
Hand Pot, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Iber Cutelarias, Lda.	Cutelarias/Cutlery	Kitchen	✓	✓
ICEL - Ind. de Cutelarias da Estremadura, S.A.	Cutelarias/Cutlery	Kitchen	✓	✓
IdealSoles Unipessoal, Lda.	Artigos em cortiça/Cork products	Kitchen trends	✓	-
Ifavidro, Lda.	Vidro Utilitário e Decorativo/Glassware and Decorative Glass	Table Top Trade	✓	✓
Jomazé, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Jorge e Ramalho, Lda.	Cutelarias/Cutlery	Kitchen	✓	✓
José Castro Carvalho e Filhos, Lda. (Barcela)	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	-	✓
José Manuel & Rosa Matilde, Lda. (Cerâmica JM)	Produtos em Olaria de Barro/Clay Potteryware	Table Top Trade	✓	✓
José Maria Ferreira, S.A. (Jomafe)	Cutelarias/Cutlery	Kitchen trends	-	✓
Loucentro Cerâmica Louca Decorativa, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
MA Portugal Terracota, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Contemporary Design	-	✓
Manuel Marques Herdeiros, S.A.	Cutelarias/Cutlery	Kitchen	✓	✓
Manulena, Lda.	Velas Decorativas/Decorative Candles	Interiors & Decoration	✓	✓
Marla Pais, Unipessoal, Lda.	Artigos em cortiça/Cork products	Urban Gifts	✓	-
Matcerâmica - Fabrico de Louça, S.A.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Daily Life/Top Trade	✓	✓
MatosPlas - Indústria de Plásticos, S.A	Utilidades Domésticas em Plástico/Plastic Homeware	Houseware	✓	✓
Mini Less Desging, Ldas (Patricia Lobo Ceramics)	Iluminação/Lighting	Interior Design	-	✓
Narciso Pereira Mendes Herd, Lda. (Fateba)	Têxteis Lar/Home Textiles	Interior Design	✓	-
Negocer Comercialização Internacional, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Daily Life/Top Trade	✓	✓
NERLEI - "Made In Portugal Naturally"	Mostra de produtos PT/Showcase of PT products	Table Daily Life	-	✓
Nosse, Ceramics, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Daily Life	-	✓
Pedrantiqua, S.A. - (ESSENZIA)	Artigos em Pedra/Stone Objects	Interior Design	-	✓
Perpétua, Pereira & Almeida, Lda	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Procerâmica, Cerâmica de Mesa, S.A.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Daily Life/Top Trade	✓	-
Silampos-Soc. Ind. Louça Metálica Campos, S.A.	Louça Metálica/Metal Tableware	Kitchen	✓	✓
Sonecol Ind. Metalúrgica Utilidades Domésticas, SA.	Utilidades Domésticas/Household Appliances	Houseware	✓	✓
SPORVIL Soc de Porcelanas, Lda.	Cerâmica Decorativa/Decorative Ceramics	Table Top Trade	✓	✓
Vasicol Olaria Barro Vermelho, Lda.	Produtos em Olaria de Barro/Clay Potteryware	Table Top Trade	✓	✓
Villacer - Portugal Stoneware, Lda.	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware	Table Top Trade	✓	✓

> 2019

MOTORTEC AUTOMECHANIKA/ MOTORTEC AUTOMECHANIKA

13 A 16 DE MARÇO – MADRID/13 TO 16 MARCH – MADRID

NERLEI APOIOU A PARTICIPAÇÃO DE 6 EMPRESAS PORTUGUESAS NA MOTORTEC AUTOMECHANIKA EM MADRID

*NERLEI SUPPORTED THE PARTICIPATION OF 6 PORTUGUESE
COMPANIES IN MOTORTEC AUTOMECHANIKA IN MADRID*

ANERLEI – Associação Empresarial da Região de Leiria organizou e acompanhou a participação de seis empresas nacionais na Feira Motortec Automechanika, que decorreu entre 13 e 16 de março, em Madrid, Espanha. No seu conjunto as seis empresas ocuparam uma área de 213,5 metros quadrados de exposição, dividida entre 6 stands com áreas entre os 16 e os 63 metros quadrados.

A Feira Motortec Automechanika é a principal feira de âmbito internacional de Espanha para a indústria automóvel e tem como alvo visitantes profissionais da Península Ibérica, da América Latina e do Norte da África.

Esta Feira realiza-se a cada 2 anos, em Madrid, na IFEMA – Feria de Madrid, e esta foi a última edição com a chancela da Messe de Frankfurt que transpõe o

NERLEI – Business Association of Leiria Region organised the participation of six national companies and accompanied them to the Motortec Automechanika trade fair, which took place between 13 and 16 March in Madrid, Spain. Together, the six companies occupied an exhibition area of 213.5 square metres, divided between six stands with areas of between 16 and 63 square metres.

Motortec Automechanika is Spain's leading international trade fair for the automotive industry and targets professional visitors from the Iberian Peninsula, Latin America and North Africa.

It is held every two years in Madrid at IFEMA – Feira de Madrid, and this was the last fair under the auspices of Messe de Frankfurt, which transposed the Automechanika trade fair organisation model from Frankfurt.

EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES

Empresas/Companies	Localidade/ Location	Setor atividade/Sector activity
Crofil Comércio Rolamentos Ferramentas Ind. Lda.	Braga	Ferramentas especiais para o setor automóvel/Specialist tools for the automotive sector
Citergaz - caldeiraria e Manutenção, S.A.	Aveiro	Fabricação de outros reservatórios e recipientes metálicos/Manufacture of other metal tanks and containers
Distriacustica, Lda.	Leiria	Comércio de peças e acessórios para veículos automóveis/Sales of parts and accessories for motor vehicles
Manuel Pereira Sousa, Lda.	Porto	Fabricação de componentes e acessórios p/ veículos automóveis/ Manufacture of components and accessories for motor vehicles
Recauchutagem31, S.A.	Alcobaça	Fabrico de pneus/Tyre manufacture
Sparkes & Sparkes - Componentes Automóveis, Lda.	Porto	Reconstrução de caixas de velocidades manuais/Rebuild of manual gearboxes



modelo de organização da feira Automechanika com lugar em Frankfurt.

É considerada uma das maiores plataformas comerciais do setor automóvel em Espanha, e as estatísticas da edição de 2019, assim o confirmam, com registo de participação de um total de 60.349 profissionais do setor automóvel e mais de 700 empresas expositoras e 1.300 marcas.

O número de visitantes foi 20% superior ao da edição anterior, o que se justifica pela forte assistência de profissionais das oficinas, que representaram 50,33% do total, com um crescimento de 8% comparando com a edição de 2017. Os profissionais de oficinas independentes continuam a ser o grupo mais numeroso (59%), embora também tenham vindo a aumentar consideravelmente as visitas de profissionais de redes de oficinas (18%) e de oficinas de marcas oficiais (22%). Nota ainda para a afluência de oficinas dedicadas aos veículos industriais que cresceram 30%.

Esta foi a terceira vez consecutiva que a NERLEI organizou a participação de empresas portuguesas na Automechanika, em Madrid, dando continuidade a um trabalho que tem vindo a ser desenvolvido desde 2015, e que se complementa com a participação na Automechanika, em Frankfurt, em 2016 e 2018. Recorde-se que a Automechanika é um evento que se realiza em vários locais por todo o mundo.

