



O presente projeto enquadra-se na tipologia da internacionalização, uma vez que se pretende reforçar a capacitação das PME da Fileira da Pedra Natural para a internacionalização de modo a alavancar a capacidade exportadora das empresas participantes.

O plano de ação conjunto visa o conhecimento, a prospeção e presença em mercados internacionais e a dinamização de ações inovadoras de promoção internacional, que em termos gerais consistem em participação em Feiras Internacionais, Missões de Prospeção nos mercados externos, Campanhas de Marketing e ações de promoção suportadas em ferramentas de marketing digital, bem como ações de preparação e acompanhamento que contribuirão também para melhorar a capacitação das empresas para a internacionalização.

Com a implementação de um plano de ação conjunto nas empresas a intervencionar pretende-se alcançar os objetivos definidos para o projeto, contribuindo para incrementar vendas com valor acrescentado e diversificar mercados para limitar riscos de expansão, criando condições que assegurem a sustentabilidade das PME.

Ou seja, o projeto Pedra E+ 2020 contribui para os objetivos e prioridades enunciados no Aviso, pelo que o seu enquadramento é, naturalmente, de internacionalização.

O plano de ação previsto neste projeto destina-se a intervir em PME da Fileira da Pedra Natural que exerçam atividades de extração e/ou transformação e empresas produtoras de massas minerais e depósitos minerais. Tendo em conta as empresas que previamente à candidatura manifestaram interesse em participar no projeto, podemos definir o seguinte perfil:

- cerca de 70% das empresas dedicam-se à fabricação de artigos de granito e de rochas;
- as restantes repartem-se por atividades ligadas à extração de calcário e cré, à fabricação de artigos de mármore e de rochas similares e ao comércio por grosso de materiais de construção;
- são essencialmente PME das zonas Norte (67%), Centro (22%) e Alentejo (11%).

O projeto abrange a cadeia de valor da fileira, pois envolve empresas com atividades desde a extração de matéria-prima, passando pela transformação e fabricação, até à sua comercialização. O perfil de empresas participantes vai, de encontro à realidade do setor, em termos de distribuição, representatividade, características e necessidades.

Dado o histórico de iniciativas coletivas promovidas pela ANIET e a auscultação efetuada às empresas e outros stakeholders do setor, verificou-se que continuam a subsistir necessidades e soluções comuns como:

- Dependência das iniciativas conjuntas financiadas para o desenvolvimento de processos de internacionalização, apesar de algumas das empresas

apresentarem já uma significativa componente exportadora e estarem já bem estabelecidas em alguns dos mercados;

- Fornecimento de informação personalizada sobre os mercados, incluindo identificação de tendências e antevisão de oportunidades;
- Para as empresas com o processo de exportação pouco desenvolvido, a promoção de ações direcionadas para os mercados de proximidade, apresentado um menor risco e maior probabilidade de sucesso na angariação de novos clientes;
- Para empresas com processos de internacionalização mais amadurecidos, o investimento em ações de promoção e prospeção de mercados de maior dimensão, com mais exigência, concorrência e risco;
- Impulsionamento das iniciativas de promoção da imagem do setor, das suas empresas e dos seus produtos, procurando a criação de um posicionamento diferenciado e valioso junto dos consumidores nos mercados identificados;
- Investimento na capacitação das empresas para o desenvolvimento de ações de marketing disruptivas, nomeadamente pela aposta nas práticas de promoção de produtos ou serviços através da utilização meios digitais para chegar aos consumidores rapidamente, de forma relevante, personalizada e mais eficaz.

Complementarmente verificam-se fatores conjunturais e oportunidades que influenciaram a definição do plano de ação:

- Exiguidade do mercado doméstico para absorver o potencial da oferta;
- Aumento da procura internacional de rochas ornamentais nos mercados identificados e nos seus limítrofes;
- Procura de novos materiais eco eficientes com vantagem da pedra;
- Procura emergente e internacional de soluções integradas que permitem explorar novos negócios com base nas vantagens da pedra natural (resistência, durabilidade, versatilidade, estética);
- Possibilidade de alargar a utilização da pedra a outros setores da fileira, a montante e a jusante, através do contacto nas feiras selecionadas com os prescritores: arquitetos, donos de obras, designers, empreiteiros, entre outros.

Assim, foram definidas ações que dão continuidade à estratégia de internacionalização iniciada em projetos anteriores, mas com forte incremento na promoção da imagem do setor e da qualidade dos produtos, garantindo a entrada em novos mercados, e a consolidação de outros. Prevê-se então a realização das seguintes ações:

## ATIVIDADES

### 1. Participação em Feiras Internacionais

#### TISE - Las Vegas, EUA

Maior evento dos EUA para os setores do revestimento de pavimentos, paredes e pedra e relevante para vários mercados do continente americano, reunindo comerciantes, distribuidores, instaladores, arquitetos e construtores de todo o mundo.

Assim, dá-se continuidade às abordagens de 2016, 2017 e 2018, com perspetivas de impacto e resultados.

Composto por três feiras de classe mundial: SURFACES | StonExpo / Marmomac | Eventos TileExpo, a TISE - The International Surface Event é o evento de referência para os vários mercados e, essencialmente, para os Estados Unidos e Canadá.

Na vanguarda da indústria de revestimentos, entre eles a Pedra Natural, a Feira Internacional TISE conta com três dias de exposição, onde serão apresentados os mais recentes produtos, tecnologia e tendências.

As exportações do setor para os EUA têm vindo a crescer, o que revela oportunidades de negócio a explorar, sendo inclusive, uma plataforma de lançamento para o continente americano.

