

**Designação do projeto** | ASSOCIATIVE DESIGN - THE BEST OF PORTUGAL

**Código do projeto** | POCI-02-0752-FEDER-047248

**Objetivo principal** | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

**Data de aprovação** | 2020-09-23

**Data de início** | 2020-11-23

**Data de conclusão** | 2023-06-30

**Investimento total elegível** | 2.118.478,76 €

**Apoio financeiro da União Europeia** | 1.482.935,13 €

## **Enquadramento**

A marca ASSOCIATIVE DESIGN - THE BEST OF PORTUGAL promove o design português nos mais influentes circuitos internacionais. Com ênfase coletivo, visa lançar desafios de desenvolvimento, inovação, qualidade e design a empresas com pretensão de diferenciação internacional tendo em vista a reindustrialização baseada no design.

Os projetos de dinamização da marca ASSOCIATIVE DESIGN - THE BEST OF PORTUGAL, desenvolveram-se em torno de ações orientadas para os produtos de madeira para a Fileira Casa (construção e decoração) visando a competitividade colectiva:

- Propondo-se apoiar, em mercados diversificados e de elevado potencial, a promoção externa da imagem do País e a internacionalização das empresas do sector.
- Constituindo-se como o primeiro projeto nacional de funcionamento em rede, através da promoção de uma Marca coletiva para o design e o mobiliário nacionais que se traduz, simultaneamente, na promoção do sector e do País.

## **Síntese do projeto: Objetivos e resultados esperados**

**Objetivos:**

A ASSOCIATIVE DESIGN - THE BEST OF PORTUGAL pretende promover, através do presente projeto, a notoriedade internacional da inovação, design e tecnologia do mobiliário, decoração e materiais de construção decorativa portugueses nos segmentos de maior valor acrescentado.

Ser reconhecida como uma referência na promoção do Design Português pelo mundo fora, construir uma nova imagem para o sector, identificar oportunidades de negócio emergentes e realizar uma internacionalização bem-sucedida, são os principais propósitos que a marca ASSOCIATIVE DESIGN se propõe desenvolver.

Complementarmente, pretende induzir nas empresas processos de reflexão sobre os seus modelos de negócio, enquadrados pelas tendências internacionais de Design e pela observação dos mercados.

Mas mais do que promover a notoriedade e o reconhecimento internacional da imagem de Portugal enquanto fonte de bens e serviços sofisticados e inovadores, os objetivos que definem o âmbito das ações do ASSOCIATIVE DESIGN, privilegiam modelos e conteúdos que induzam resultados efetivos de mudança no seio industrial do setor, relativos:

1. À capacidade das empresas em se ENFOCAREM, tirando o máximo partido da sua atividade principal e rentabilizando as suas capacidades; em se EXPANDIREM, ampliando a sua atividade principal para novas áreas de negócio, mantendo as suas aptidões; ou em se REDEFINIREM, modificando a sua atividade principal para uma nova área de negócio.

2. À capacidade das empresas em planearem e desenvolvem ações que se sucedem e definem percursos de projeto, que privilegiam fases de CONCEÇÃO, em que as ideias são criadas, desenvolvidas e avaliadas, de DESENVOLVIMENTO, onde a ideia selecionada se define e se materializa num produto, de LANÇAMENTO, que introduz o produto no mercado, e de CONCRETIZAÇÃO, na qual se divulga e comercializa o produto, até ao fim do seu ciclo de vida.

3. À capacidade das empresas em desenvolverem e potenciarem ATIVOS e COMPETÊNCIAS únicas, sustentando e garantindo vantagens competitivas, que identificam e geram Ativos Estratégicos, que se distinguem da concorrência, e Competências Centrais, que identificam o que realizam singularmente bem.

4. À capacidade das empresas em desenvolverem produtos inovadores, através de processos de MUTAÇÃO e RECOMBINAÇÃO funcional, como principais fatores que potenciam o crescimento e diversidade nas empresas, orientados para a criação de novas soluções produtivas, favoráveis a novos contextos e produtos.