Produtos em exposição:

- Componentes e Peças de Reposição;
- Eletrónica e Sistemas;
- Acessórios e Personalização;
- Manutenção e Reparação;
- Pneus e Baterias;
- Gestão e Soluções digitais;
- Sistemas de Propulsão Alternativa & Soluções Digitais;
- Estações de Serviço, Conservação e Lavagem.

The fair is considered to be one of the largest commercial platforms for the automotive sector in Spain and the statistics from the 2019 fair confirm this, reaching record levels of participation with 60,349 automotive professionals, more than 700 exhibiting companies and 1,300 brands.

The number of visitors was 20% higher than the previous year, thanks to the attendance of workshop professionals (who represented 50.33% of the total) with growth of 8% compared to 2017. Professionals from independent workshops continue to be the most numerous group of visitors (59%), although visits by professionals from workshop networks (18%) and official dealer workshops (22%) also increased considerably. The turnout of workshops for industrial vehicles also grew by 30%.

This was the third consecutive time that NERLEI organised the participation of Portuguese companies in Automechanika in Madrid, continuing work that had been developed since 2015 and which is complemented by participation in Automechanika in Frankfurt in 2016 and 2018. Automechanika is an event that takes place in various locations around the world.

Products on display:

- Components and Spare Parts;
- Electronics and Systems;
- Accessories and Customisation;
- Maintenance and Repair;
- Tyres and Batteries;
- Management and Digital Solutions;
- Alternative Propulsion Systems & Digital Solutions;
- Service Stations, Vehicle Care and Washing.



Empresa Sparkers & Sparkers - Componentes Automóveis, Lda.



Citergaz - Caldeiraria e Manutenção, S.A.



Crofil, Lda.



Recauchutagem31, S.A.



Distriacustica, Lda.



Manuel Pereira Sousa, Lda.

EMPRESAS REFORÇAM INTENÇÃO DE PARTICIPAR EM NOVAS EDIÇÕES DA MOTORTEC AUTOMECHANIKA

COMPANIES CONFIRM THEIR INTENTION TO PARTICIPATE IN MOTOR-
TEC AUTOMECHANIKA IN THE FUTURE

Questionadas sobre a performance da NERLEI enquanto organizadora da participação das empresas nacionais na feira, 80% dos participantes classificaram com Muito Bom e Bom a prestação da NERLEI.

As empresas totalizaram 765 contatos feitos durante a feira. A análise a esta questão aponta para uma tendência no número de contatos realizados próximo dos 80-90 contatos. De acordo com as respostas obtidas, o perfil de cliente com que contataram mais foram os distribuidores de peças de reposição e as oficinas independentes, em rede e oficiais. Também os gestores de frotas, armazenistas de peças e acessórios de veículos e redes de distribuição e sistemas de oficinas, detêm alguma representatividade no âmbito dos contatos efetuados. Em menor proporção foram identificados os retalhistas. Em termos absolutos e de acordo com o número global de contatos realizados, as empresas identificam um potencial de concretização de negócios de 9%.

Sobre o balanço entre o valor investido na participação na feira e o total de encomendas recebidas mais de metade das empresas afirma não prever retorno, no entanto, na apreciação global da participação na Feira Motortec Automechanika as empresas registaram uma avaliação muito positiva. 67% das empresas responderam que sim a essas questões e todas confirmaram o desejo de voltar a participar na Motortec Automechanika Madrid.

Asked about NERLEI's performance as organiser of the participation of Portuguese companies in the fair, 80% of the participants rated NERLEI's performance as very good and good.

The companies made a total of 765 contacts during the fair. Analysis of the answer points to a trend of around 80-90 contacts being made per company. According to the answers given, most contacts were made with spare parts distributors and independent, network and official dealer workshops. Fleet managers, vehicle parts and accessories stockists, distribution and workshop networks were also represented, and retailers to a lesser extent. In absolute terms and according to the overall number of contacts made, the companies identify a business achievement potential of 9%.

With regard to the balance between the amount invested in participation at the fair and the total number of orders received, more than half of the companies stated that they do not expect a return. However, in the overall assessment of participation in Motortec Automechanika, 67% of the companies gave positive responses. All confirmed their desire to participate in Motortec Automechanika Madrid again.

Conclusões:

- *O nível de satisfação com a participação na Feira, por parte das empresas é positivo;*
- *O trabalho realizado pela NERLEI no que se refere à organização e preparação da participação na Feira bem como o acompanhamento durante a Feira é reconhecido com excelente satisfação, obtendo a classificação de Muito Bom e Bom;*
- *As expectativas das empresas foram correspondidas na sua generalidade. Houve contatos com novos clientes e foram identificadas oportunidades em novos mercados;*
- *Todas as empresas participantes identificaram potenciais negócios, no âmbito da participação na Feira;*
- *Há a expressão de interesse por parte das empresas em participarem na próxima edição da Feira Motortec em 2022.*

Conclusions:

- *The companies' level of satisfaction with their participation in the fair is positive;*
- *The work done by NERLEI in terms of the organisation and preparation of participation in the fair, and the support during the fair, is recognised satisfactorily and is rated very good and good;*
- *Companies' expectations were generally met. Contacts were made with new clients and opportunities in new markets were identified;*
- *All the companies identified potential business through their participation in the fair;*
- *There is an expression of interest by the companies to participate in Motortec in 2022.*

> 2019

FEIRA IFFA/IFFA

4 A 9 DE MAIO - FRANKFURT/4 TO 9 MAY - FRANKFURT

NERLEI ESTREIA-SE NA FEIRA IFFA COM 3 EMPRESAS DE CUTELARIA

NERLEI DEBUTS AT IFFA WITH 3 CUTLERY COMPANIES



EMPRESAS PARTICIPANTES / PARTICIPATING COMPANIES

Empresas / Companies	Localidade / Location	Sector atividade / Sector activity
Icel Ind. De Cutelarias da Estremadura, S.A.	Benedita	Cutelarias / Cutlery
Jorge e Ramalho, Lda.	Benedita	Cutelarias / Cutlery
SICOESTE - Sociedade Industrial de Cutelarias, Lda.	Benedita	Cutelarias / Cutlery

2 019 foi o ano de estreia da NERLEI na Feira IFFA, em Frankfurt, na Alemanha, com 3 empresas de cutelaria da região de Leiria. A IFFA, realiza-se a cada 3 anos e é considerada líder mundial no setor da carne. Na edição de 2019, recebeu 66.340 visitantes de 149 países.

Os visitantes são profissionais da indústria de processamento de carne, comércio retalho de alimentos, distribuidores, importadores / exportadores, operações de abate de carne, indústria alimentar, entre outras atividades conexas. Os segmentos de produtos em exposição na Feira IFFA 2019 são diversos. Vão desde o processamento, equipamento de abate e desmembramento a sistemas de transporte e armazenamento, passando por tecnologia de refrigeração e de automação ou instalações de abastecimento. Na feira há também exposição de equipamentos de limpeza, higiene e segurança ocupacional, soluções TIC, equipamento de medição e pesagem, corte e embalagem, assim como ingredientes, especiarias, aditivos, tripas e ainda o segmento de apresentação e vendas.