A última edição contou com a participação de 800 empresas expositoras. Em 2020, no seguimento da feira TISE será realizada uma Missão de Prospeção ao mercado americano

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

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

Tendo celebrado em 2017 a sua 25ª edição, é a única feira no Reino Unido dedicada à pedra natural e aos produtos e serviços relacionados, proporcionando uma ampla mostra de pedras de todo o mundo, incluindo granito, mármore e outras. Serve também de espaço para a apresentação de máquinas e ferramentas, demonstração de novos produtos e criação de redes de networking entre clientes, fornecedores e distribuidores.

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

O Reino Unido importa quase 90% da pedra natural usada no país, motivo pelo qual o certame atrai expositores internacionais de cerca de 60 nacionalidades diferentes. A última edição contou com cerca de 240 expositores.

### **MARMO+MAC - Verona, Itália**

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

Ocupando 80.000 m2 de área de exposição, o certame é centro mundial de negócios: mais de 1650 expositores (+4% que 2015), dos quais 60% são estrangeiros (+5% face a 2015), provenientes de 55 países; cerca de 67 mil visitantes, de 146 países.

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

Na última edição, foram realizados dois eventos paralelos “Architectural Record e Archmarathon” promovendo fortes sinergias com agentes da arquitetura e construção. A presença e resultados crescentes de edições anteriores (4 PME em 2015, 9 em 2016 e 10 em 2017) comprova a importância da participação neste evento.

Realizada anualmente, a última edição (53ª) contou com a participação de 1.600 empresas, provenientes de 56 países, e com a visita de 67 mil profissionais especializados oriundos de 140 países, como já foi referido.

Portugal foi o 4º país estrangeiro com maior presença de expositores, ficando apenas atrás de países como a China, a Turquia e a Índia.

### **Stone+Tec**

É o ponto de encontro da indústria da pedra natural no motor da economia europeia, estando focada na extração, processamento e utilização da pedra natural e materiais equiparáveis. Vista como uma plataforma para a Áustria, Suíça e países vizinhos, oferece grandes oportunidades de networking e potencial significativo para angariação de novos clientes.

Este mercado é um dos principais para a pedra ornamental portuguesa (7º cliente em 2016, INE), com uma procura diversificada de produtos (Pedras naturais de cantaria ou de construção, pedras para calcetar, lancis e placas (lajes) para pavimentação, ardósia, lousas, granito), pelo que se trata de um mercado atrativo e de elevado potencial para o setor.

O certame tem o seu foco no setor de pedra natural e na sua tecnologia, acolhendo visitantes, não só do país anfitrião - Alemanha, mas de vários mercados, nomeadamente, Polónia, Áustria, Suíça, Reino Unido, Itália, França, entre outros.

A edição de 2018 - 20ª edição - teve 11.819 visitantes e 333 expositores de 28 países (56% internacionais), numa área de exposição de 29 mil m2.

### **FinnBuild - Helsínquia, Finlândia**

A Feira FinnBuild - Feira Internacional de Construção e Serviços de Construção, apresenta os mais recentes produtos, serviços e soluções no setor e oferece um extenso programa especializado, reunindo toda a indústria da construção.

É considerado um evento estratégico para penetração nos mercados da Europa do Norte.

A aposta neste mercado justifica-se pelo potencial de crescimento existente: em 2016, Portugal posicionou-se como 5º fornecedor de pedra da Finlândia e como 2º fornecedor de pedra natural, só atrás da China.

Cobrindo todo o setor da construção, é uma das maiores e mais significativas feiras da Finlândia neste âmbito, apresentando diversos conteúdos, serviços e soluções em termos de construção, materiais, maquinaria, serviços e engenharia.

## **2. Missão de Prospeção**

### **Missão de Prospeção EUA**

Os EUA são um mercado fortemente atrativo para as empresas nacionais pelo seu potencial de negócio a explorar, pelo que a participação na feira TISE será seguida

desta missão para alargar área de atuação a outras cidades e aprofundar a rede de contactos, já iniciada pelas empresas em 2016.

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

As exportações da fileira da extração e produção de rochas ornamentais estão em crescimento, inclusive para os EUA, sobretudo pelo valor acrescentado que integram.

Este é, assim, um contexto favorável à indústria extrativa e transformadora e uma oportunidade única para promover o crescimento económico, reforçar a competitividade da Pedra Natural Portuguesa, criando uma plataforma de lançamento para novos mercados no continente americano, como Canadá e América Latina.

### 3. Material Promocional

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

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

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

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

Apesar de não constituírem ações isoladas é importante referir que o projeto contempla a realização de uma campanha de marketing digital (publicidade e vídeos) em todos os mercados alvo do projeto. Toda a publicidade online a realizar se encontra afeta a cada um dos mercados/ações. Os trabalhos de acompanhamento, monitorização e avaliação dos resultados das campanhas estarão refletidos no relatório “

### 4. Avaliação Final e Estudos

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

- **Sessão final que será também uma sessão prática de trabalho para apresentação, a título de case-study, das ações desenvolvidas e dos resultados alcançados pela implementação das campanhas de marketing digital. Estando este tipo de ferramentas ainda muito pouco implementadas no setor, será um momento propício para fomentar a aproximação ao digital (empresas não aderentes) mas também de outras empresas que venham a ter acesso à informação;**
- **Relatório final de avaliação, que integrará um capítulo para Lições Aprendidas, de caráter inovador e que poderá prevenir erros em projetos futuros e promover boas práticas de execução e de avaliação, e será divulgado intra e inter sectorialmente;**

**Os efeitos e externalidades ao nível da demonstração de resultados servirão como modelo para o mercado, potenciando o impacto no tecido empresarial e nas empresas que fazem parte das redes de negócio dos participantes.**