#### **Atividades:**

As atividades no projeto consistem na prospeção, conhecimento e acesso a novos mercados, em processos colaborativos de internacionalização, da partilha de conhecimento e capacitação para a internacionalização e na promoção internacional integrada da oferta nacional.

O projeto surge na continuidade do que termina em 2020 (projeto nº 37.670), tendo por objetivo ampliar e credibilizar continuamente as ações já realizadas e incluir novas ações que

com certeza terão impactos ainda mais positivos naquilo que já se está a fazer no âmbito da Associative Design e inclui as seguintes atividades:

## **1. CAPACITAÇÃO DAS EMPRESAS PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO**

Para assegurar a qualidade da estratégia de marketing a ser concretizada para a ASSOCIATIVE DESIGN, e garantir a sua sustentabilidade futura, através da definição de seus parâmetros de atuação perfeitamente balizados e enquadrados, serão atualizadas as ferramentas construídas em 2018/2019:

- Caderno de Tendências Internacionais de Design de Interiores;
- Análise de Tendências de Consumo e Mercado em 5 Regiões: Europa, Médio Oriente, América do Norte, América do Sul, Ásia.

Realizar-se-á um ciclo de três WORKSHOPS sobre estas atualizações, que permitirão às empresas o acesso e a troca de informação / experiência, fundamentais para a tomada de decisões.

O marketing digital é, cada vez mais, uma área essencial para as empresas atingirem os seus objetivos, particularmente no que respeita aos processos de internacionalização.

No sentido de fornecer às empresas da Fileira Casa, com especial ênfase nas empresas das indústrias da madeira e do mobiliário, uma ferramenta que lhes permita projetar uma campanha de marketing eficiente, será elaborado:

- Estudo sobre a APLICAÇÃO DO MARKETING DIGITAL À FILEIRA CASA.

Este instrumento possibilitará às empresas perceberem a sua performance digital, com orientações estratégicas para obter os melhores resultados online propondo-se a realização de um ciclo de 5 WORKSHOPS “A Aplicação do Marketing Digital à Fileira Casa”.

## **2. SISTEMAS DE ADMISSÃO À MARCA ASSOCIATIVE DESIGN**

Esta atividade compreende 2 subatividades interligadas entre si:

### **A) DESENVOLVIMENTO DE REFERENCIAL SELO DE DESIGN E INOVAÇÃO “ASSOCIATIVE DESIGN”**

A AIMMP pretende criar uma diferenciação das empresas a nível da organização, qualidade e design dos produtos e serviços prestados, através de um reconhecimento cuja credibilidade assenta no reconhecimento da AIMMP e no processo de avaliação da conformidade, por uma entidade certificadora, que comprova que o produto está conforme com exigências definidas através de normas ou especificações técnicas.

### **B) CONCURSOS PARA ATRIBUIÇÃO DE UTILIZAÇÃO DE SELOS AD**

O principal objetivo da atribuição dos Selos ASSOCIATIVE DESIGN é reconhecer, divulgar e promover boas práticas de empresas, marcas e/ou produtos portugueses no âmbito da Incorporação do Design, Observação do Mercado, Identificação de Tendências e

Reindustrialização, proporcionando a estas empresas, marcas e/ou produtos o benefício de uma campanha de promoção internacional de grande alcance (mais do que qualquer marca, por si só, seria capaz de conseguir em tão pouco tempo).

### **3 - ASSOCIATIVE DESIGN CHALLENGE 2021**

O AD CHALLENGE é a ação do projeto que mais orienta as empresas a criar e a melhorar a sua competitividade na Fileira de Madeira e do Mobiliário, permitindo o crescimento e valorização do setor. A intenção é despertar nos empresários a capacidade de desenvolverem por si mesmos processos de criação e gestão de Ativos e Competências, em que aliem a gestão do Design às suas próprias capacidades de produção e comercialização. Contribuindo assim para o despertar de modelos de negócio mais competitivos.