As três empresas participantes, com o apoio do

In 2019 NERLEI debuted at the IFFA trade fair in Frankfurt, Germany, with 3 cutlery companies from the Leiria region. IFFA is held every 3 years and is considered a world leader in the meat sector. In 2019, it received 66,340 visitors from 149 countries. The visitors are professionals from the meat processing industry, food retail, distributors, importers/exporters, meat slaughtering operations, and the food industry, among other related activities. The product segments on display at IFFA 2019 were diverse, ranging from processing, slaughtering and dismemberment equipment to transport and storage systems, refrigeration and automation technology or supply facilities. At the fair there was also an exhibition of cleaning, hygiene and occupational safety equipment, ICT solutions, measuring and weighing equipment, cutting and packaging, as well as ingredients, spices, additives, casings and also a presentation and sales area.

The three companies participating with NERLEI's support – ICEL, Jorge & Ramalho and SICOESTE – occupied an exhibition area of 60.5 square metres with stands of 17.5, 19 and 24 square metres respectively.

NERLEI's work provided constant support before and

projeto a NERLEI, a ICEL, a Jorge & Ramalho e a SICOESTE ocuparam uma área de 60,5 metros quadrados de exposição, com 3 stands de 17.5, 19 e 24 metros quadrados respetivamente.

A intervenção da NERLEI contemplou o apoio permanente às empresas participantes antes e durante a realização da Feira IFFA 2019 que tinham os seus stands localizados no hall que concentra a oferta de produtos e soluções nos segmentos de equipamentos para abate, desmanche e processamento, limpeza, higiene operacional e segurança no trabalho, soluções TIC, instalações de abastecimento e equipamento de medição e pesagem.

PARTICIPAÇÃO NA IFFA 2019 REVELOU-SE UMA APOSTA ACERTADA

Apesar de apenas 1 das 3 empresas participantes esperar retorno do investimento feito na Feira IFFA 2019, todas avaliaram como positiva a sua participação, afirmaram ter atingido os seus objetivos e mostraram interesse em continuar a marcar presença em edições vindouras do certame.

Também a avaliação atribuída à NERLEI enquanto organizadora da participação destas 3 insígnias se fixou num nível de satisfação muito elevado, em especial na fase de preparação da feira, com 2/3 dos participantes a atribuírem a classificação de Muito Bom.

O número de contatos realizados pelas 3 empresas, revelou-se equilibrado, entre elas. Os 245 contatos registados realizaram-se com potenciais clientes maioritariamente com distribuidores e grossistas (67% dos contatos), 22% com agentes e 11% com retalhistas.

Destes contatos as empresas identificaram um potencial de concretização de negócios de cerca de 20%. Numa análise individual a cada empresa, verificou-se que a empresa que mais contatos realizou foi também a que apresentou uma perspetiva menos favorável à concretização de negócios: ICEL - 28%,

during IFFA 2019 to the companies, whose stands were located in the hall that displayed products and solutions in the areas of equipment for slaughter, cutting and processing, and cleaning; operational hygiene and safety at work; ICT solutions; supply facilities; and measuring and weighing equipment.

PARTICIPATION IN IFFA 2019 PROVED TO BE A GOOD BET

Although only 1 of the 3 participating companies expected a return on the investment made in IFFA 2019, all of them evaluated their participation as positive, stating that they had achieved their objectives and showing interest in attending future fairs.

The evaluation given to NERLEI as the organiser of their participation showed a high level of satisfaction, especially in the preparation phase, with 2 of the 3 companies giving a rating of very good.

The number of contacts made with potential clients was evenly distributed between the three companies. Of the 245 contacts, 67% were with distributors and wholesalers, 22% with agents and 11% with retailers.

From these contacts, the companies identified a business achievement potential of around 20%. In an analysis of each company, it was found that the company that made the most contacts was also the one that showed the least favourable prospects for closing deals: ICEL 28%, SICOESTE – Sociedade Industrial de Cutelarias 25% and Jorge e Ramalho 9.5%.

The number of orders received during the fair represented 2.4% of the contacts made by the three companies. The total value of orders placed was close to €11,000, with the average value per order being around €1,800.

Of the orders placed, half were for new customers. Although the value of orders was not very high, the fact that they were from new customers adds to the diversification of the customer portfolio and may represent



Jorge e Ramalho, Lda.



Jorge e Ramalho, Lda.



SICOESTE - Sociedade Industrial de Cutelarias, Lda.



SICOESTE - Sociedade Industrial de Cutelarias, Lda.



ICEL, S.A.



ICEL, S.A.

SICOESTE - Sociedade Industrial de Cutelarias - 25% e Jorge e Ramalho – 9,5 %.

O número de encomendas recebidas durante a Feira representou 2,4% do número de contatos realizados pelas 3 empresas. Quanto aos valores das encomendas identificados pelas empresas participantes o total fixou-se próximo dos 11 mil euros, sendo que o valor médio por encomenda ronda o montante de 1.800 euros.

Das encomendas realizadas, metade foram de novos clientes. Apesar de o valor das encomendas não ser muito expressivo, o fato de se tratar de novos clientes contribui para a diversificação da carteira de clientes e poderá representar crescimento do volume de negócios no futuro.

O valor total investido pelas empresas na Feira IFFA 2019 foi de 71 mil euros. Comparativamente com o volume de negócios concretizado com encomendas realizadas durante a feira, o valor investido é 6,5 vezes superior. Tendo em linha de conta os potenciais negócios (49), o valor investido será superado caso se verifique uma taxa de concretização de negócio próxima dos 65%, ou inferior, caso o valor das encomendas supere os valores concretizados durante a Feira.

As expectativas da participação na Feira IFFA 2019 eram para a ICEL o “lançamento de produtos”, para a SICOESTE a “angariação de novos clientes” e para a Jorge e Ramalho “atingir possíveis clientes da área profissional da transformação de carne.” No balanço, todas consideraram que a participação na feira lhes abriu novas perspectivas de mercado, nomeadamente para geografias como Colômbia, Guatemala, Equador, Letónia, para a ICEL, Continente Asiático para a SICOESTE e no mercado profissional, em geral, para a Jorge e Ramalho.

growth in business volume in the future.

The total amount invested by the companies in IFFA 2019 was €71,000. This is 6.5 times higher than the value of orders received at the fair. Taking into account the potential business (49), the investment will be exceeded if there is a business achievement rate close to 65% or lower, if the value of potential orders exceeds that achieved at the fair.

In terms of their expectations of participating, ICEL mentioned the 'launch of products, SICOESTE the 'acquisition of new customers' and Jorge e Ramalho 'to reach possible customers in the professional meat processing sector'. On balance, they all considered that participation in the fair opened up new market prospects, in particular in Colombia, Guatemala, Ecuador and Latvia for ICEL; the Asian continent for SICOESTE; and in the professional market in general for Jorge e Ramalho.

Conclusões:

- O nível de satisfação com a participação na feira, por parte das empresas é positivo;
- O trabalho realizado pela NERLEI no que se refere à organização e preparação da participação na feira bem como o acompanhamento durante a feira é reconhecido com excelente satisfação, obtendo a classificação de Muito Bom e Bom;
- As expectativas das empresas foram correspondidas na sua generalidade. Houve contatos com novos clientes e foram identificadas oportunidades em novos mercados;
- O valor investido pelas empresas na feira, foi superior ao valor dos negócios concretizados no decorrer da mesma. Contudo este investimento poderá ser compensado pela concretização dos potenciais negócios identificados;
- Todas as empresas participantes identificaram potenciais negócios que, a concretizarem-se, terão impacto positivo no volume de negócios gerado no âmbito da participação da feira;
- As 3 empresas manifestaram interesse em participar na edição de 2022 da feira IFFA e encontram-se já inscritas ao abrigo do projeto IB 19-21.

Conclusions:

- The companies' satisfaction with their participation in the fair is positive;
- NERLEI's work regarding organisation, preparation and follow up during the fair was very satisfactory, being rated very good or good;
- Companies' expectations were generally met. There were contacts with new clients and opportunities in new markets were identified;
- The investment by companies was higher than the value of the business achieved during the fair. However, the investment may be repaid by the potential business identified;
- All participating companies identified potential business that, if it comes to fruition, will have a positive impact on the turnover generated by participation in the fair;
- The three companies have expressed interest in participating in IFFA 2022 and are already registered in the IB 19-21 project.

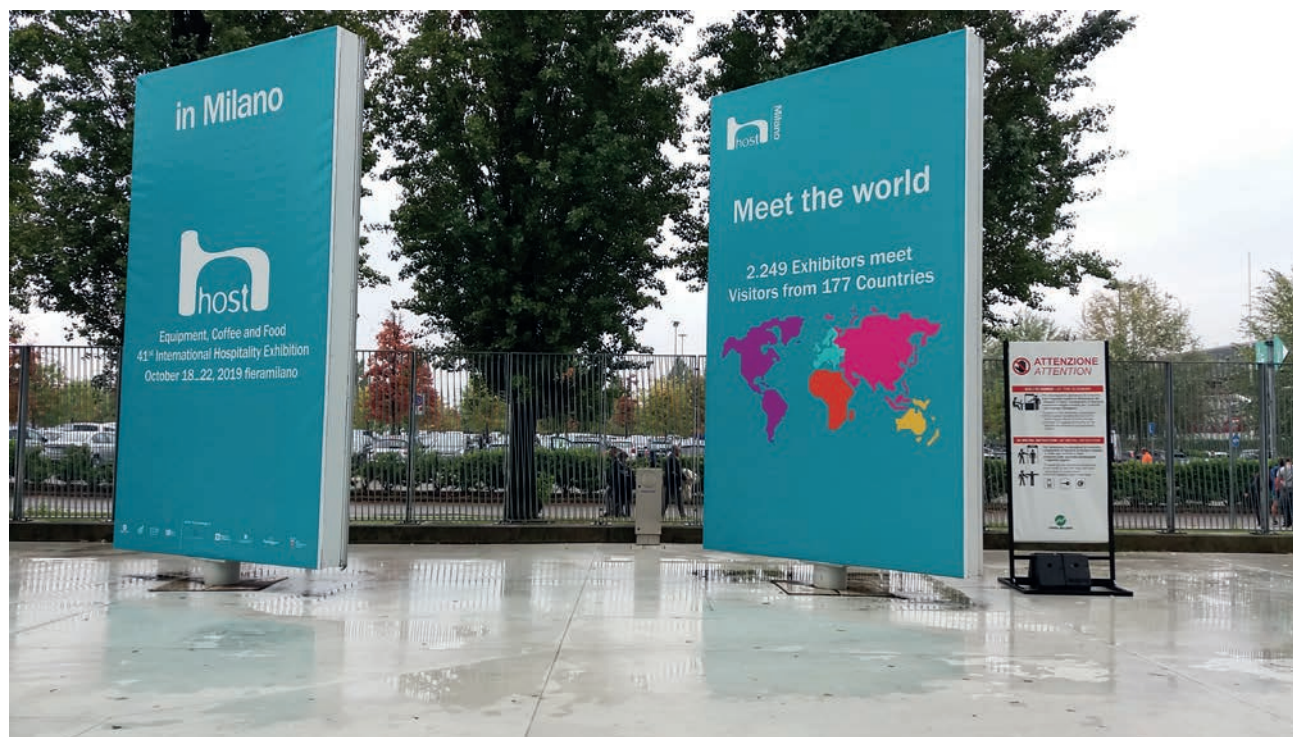
➤ 2019

FEIRA HOSTMILANO/HOSTMILANO

18 A 22 DE OUTUBRO - MILÃO/18 TO 22 OCTOBER - MILAN

TRÊS EMPRESAS ESTREIAM-SE NA HOSTMILANO 2019 APOIADAS PELA NERLEI

THREE COMPANIES MAKE THEIR DEBUT
AT HOSTMILANO 2019 SUPPORTED BY NERLEI



EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES

Empresas/Companies	Localidade/Locality	Setor atividade/Sector activity	Setor na feira/Sector at the fair
Artame, S.A.	Rio Tinto	Louça Metálica/Metal dishware	Restauração profissional/Professional catering
Belo Inox, S.A.	Guimarães	Cutelarias/Cutlery	Mobiliário, tecnologia, Mesa/Furniture, technology, tableware
Icel Ind. de Cutelarias da Estremadura, S.A.	Benedita	Cutelarias/Cutlery	Mobiliário, tecnologia, Mesa/Furniture, technology, tableware

ANERLEI – Associação Empresarial da Região de Leiria alargou o seu apoio à participação de empresas em feiras internacionais organizando, pela primeira vez, uma participação conjunta de empresas portuguesas na HostMilano, feira líder mundial dedicada ao mundo da restauração e hotelaria, que aconteceu em Milão, Itália, de 18 a 22 de outubro de 2019, naquela que foi a 41ª edição do evento.

Além de líder absoluta em Ho.Re.Ca., catering, retalho e hotelaria, a HostMilano é a feira preferida de Equipamentos, Café e Alimentos. O layout da feira, que acontece de 2 em 2 anos, combina cadeias de fornecimento e serviços comuns, aproveitando as especificidades de cada setor e empresa individual para garantir um mercado privilegiado para fazer negócios de qualidade. A feira combina a especialização vertical de áreas dedicadas com a afinidade da cadeia de fornecimentos em três macro áreas: 1) catering profissional, 2) pão, pizza, massa, café, chá, bares, máquinas de café, venda automática, 3) gelados, pastelaria, móveis, tecnologia e mesa. Existe uma oferta completa para a hospitalidade internacional e novas tendências.

Na edição de 2019 a NERLEI apoiou 3 empresas por-

In 2019, NERLEI – Business Association of Leiria Region extended its support of the participation of companies in international trade fairs by organising, for the first time, the participation of a group of Portuguese companies in HostMilano, the world's leading trade fair for the catering and hospitality industry. The 41st HostMilano was held in Milan, Italy from 18 to 22 October 2019.

In addition to being the leader in HoReCa (Hospitality, Retail, Catering), HostMilano is the preferred trade fair for Equipment, Coffee and Food. The layout of the fair, which takes place every two years, brings together supply chains and similar services, taking advantage of the specificities of each sector and individual company to ensure an exceptional market for doing quality business. The fair combines the vertical specialisation of dedicated areas with similar supply chains in three macro areas: professional catering; bread, pizza, pasta, coffee, tea, bars, coffee machines, vending; ice cream, pastries, furniture, technology and tableware. Every area of international hospitality and new trends is covered.

NERLEI supported 3 Portuguese companies exhibiting at HostMilano 2019, representing the professional



ARTAME, S.A.

tuguesas como expositoras na feira Host Milano, que se fizeram representar nas secções de catering profissional, equipamento de restauração e móveis, mesa e tecnologia. No total ocuparam 79,5 metros quadrados de exposição, divididos em 3 stands com áreas entre os 20 e os 34 metros quadrados.

ARTAME, ICEL e BELO INOX foram as empresas que contaram com o apoio permanente da NERLEI antes e durante a realização da Feira HostMilano 2019.