### **4 - CONCURSO DE DESIGN GUILHERME AWARD 2021**

O Concurso de Design Guilherme Award, é uma iniciativa que pretende estimular o surgimento de novos designers para a Fileira Casa, pelo que se destina exclusivamente a estudantes do ensino secundário artístico e estudantes do ensino superior da área do design. O objetivo é incentivar os futuros designers a criarem novos produtos destinados ao espaço casa. Basicamente procuram-se novos talentos que poderão constituir-se como uma mais valia para as PME da Fileira.

### **5 - CAMPANHA COLETIVA DE PROMOÇÃO DA MARCA ASSOCIATIVE DESIGN NOS MEDIA**

Presença na comunicação social da especialidade.

### **6 - MARKETING RELACIONAL E DE COMUNICAÇÃO**

Ações de marketing direto e relacional, relações públicas, eventos laterais de promoção do sector e de Portugal, associados aos principais certames internacionais.

### **7 - GESTÃO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

O mundo Web é um mundo incrivelmente global e participado. Está a mudar a forma de fazer negócio e a ampliar a mensagem das marcas. A gestão dos novos canais de comunicação deverá garantir a interação com o público alvo (o mundo digital ajuda a compreender o que o público procura), posicionamento e publicidade da Marca (credibilidade), relacionamento direto com os destinatários.

## **8 - EVENTOS DE PROJEÇÃO INTERNACIONAL DA MARCA E PRODUTOS ASSOCIATIVE DESIGN**

Com a marca ASSOCIATIVE DESIGN - THE BEST OF PORTUGAL, pretende-se levar a efeito um conjunto restrito de iniciativas de promoção e divulgação física dos produtos nacionais da Fileira Casa, que têm como objetivo central a presença próxima dos profissionais, influenciadores e consumidores internacionais, em eventos de referência dos circuitos do design, sob uma marca que simboliza e promove os produtos portugueses ao mais alto nível.

Os eventos selecionados dirigem-se públicos profissionais, mas também ao consumidor global, órgãos de comunicação social, bloggers, prescritores, opinion makers, etc., dado o objetivo central de promoção e comunicação internacional da oferta nacional coletiva para criar externalidades positivas nas iniciativas direcionadas às vendas/ exportações. Esta vertente é essencial à formação da decisão de compra / opção pelo design nacional no fim da cadeia de valor. Influenciar o decisor final (o consumidor) é cada vez mais fundamental dadas as alterações nos padrões de consumo que se verificam nas sociedades evoluídas: consumidores informados, que sabem o que querem e que procuram globalmente.

A mostra física dos produtos portugueses será levada a cabo em espaços multiproduto e multimarca, concebidos por curadores conhecedores dos mercados em causa (sempre que possível, naturais desses mercados).

A seleção dos eventos e mercados alvo obedece a critérios objetivos baseados em pesquisa, prospeção e consulta ao mercado.

## **9 - EVENTOS NACIONAIS DE DISSEMINAÇÃO**

Considera-se que a melhor forma de disseminação do projeto é recriar alguns dos seus principais momentos e outputs, em eventos de Design em que, além da replicação das mostras físicas consideradas para as semanas do Design de Milão, Paris, Londres, Nova Iorque, sejam apresentados os outputs das outras atividades do projeto, realizados workshops e seminários sobre a temática das tendências internacionais, sejam projetados os suportes digitais produzidos no âmbito das ações de Promoção e Marketing e sejam realizados seminários, sempre que possível com a presença de jornalistas internacionais, convidados a vir conhecer a oferta ASSOCIATIVE DESIGN in-loco.

Co-financiado:



UNIÃO EUROPEIA

Fundo Europeu de  
Desenvolvimento Regional