EMPRESAS AVALIAM POSITIVAMENTE A EXPERIÊNCIA NA HOSTMILANO COM A NERLEI
Apesar de nem todas as metas terem sido alcançadas

catering, catering equipment and furniture, and table and technology sectors. In total they occupied 79.5 square metres of exhibition space with 3 stands of between 20 and 34 square metres. The companies that NERLEI supported at HostMilano 2019 were ARTAME, ICEL and BELO INOX.

COMPANIES RATE THEIR EXPERIENCE AT HOSTMILANO WITH NERLEI POSITIVELY
Although not all the companies achieved their goals at HostMilano 2019, they all rated their participation with NERLEI as positive and two expressed their interest in returning to the fair. In a survey, the companies stated



ICEL, S.A.

pelas empresas que estiveram com a NERLEI na HostMilano 2019, todas avaliaram como positiva a sua participação e duas delas manifestaram o interesse em voltar ao certame. Além disso, no que diz respeito à organização da feira por parte da NERLEI verificou-se, através de inquéritos feitos às empresas, um nível de satisfação muito elevado, tanto na fase de preparação da feira como no decorrer desta.

Com objetivos claros de angariação de novos contatos e clientes, neste âmbito as empresas viram as suas expectativas correspondidas, na medida em que grande parte dos 300 contatos realizados na feira foram com novos potenciais clientes, entre os quais distribuidores/

that they were very satisfied with NERLEI's organisation, both in the preparation phase and during the fair. With clear objectives of attracting new contacts and clients, the companies saw their expectations met, with a large part of the 300 contacts made at the fair being with new potential clients, including distributors/importers and commercial groups (25%), agents and shops (17%), and retail chains and manufacturers (8%). In terms of the number of contacts made in each category, we can conclude that they met the companies' expectations. Overall, and taking into account the 300 contacts made and the potential business identified, the companies estimate the possibility of closing deals with about 21%



BELO INOX, S.A.

importadores e grupos comerciais (25%), agentes e lojas (17%) e cadeias de lojas e fabricantes (8%). Estes números permitem concluir que ao nível do tipo de contactos e da sua ordem de relevância na quantidade de contactos realizados, estes corresponderam ao desejado pelas empresas.

No global e tendo em conta os 300 contactos registados pelas empresas e o número de potenciais negócios identificados, as perspetivas das empresas, no seu conjunto, evidenciaram a possibilidade de concretizar negócios com cerca de 21% dos potenciais clientes contactados na feira, sendo, no entanto, este impacto diferente para cada uma das 3 empresas participantes.

Já o número de encomendas recebidas durante a

of potential clients met at the fair. However, this number is different for each of the participating companies.

The number of orders received during the fair (24) represented 8% of the number of contacts made by the 3 companies. The orders totalled €13,957, with an average value of around €580.

It should be noted that only 3 of the 24 orders received at the fair were from existing customers, meaning that 88% were from new customers. Although the impact on business value was not very high, the fact that they were new customers allows us to predict diversification of the customer portfolio, and eventually, enhanced business in the future.

The total amount invested by the companies in HostMilano

feira (24 encomendas) representou 8% do número de contatos realizados pelas 3 empresas. Estas encomendas totalizaram um valor de 13 957 euros. O valor médio de cada encomenda ronda o montante de 580 euros.

Importa referir que apenas 3 das 24 encomendas registadas na feira foram realizadas com clientes já existentes, o que significa que 88% destas vendas foram feitas com novos clientes. Apesar de o impacto no valor de negócios ser pouco significativo, o fato de se tratarem de novos clientes permite perspetivar uma diversificação da carteira de clientes e, eventualmente, potenciar bons negócios no futuro.

O valor total investido pelas empresas na Feira HostMilano 2019 foi de 100 mil euros e variou entre os 20 e os 50 mil euros. Comparativamente com o volume de negócios concretizado com encomendas durante a feira, o valor investido é 7 vezes superior.

Tendo em linha de conta os potenciais negócios (65) e a probabilidade de concretização de negócio entre os 20% e os 80%, o valor investido seria entre 2 a 5 vezes superior. Para superar o investimento realizado pelas empresas, os negócios a concretizar no período pós feira teriam que envolver montantes superiores aos registados nas encomendas realizadas durante o evento, o que as 3 empresas participantes não perspetivam que aconteça, considerando de forma muito objetiva que os investimentos na feira nunca serão compensados pelo valor de potenciais encomendas.

Questionadas sobre se a participação na feira lhes abriu novas perspectivas de mercado, apenas uma das empresas participantes responde de forma negativa.

Quanto aos objetivos definidos por cada uma das empresas participantes, 2 das 3 empresas participantes na feira confirmam que conseguiram atingir os mesmos, o que é positivo. Quanto à intenção de voltar a participar na HostMilano, duas das empresas confirmam intenção de repetir a presença, sendo que a terceira empresa ainda irá avaliar essa possibilidade.

2019 was €100,000 and ranged from €20,000 to €50,000 per company. This is 7 times higher than the turnover achieved from orders at the fair.

Taking into account the potential number of deals (65) and a probability of closing a deal of between 20% and 80%, the amount invested in the fair would be between 2 and 5 times higher. In order to exceed the investment made by the companies, the value of the deals closed in the post-fair period would have to be higher than that of the orders placed during the fair. The participating companies don't envisage that happening and consider, objectively, that the investment in the fair will not be recompensed by the value of potential orders.

When asked whether participation in the fair opened up new market prospects, only one company answered in the negative.

As for the objectives defined by each participating company, 2 of the 3 confirmed that they had been met, which is positive.

As for participating in future HostMilano trade fairs, two of the companies confirmed their intention to attend again and the third company will evaluate that possibility.



Conclusões:

- O nível de satisfação com a participação na feira, por parte das empresas é positivo;
- O trabalho realizado pela NERLEI no que se refere à organização e preparação da participação na feira bem como o acompanhamento durante a feira é reconhecido com excelente satisfação, obtendo a classificação de Muito Bom e Bom;
- As expectativas das empresas foram correspondidas na sua generalidade. Houve contatos com novos clientes, identificadas oportunidades em novos mercados bem como o encontro com clientes atuais;

Conclusions:

- The companies' satisfaction level with participation in the fair is very positive;
- NERLEI's work regarding organisation, preparation and follow up during the fair was very satisfactory, being rated very good or good;
- The companies' expectations were generally met. Contact was made with both new and existing clients and opportunities in new markets were identified;



- *O volume de negócios gerado no decorrer da feira não foi muito expressivo, ficando muito abaixo do valor investido pelas empresas participantes;*
- *Todas as empresas participantes identificaram potenciais negócios que poderão concretizar-se e incrementar o volume de negócios gerado no âmbito da participação da feira;*
- *Há uma expressão de interesse grande por parte das empresas em participarem na próxima edição da feira HostMilano.*
- *The volume of business generated during the fair was not very significant, being well below the value invested by the participating companies;*
- *All participating companies identified potential deals which could increase the volume of business generated in the scope of participation in the fair;*
- *The companies express great interest in participating in the next HostMilano fair.*

MISSÕES EMPRESARIAIS E AÇÕES DE CAPACITAÇÃO

BUSINESS MISSIONS AND TRAINING INITIATIVES



NERLEI REGISTA FORTE ADEÇÃO DAS EMPRESAS ÀS INICIATIVAS ONLINE

NERLEI SEES STRONG COMPANY ATTENDANCE AT ONLINE INITIATIVES

ANERLEI integrou, no âmbito do projeto International Business 2018-2020, um conjunto de Missões Empresariais Virtuais que se traduzem em ações promotoras do desenvolvimento de negócios internacionais, através de visitas aos mercados e encontros com potenciais parceiros e importadores, com vista às empresas portuguesas participantes promoverem os seus produtos e serviços no exterior e ampliarem a sua rede de contactos. Neste triénio, assolado por uma pandemia inesperada, estas ações, que habitualmente são presenciais, foram adaptadas ao formato virtual, à exceção da Missão Empresarial Emirados Árabes Unidos que se realizou entre 15 e 20 de novembro de 2019, com 8 empresas participantes e que registou um elevando nível de satisfação por parte destas.

A realização destas Missões Empresariais Virtuais surge então na impossibilidade de deslocação presencial aos mercados e com o objetivo de contornar as dificuldades existentes no desenvolvimento de negócios internacionais em geral, durante o período de pandemia, com recurso à utilização de plataformas virtuais.

Tratando-se de uma tipologia de projeto nova, muito suportada pelo recurso a novas tecnologias, a NERLEI entendeu ser importante auxiliar as empresas participantes na preparação das reuniões a efetuar. Neste sentido, incluiu na metodologia destas ações a realização de sessões de capacitação, com o objetivo de explicar às

As part of Project International Business 2018–2020, NERLEI organised of a number of Virtual Business Missions. These are initiatives promoting the development of international business through visits to markets and meeting with potential partners and importers, with a view to allowing participating Portuguese companies to promote their products and services abroad and expand their network of contacts. In the three-year period, beset by an unexpected pandemic, these initiatives were adapted to a virtual format rather than the usual face-to-face format. The exception was the United Arab Emirates Business Mission which took place between 15 and 20 November 2019, with 8 participating companies and which registered a high level of satisfaction on their part.

These Virtual Business Missions were undertaken due to the impossibility of travelling to the markets in person and with the objective of overcoming the existing difficulties in the development of international business in general during a pandemic, through the use of virtual platforms.

As this is a new kind of project, largely supported by the use of new technologies, NERLEI considered it important to assist participating companies in the preparation of meetings. With this in mind, training sessions were included in the methodology of the initiative in order to explain how the whole process works, but also

empresas participantes como se desenrola todo o processo mas, também, capacitá-las para a realização de reuniões virtuais, explorando ao máximo as potencialidades desta nova forma de abordar os mercados externos. Assim, procurou possibilitar às empresas reunir virtualmente com potenciais parceiros de negócio, através de uma experiência digital dinâmica, em que as empresas conseguiram, através de ferramentas de comunicação digital, tangibilizar o seu valor acrescentado junto dos potenciais parceiros internacionais, nos mercados da Colômbia-Peru, Polónia, Canadá, Emirados Árabes Unidos, Suíça e Reino Unido, com um total de 26 empresas participantes (ver tabelas da página 54 à 60) de atividades tão diversas como cutelarias, moldes, metalomecânica, cerâmica, têxtil, calçado, utilidades domésticas e rochas ornamentais.

De forma a potenciar o sucesso dos encontros virtuais e experiências de negócio entre os participantes da missão e os potenciais parceiros nos mercados, a NERLEI desenvolveu uma metodologia de trabalho estruturada em duas vertentes complementares. A primeira, o agendamento personalizado de reuniões B2B com empresas e instituições de cada um dos mercados, garantindo um mínimo de seis reuniões por empresa participante para cada mercado. A segunda, a aposta na preparação adequada das empresas inscritas para a comunicação e concretização de negócios em ambiente virtual, que passou, por exemplo, pela avaliação do material promocional e recomendações para adaptação às reuniões virtuais, pela formação em técnicas de comunicação com o grupo e uma ação individual preparatória com cada empresa. O sucesso das Missões Empresariais Virtuais pode medir-se não só pela forte adesão registada mas também pelo número de contactos realizados pelas empresas, 222 contactos, que permitem fazer um balanço acima das expetativas da NERLEI.

As Ações de Capacitação integradas no projeto Internacional Business 2018-2020 também foram alvo de adaptação ao novo cenário trazido pela pandemia, na medida em que uma parte significativa das 9 ações

to coach companies to hold virtual meetings and fully explore the potential of this new way of approaching foreign markets.

In this way, NERLEI sought to enable companies to use digital communications tools to make their added value tangible, through a dynamic digital experience. Virtual meetings were held with potential international partners in the markets of Colombia-Peru, Poland, Canada, United Arab Emirates, Switzerland and the United Kingdom, with a total of 26 participating companies (see tables from page 54 to 60), with activities as diverse as cutlery, moulds, metalworking, ceramics, textiles, footwear, home wares and ornamental stone.

In order to maximise the success of virtual meetings and the business experiences between the delegation participants and potential partners, NERLEI developed a methodology with two complementary strands. The first was personalised scheduling of B2B meetings between companies and institutions in each of the markets, ensuring a minimum of six meetings per participating company in each market. The second strand focussed on properly preparing participating companies for communicating and doing business in a virtual environment. This included, for example, the evaluation of promotional material and recommendations for adapting it for virtual meetings, group training in communication techniques, and individual preparatory work with each company. The success of the Virtual Business Missions can be measured not only by the strong attendance, but also by the number of contacts made. The total of 222 contacts exceeded NERLEI's expectations.

The training initiatives included in Project International Business 2018-2020 also needed to be adapted due to the pandemic, to the extent that a significant number of the nine sessions were webinars dedicated to e-commerce, responding to the demand for online sales that grew in 2020. In addition to webinars, the training initiatives included seminars and workshops (see table

realizadas se traduziram em webinars dedicados ao E-Commerce, dando resposta à necessidade de realização de vendas online que se intensificou a partir de 2020. Além de webinars, as Ações de Capacitação contemplaram ainda seminários e workshops (ver tabela na página 61) que totalizaram 480 participantes, uma adesão que a NERLEI considerou extraordinária.

De destacar que no âmbito das Missões Empresariais Virtuais e das Ações de Capacitação das empresas, Secretário de Estado da Internacionalização Eurico Brilhante Dias marcou presença na ação de capacitação sobre Reuniões Virtuais, onde estiveram presentes todas as empresas participantes nas missões da Polónia, Canadá e Emirados Árabes Unidos.

Objetivos das Missões Empresariais Virtuais:

- *Capacitar as empresas participantes para a comunicação e concretização de negócios em ambiente virtual;*
- *Identificar potenciais parceiros de negócio que correspondessem ao perfil desejado por cada empresa;*
- *Potenciar a exploração de oportunidades de negócio para as empresas participantes;*
- *Realizar reuniões B2B com empresas dos mercados-alvo;*
- *Proporcionar encontros virtuais e experiências de negócio entre os participantes da missão e os potenciais parceiros nos mercados;*
- *Avaliar as condições para o estabelecimento de negócios no mercado, através de um trabalho de follow-up qualitativo para potenciar a realização de negócios no(s) mercado(s).*

on page 61) with a total of 480 participants, a number that NERLEI considered extraordinary.

It is worth mentioning that, within the scope of the Virtual Business Missions and training initiatives, the Secretary of State for Internationalisation, Eurico Brilhante Dias, attended the training session on Virtual Meetings, along with companies participating in the missions to Poland, Canada and United Arab Emirates.

Objectives of the Virtual Business Missions:

- *To train participating companies in communicating and doing business in a virtual environment;*
- *Identify potential business partners that match each company's desired profile;*
- *Potentiate the exploration of business opportunities for participating companies;*
- *Hold B2B meetings with companies from the target markets;*
- *Provide virtual meetings for delegation participants and potential partners in the markets;*
- *Evaluate the conditions for establishing business in the market(s), through qualitative follow-up work to boost business.*

EMPRESAS PARTICIPANTES / PARTICIPATING COMPANIES

MISSÃO EMPRESARIAL - EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

15 A 20 DE NOVEMBRO DE 2019 / 15 TO 20 NOVEMBER 2019

BUSINESS MISSION – UNITED ARAB EMIRATES

Empresas/ Companies	Localidade/ Location	Sector atividade/ Sector activity
António Rosa - Cerâmicas, Lda.	Alcobaça	Cerâmica decorativa/ Decorative ceramics
Coerber - Construções, S.A.	Maceira	Construção/ Construction
HS - The Natural Stone, Unip, Lda.	Fátima	Rochas Ornamentais/ Ornamental stone
Jorge e Ramalho, Lda.	Benedita	Cutelarias/ Cutlery
José Sebastião Vazão & Filhos, Lda.	Pedreiras	Rochas Ornamentais/ Ornamental stone
Procerâmica - Cerâmica de Mesa, S.A.	Proença-a-Nova	Cerâmica Utilitária/ Ceramic Tableware
So Cool, Unipessoal, Lda.	Marinha Grande	Alimentar/ Food
Trade Off Flux - Import e Export, Lda.	Porto	Consultoria/ Consultancy



Empresas participantes na Missão Empresarial aos Emirados Árabes Unidos

Participating companies in the Business Mission to United Arab Emirates

EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES**MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL - PERU E COLÔMBIA**

9 DE DEZEMBRO DE 2019 A 17 DE JANEIRO DE 2020/

9 DECEMBER 2019 TO 17 JANUARY 2020

VIRTUAL BUSINESS MISSION – PERU AND COLOMBIA

Empresas/Companies	Localidade/Location	Setor atividade/Sector activity
Araújo & Silva, Lda.	Leiria	Ferramentas de corte/Cutting tools
Jorge e Ramalho, Lda.	Benedita	Cutelarias/Cutlery
Procerâmica - Cerâmica de Mesa, S.A.	Proença-a-Nova	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware
Sonocol - Indústria Metalúrgica de Utilidades Domésticas, S.A.	Cesar	Utilidades Domésticas/Household Appliances

**Participantes na Missão Empresarial Virtual à Colômbia e Peru***Participants in the Virtual Business Mission to Colombia and Peru*

EMPRESAS PARTICIPANTES / PARTICIPATING COMPANIES

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL - POLÓLIA

16 A 20 DE NOVEMBRO DE 2020 / 16 TO 20 NOVEMBER 2020

VIRTUAL BUSINESS MISSION – POLAND

Empresas/Companies	Localidade/Location	Setor atividade/Sector activity
Edge Near, S.A.	Marinha Grande	Moldes de injeção de materias plásticas/Plastic injection moulds
Belo Inox, S.A.	Guimarães	Cutelarias/Cutlery
Globalmolde - Comércio Internacional, Lda.	Marinha Grande	Moldes/Moulds
Procerâmica - Cerâmica de Mesa, S.A.	Proença-a-Nova	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware



Ação de capacitação – Mercado da Polónia

Training session – the Polish market



EMPRESAS PARTICIPANTES / PARTICIPATING COMPANIES

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL - CANADÁ

23 A 27 DE NOVEMBRO DE 2020/23 TO 27 NOVEMBER 2020

VIRTUAL BUSINESS MISSION – CANADA

Empresas/Companies	Localidade/Location	Sector atividade/Sector activity
B. Sousa Dias & Filhos, S.A.	Guimarães	Testeis Lar/Home textiles
Belo Inox, S.A.	Guimarães	Cutelarias/Cutlery
Hugal, Lda.	Benedita	Calçado/Footwear
Procerâmica - Cerâmica de Mesa, S.A.	Proença-a-Nova	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware
Socem Ed., S.A.	Martingança	Moldes/Moulds

CANADÁ E PORTUGAL

CETA - Acordo Comercial entre a UE e o Canadá

- Redução de Dependência dos EUA Versus impulsionador de Entrada para os EUA
- Saturação do "Made In China" (agravado pela pandemia)
- Diversificação de Mercados : Perceção dos Standards de qualidade Europeus versus vertente social e ambiental dos países asiáticos

Comunidade portuguesa – que detem uma vasta rede de distribuição, restaurantes, pequenos comércio e serviços.

Ação de capacitação para preparação da Missão Empresarial Virtual - Canadá

Preparatory training session for the Virtual Business Mission – Canada

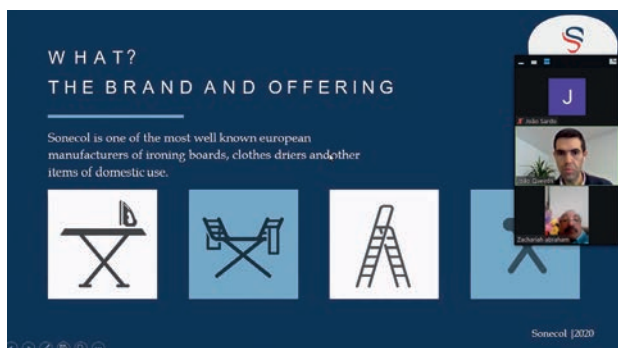
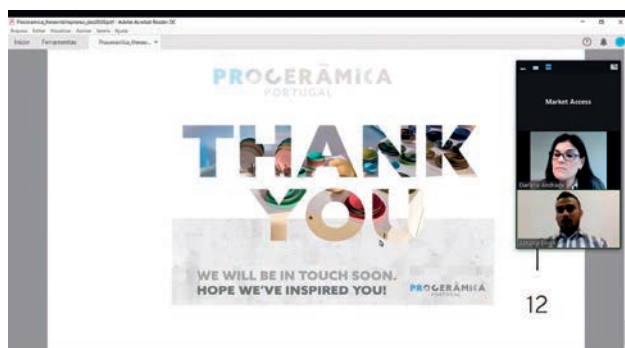
EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL - EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

14 A 18 DE DEZEMBRO DE 2020/14 TO 18 DECEMBER 2020

VIRTUAL BUSINESS MISSION – UNITED ARAB EMIRATES

Empresas/Companies	Localidade/Location	Setor atividade/Sector activity
Brukinag Engenharia, Unipessoal, Lda.	Vila Nova de Famalicão	Metalomecânica/Metalwork
Belo Inox, S.A.	Guimarães	Cutelarias/Cutlery
Gárgula Gótica, Lda.	Batalha	Rochas ornamentais/Ornamental stone
Pedrantiqua - Pedras e Complementos Cerâmicos, S.A.	Porto de Mós	Artigos em Pedra/Stone products
Procerâmica - Cerâmica de Mesa, S.A.	Proença-a-Nova	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware
Sonecol - Indústria Metalúrgica de Utilidades Domésticas, S.A.	Cesar	Utilidades Domésticas/Household Appliances



Participantes na Missão Empresarial Virtual aos Emirados Árabes Unidos

Participants in the Virtual Business Mission to United Arab Emirates

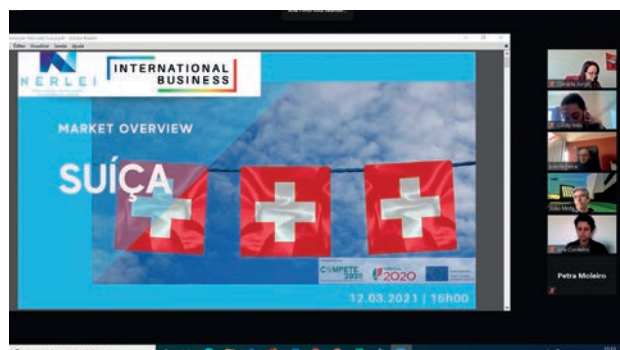
EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL - SUÍÇA

15 A 19 DE MARÇO DE 2021/15 TO 19 MARCH 2021

VIRTUAL BUSINESS MISSION – SWITZERLAND

Empresas/Companies	Localidade/Location	Sector atividade/Sector activity
E&T Engineering and Tooling, S.A.	Marinha Grande	Moldes/Moulds
Procadimoldes, S.A.	Leiria	Moldes/Moulds
Vinhos Toscano, Lda.	São João da Pesqueira	Vinhos/Moulds
Void Software, S.A.	Leiria	TIC/ICT



Ação de capacitação para preparação da Missão Empresarial Virtual à Suíça

Preparatory training session for the Virtual Business Missions to Switzerland

EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES

MISSÃO EMPRESARIAL VIRTUAL - REINO UNIDO

12 A 16 DE ABRIL DE 2021/12 TO 16 APRIL 2021

VIRTUAL BUSINESS MISSION - UNITED KINGDOM

Empresas/Companies	Localidade/ Location	Sector atividade/Sector activity
Tecnocanto - Tecnologia de Sistemas e Equipamentos Industriais, Lda.	Leiria	Metalomecânica/Metalwork
Matcerâmica - Fabrico de Louca, S.A.	São Mamede	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware
Procerâmica - Cerâmica de Mesa, S.A.	Proença-a-Nova	Cerâmica Utilitária/Ceramic Tableware



Seminário de Abertura do Projeto IB 2018-2020

Project opening seminar of Project IB 2018-2020

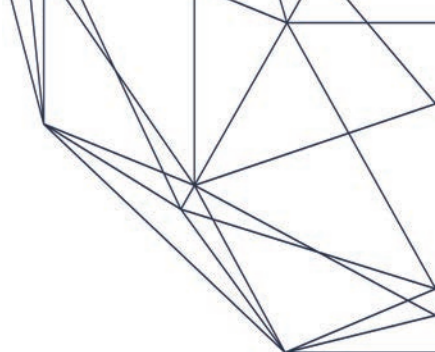
480

EMPRESAS PARTICIPANTES/PARTICIPATING COMPANIES**AÇÕES DE CAPACITAÇÃO REALIZADAS AO LONGO DO PROJETO**

Ações de capacitação	Empresas participantes (total)	Data de realização
Seminário de Abertura IB - Exportar é Simples – Desmistificar as Barreiras à Exportação	34	20 de maio de 2019
International Networking Day	39	27 de junho de 2019
Workshop: Operações aduaneiras e documentação usada em contexto internacional	23	06 de dezembro de 2019
Webinar: Como utilizar as ferramentas de gestão digitais para a internacionalização - Marketing e Branding Digital	39	10 de dezembro de 2019
Webinar: Procurement como canal para fazer negócios nos mercados internacionais	90	23 de julho de 2020
Webinar - E-Commerce: "O novo normal" pós covid-19 - Como mitigar os riscos da implementação de um e-commerce B2C e/ou B2B	63	24 de setembro de 2020
Webinar - E-Commerce: Marketing Digital 360°	92	29 de setembro de 2020
Webinar - E-Commerce: Como potencializar um serviço de excelência em tempos de mudança	66	08 de outubro de 2020
Webinar de Encerramento do Projeto IB 2018-20: "Exportar com Segurança - Proteção de Direitos de Propriedade Industrial"	34	27 de maio de 2021

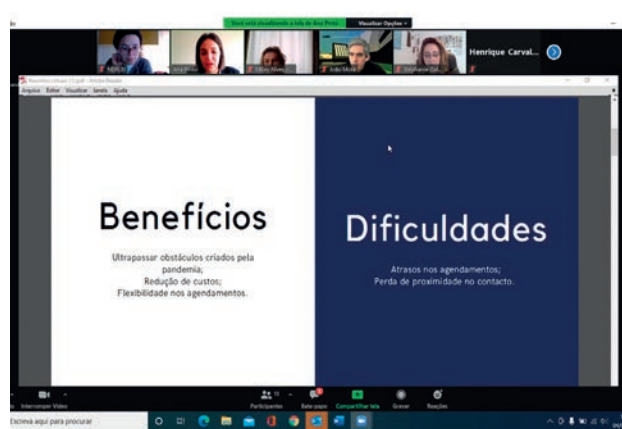
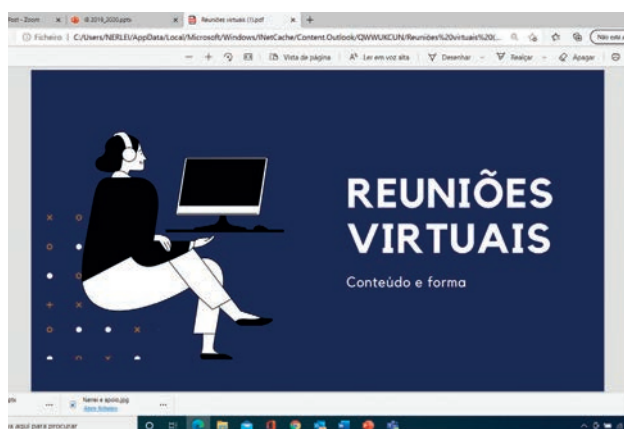
TRAINING ACTIVITIES COMPLETED THROUGHOUT THE PROJECT

Training activities	Participating companies (total)	Date
Project opening seminar: Exporting is Simple – Demystifying barriers to exportation	34	20 May 2019
International Networking Day	39	27 June 2019
Workshop: Customs operations and documentation in international context	23	6 December 2019
Webinar: How to use digital management tools for internationalisation – Marketing and Digital Branding	39	10 December 2019
Webinar: Procurement as a channel for doing business in international markets	90	23 July 2020
Webinar – E-commerce: "The new normal" post-COVID-19 – How to mitigate the risks of implementing B2C and/or B2B e-commerce	63	24 September 2020
Webinar – E-commerce: Digital Marketing 360°	92	29 September 2020
Webinar – E-commerce: How to create a service of excellence in times of change	66	8 October 2020
Project closing webinar: Exporting Securely – Protection of industrial property rights	34	27 May 2021



Secretário de Estado da Internacionalização - Eurico Brilhantes Dias. Sessão de Capacitação - Reuniões Virtuais - 02/12/2020

Secretary of State for Internationalisation – Eurico Brilhantes Dias. Training session – Virtual Meetings, 2/12/2020



Sessão de capacitação sobre Reuniões Virtuais com empresas participantes nas Missões Empresariais Virtuais

Training session about Virtual Meetings with businesses participating in the Virtual Business Missions



International Networking Day

International Networking Day

www.internationalbusiness.pt

Cofinanciado por:

