



Visita ao Sector Têxtil 4 e 5 de novembro 2015

C  **MPETE**
2020

Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

Programa

Dia 4 de Novembro:

09H00-10H30: Visita ao CITEVE e CENTI (Vila Nova de Famalicão) Reunião com a Direção da ATP, na ATP (Vila Nova de Famalicão)

10H30-11h30: Reunião com a Direção da ATP (Vila Nova de Famalicão, no mesmo edifício do Citeve)

11h45-13h15: Visita à SONIX (Barcelos)

13h15-14h45: Almoço (oferecido pela Riopele)

14h45-16h00: Visita à RIOPELE (Vila Nova de Famalicão)

16h15-17h45: Visita TMG Automotive (Guimarães)

Dia 5 de Novembro:

10h00-12h00: Visita à Impetus (Esposende)

12h30-14h00: Almoço (local a combinar, em Barcelos)

14h30-16h00: Visita à Flor da Moda (Ana Sousa), em Barcelos



A ATP - Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, foi constituída em Julho de 2003 e resultou da fusão de duas Associações Têxteis (APT - Associação Portuguesa dos Têxteis e do Vestuário e APIM (Associação Portuguesa das Indústrias de Malha e de Confecção). O projecto subjacente à ATP reside na ideia da criação de uma Associação única que represente todo o sector têxtil e vestuário português.

Os associados da ATP são empresas muito diversas em termos de estrutura e dimensão, que se dedicam às seguintes actividades: Fiação, Tecelagem, Tricotagem, Tinturaria, Estamparia e Acabamentos, Têxteis Lar, Confecção Malha, Confecção Não Malha, Passamanarias, Rendas e Bordados, Outros Produtos Têxteis, sendo a única no sector que representa toda a fileira têxtil.

Em 2007 a ATP muda de sede para o edifício do CITEVE, em Vila Nova de Famalicão, o que permite que a Associação se localize mais próxima da realidade industrial que representa e dos centros de competências, que o Centro Tecnológico alberga.

A ATP participa activamente nos organismos de cúpula nacionais e internacionais a que está ligada, nomeadamente a CIP- Confederação da Indústria Portuguesa e a Euratex, tendo em vista a defesa intransigente dos interesses da indústria nacional e do sector têxtil e do vestuário em particular.

A ATP é beneficiária das Ações Coletivas e apresentou uma candidatura aos Projetos Conjuntos na tipologia Internacionalização (COMPETE 2020).

No âmbito do COMPETE foi promotora de 9 projetos (Ações Coletivas, Projetos Internacionalização e SI ID&T Coletiva), correspondendo a cerca de 3 milhões de incentivo FEDER.



Instituição de referência nacional e europeia para a promoção da Inovação e Desenvolvimento Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário, o CITEVE - Centro Tecnológico das Indústrias Têxtil e do Vestuário de Portugal é uma entidade privada, de utilidade pública e sem fins lucrativos.

Em actividade desde 1989, tem como missão o apoio ao desenvolvimento das capacidades técnicas e tecnológicas das indústrias têxtil e do vestuário, através do fomento e da difusão da inovação, da promoção da melhoria da qualidade e do suporte instrumental à definição de políticas industriais para o sector.

Com instalações em Vila Nova de Famalicão e na Covilhã, e representações no Brasil e Tunísia, o CITEVE promove serviços tecnológicos de excelência em várias áreas de intervenção: Actividade Laboratorial; Consultoria & Desenvolvimento Tecnológico; I&D+I; Formação; Vigilância Tecnológica e Conhecimento; Certificação e Normalização de Produtos; Inteligência Moda.

Os Laboratórios do CITEVE dispõem das mais avançadas tecnologias e de recursos humanos altamente qualificados e estão acreditados pelo IPQ para mais de 446 ensaios, segundo cerca de 900 Normas, efectuando anualmente cerca de 150.000 ensaios. São também reconhecidos por vários grupos económicos nacionais e internacionais. Os laboratórios do CITEVE asseguram um vasto leque de análises e ensaios avançados de materiais e produtos, como sejam os ensaios físicos e químicos, medição do conforto e novas funcionalidades, comportamento ao fogo, substâncias tóxicas, microbiologia, geotêxteis e vestuário de protecção. Acrescem a estes os ensaios na área do Ambiente (águas limpas e para consumo humano, efluentes, solos, lamas e resíduos) e os serviços de calibração de equipamentos.

No domínio da consultoria e desenvolvimento tecnológico, o CITEVE está apetrechado com as mais avançadas tecnologias emergentes, onde se destacam a estamperia digital, hotmelt/laminagem, coating/revestimento, malhas tridimensionais, malha trama, tecnologia seamless e uma linha de união e consolidação de materiais por termocolagem e corte por laser. Este parque tecnológico de prototipagem tem associada uma equipa técnica especializada com competências em todos os sectores da fileira têxtil e do vestuário, bem como nas novas áreas de aplicação dos produtos de nova geração, essencialmente vocacionada para a demonstração/reengenharia e para a concepção e/ou optimização de produtos e processos.

Nas últimas duas décadas, o CITEVE participou em mais de uma centena de projectos nacionais e europeus de I&DI e de transferência de conhecimento e tecnologia. Estes projectos envolveram mais de duas centenas de empresas portuguesas e outras entidades, privilegiando-se sempre a aplicabilidade dos resultados e os ganhos de massa crítica.

Na perspectiva da eficiência colectiva e da cooperação estreita com outras áreas de saber, o CITEVE tem promovido a interacção com os mais diversos parceiros e agentes institucionais, Europeus e Nacionais, sempre numa lógica de elevada complementaridade. O envolvimento deste Centro Tecnológico na área de investigação aplicada e transferência de tecnologia é também reforçado e potenciado através da sua participação activa em várias redes de excelência, de âmbito Nacional e Europeu como: European Technology Platform for the Future of Textile & Clothing, Textranet - European Network of Textile Research Organizations, Pólo de Competitividade da Moda, Health Cluster Portugal, Fórum Manufature Portugal, Associação Internacional Oeko-Tex®, entre outras.

Ainda que a prioridade seja a transferência de tecnologias e conhecimento para a ITV nacional, merecem destaque os mais de 25 direitos de propriedade industrial/intelectual (entre patentes, marcas e design) detidos pelo Centro Tecnológico ou já transferidos para o mercado, bem como o considerável número de artigos científicos e técnicos editados em publicações de referência.

No que diz respeito à Criação de Moda e Design, o CITEVE, através da sua equipa e recursos próprios e da sua rede colaboradores externos, nomeadamente para as actividades de vigilância de moda e mercados, capta o pulsar das evoluções dos consumidores e dos centros mundiais de influência nas respectivas directrizes e transforma-os em inteligência moda que coloca ao dispor da ITV nacional. O desenvolvimento e apresentação antecipada de tendências de moda por especialidade e mercado em ambientes de colecção para cada estação, complementando-se numa lógica integrada com serviços de consultoria em concepção, desenvolvimento e gestão de produto de apoio à actividade das empresas, integram o portfólio de actividades do CITEVE neste domínio.

No âmbito da Formação Profissional, o CITEVE promove uma série de actividades/cursos que visam contribuir para a contínua adaptação das empresas do sector às mutações tecnológicas e à evolução do próprio mercado, tendo sempre em vista a Valorização dos Recursos Humanos do sector. Este pilar da actividade desenvolve-se essencialmente em quatro eixos de intervenção: Qualificação Inicial (Cursos de Especialização Tecnológica), Qualificação de Activos (Centro Novas Oportunidades, Formações Modulares Certificadas e Cursos de Educação e Formação de Adultos) Gestão e Aperfeiçoamento Profissional (Formação à medida nas próprias empresas e Programas de Formação-Acção) e Valorização de Quadros Superiores (Top Training e Cursos de Formação Avançada).

Acrescem a estas as actividades desenvolvidas para a sensibilização de jovens para a indústria, de responsabilidade social (em parceria com a Microsoft), de concepção de recursos didácticos e conteúdos programáticos, de e-Learning, e os serviços de diagnóstico e avaliação de projectos formativos.

O CITEVE desempenha ainda um papel importante na definição, difusão e apoio na implementação, de políticas públicas orientadas às necessidades do sector, através de uma cooperação e colaboração estreita quer com as diferentes Associações Empresariais da ITV, quer com os mais variados organismos tutelados pelo Ministério da Economia e Inovação. Dentro da mesma lógica, o CITEVE colabora regularmente com diversos serviços da Comissão Europeia, seja ao nível da DG Enterprise & Industry, seja ao nível da DG Research.

No âmbito do COMPETE 2020, o CENTI pode ser entidade promotora ou co-promotora em projetos de Ciência e SI ID&T, enquanto centro de I&DI e nas Ações Coletivas.

No COMPETE, foi promotor e co-promotor de 28 projetos (Ações Colectivas, SI ID&T em co-promoção), correspondendo a um total de incentivo FEDER de cerca de 4,2 milhões de euros.



Centre for Nanotechnology
and Smart Materials

O CeNTI - Centro de Nanotecnologia e Materiais Técnicos, Funcionais e Inteligentes é um instituto de investigação privado, sem fins lucrativos e entidade do sistema científico e tecnológico nacional. Foi fundado em 2006 pelas seguintes entidades: CITEVE, Universidade do Minho, Universidade do Porto, Universidade de Aveiro e CTIC e no final de 2011 estendeu a sua estrutura associativa ao CEIIA.

A missão do CeNTI é desenvolver e disponibilizar competências e tecnologias nas áreas da nanotecnologia aplicada e dos materiais avançados para servir as empresas industriais no desenvolvimento tecnológico e na prototipagem de novos materiais e produtos.

O CeNTI é um centro de I&D+I de nível Internacional, com sede em Portugal, equipado com tecnologia de ponta, dotado de uma equipa de profissionais altamente qualificados e de um quadro amplo de relações de parceria com relevantes atores ao nível global. Foca-se no estudo, desenvolvimento, prototipagem e co-produção piloto de soluções inovadoras baseadas em nanotecnologia: funcionalização de superfícies e materiais inteligentes, incorporação de electrónica convencional e electrónica impressa (OPVs, OLEDs, etc.) em materiais e produtos, nomeadamente através de técnicas avançadas de impressão de electrónica e fibras multicomponente às escalas micro e nano.

O CeNTI foca-se essencialmente na prestação de serviços de I&DT a empresas, numa base perfeitamente competitiva e sob contrato. No entanto, assume-se também como importante actor na atracção de financiamento de actividades de I&DT, quer para permitir a sua evolução pré-competitiva com risco controlado, quer para facilitar o acesso a tais incentivos pelas empresas.

Um dos eixos fundamentais de desenvolvimento do CeNTI, e concomitantemente das suas competências, relaciona-se directamente com a sua capacidade de envolvimento em projectos de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico, financiados por programas extremamente competitivos a nível nacional e internacional. O CeNTI contabiliza até ao momento resultados excelentes na aprovação das suas candidaturas a tais programas, assumindo-se assim como um actor extremamente importante no envolvimento de empresas portuguesas em projectos internacionais e de conquista de incentivos à I&DT que de outra forma não viriam para Portugal.

No âmbito do COMPETE 2020, o CeNTI pode ser entidade promotora ou co-promotora em projetos de Ciência e SI ID&T, enquanto centro de I&DI.



No COMPETE, foi promotor e co-promotor de 26 projetos (Ações Colectivas, Ciência e ID&T em co-promoção), correspondendo a um total de incentivo FEDER de cerca de 5 milhões de euros.



Empresa: Malhas Sonix, S.A.

A SONIX é uma empresa com mais de 40 anos de história cuja atividade principal está relacionada com a tinturaria e confeção de coleções a feitio para empresas internacionais.

Em Março de 2007 a empresa é vendida e mudam os órgãos sociais. A SONIX passou então a integrar o grupo DiasTextil e ModelMalhas. Com esta parceria assistiu-se ao crescimento da SONIX e desde então, com o foco na prestação de serviços de tinturaria e de confeção e na produção de malhas tingidas.

Atualmente, do total de serviços prestados, 97% correspondem a serviços de tinturaria e acabamento de malhas. Os restantes serviços são residuais sendo que desses os mais representativos são serviços de lavagem, seguidos de serviços de laboratório.

Os serviços correspondem a cerca de 25% do total de volume de negócios da empresa sendo os restantes 75% provenientes da venda de produtos intermédios e produtos acabados (malhas tingidas e artigos da marca SONIX).

Projeto n.º. 36097 | SI Inovação (Produtiva)

Designação do projeto: Aumento de competitividade e internacionalização da marca

Investimento Elegível: 2.325.387,00

Incentivo: 1.278.962,85

Este plano de investimento visa a modernização da secção de tinturaria da SONIX, o aumento de capacidade instalada, a introdução de medidas de eficiência energética diversas com vista à redução de consumos energéticos, introdução de medidas para redução de consumos de água, aposta em marca própria com fatores de competitividade inovadores a nível mundial, informatização da empresa e outros investimentos transversais para aumento de produtividade e competitividade.

Como resultado das melhorias esperadas a empresa espera reunir condições para aumentar a sua visibilidade internacional e o respetivo volume de negócios total pelo que prevê também importantes investimentos na área de internacionalização.



Empresa: **RIOPELE - TÊXTEIS, SA**

De pequena empresa familiar, a Riopelle evoluiu para uma organização em grande escala, integrando verticalmente as áreas da fiação, da tecelagem, da tinturaria e dos acabamentos. Hoje, constitui uma das empresas portuguesas de referência no sector têxtil e uma das grandes exportadoras nacionais. A Riopelle opera em todo o mundo através de uma vasta rede de agentes que lhe permite exportar cerca de 98% da sua produção de tecidos de moda para vestuário.

Os principais mercados da empresa são os Estados Unidos da América, a Alemanha, a Espanha, a Itália, a França e a Grã-Bretanha.

Projeto n.º. 2910 | SI Inovação

Designação do projeto: **Investimento em áreas chave da empresa**

Investimento Elegível: € 24.890.937,00

Incentivo: € 8.049.876,17

Cada vez mais a aposta da empresa é no desenvolvimento de novos produtos com o intuito de estar no comboio da frente em relação aos mercados e aos concorrentes.

Ao implementarmos estas novas famílias de produtos vamos incorporar novas tecnologias e novos sistemas de planeamento e gestão de processos permitindo ganhar em eficiência, rapidez, flexibilidade e conseqüentemente ganhos significativos ao nível dos custos de processo. Por outro lado o valor acrescentado destes produtos e serviços contribui positivamente para o aumento das margens de comercialização. Estes ganhos referidos anteriormente, resultam por um lado do aumento das vendas de produtos e por outro com a eficiência dos novos processos implementados.

Reorganizar e otimizar o processo de investigação, controlo de gestão, logística etc. de forma a tornar os nossos serviços mais competitivos (com redução dos custos unitários de processo) ao mesmo tempo que a capacidade de inovar cresce, permitindo economias de escala.

Aspetos estes fundamentais quando se promove e desenvolve uma unidade de negócio vocacionada para exportação.

O projeto delineado pela Riopelle assenta em 5 vertentes fundamentais:

1. Investigação e desenvolvimento de novos produtos e novas áreas de negócio;
2. Energias renováveis com o recurso a cogeração, mini-hídricas, biomassa e sistemas de poupança energética;
3. Área ambiental;
4. Internacionalização;
5. Formação profissional (projeto autónomo).

Projeto n.º. 24819 | SI I&DT

Designação do projeto: [NANOSMART - Desenvolvimento de estruturas têxteis inteligentes e revestimentos funcionais à escala nanométrica, para proporcionar tecidos com baixa eletricidade estática, fácil limpeza e elevada solidez da cor](#)

Investimento Elegível: € 711.158,51

Incentivo: € 388.020,73

O projeto NANOSMART pretende ir ao encontro dos objetivos da RIOPELE de aumentar a sua quota de mercado, ao desenvolver produtos diferenciadores, ecológicos e de elevada qualidade, com base na modificação processual que permitirá a produção de tecidos funcionais com melhor performance para o utilizador.

Assim, o cliente final terá garantias ímpares na utilização do vestuário da RIOPELE, de que a sua durabilidade, solidez e desempenho são mantidos, mesmo após diversas lavagens. Por outro lado, ao incorporar as funcionalidades de fácil limpeza e baixa eletricidade estática, garantirá menores cuidados na sua manutenção. Paralelamente, os processos de fabrico são alvo de importantes reduções no consumo de água e geração de efluentes, tornando-se mais sustentáveis, fazendo a diferença junto dos seus clientes e concorrentes.

É neste contexto que surge o NANOSMART, que pretende desenvolver novos tecidos funcionais e estruturas têxteis inteligentes, cujos principais objetivos consistem nos seguintes:

1-Criação de produtos de moda, pela utilização de estruturas têxteis inteligentes integradas nos acessórios aliados à marca de moda masculina.

2-Tecidos funcionais inovadores, com elevada qualidade e desempenho, com incorporação de funcionalidades de fácil limpeza e baixa eletricidade estática e solidez dos tintos. Pretende-se ainda alterar o processo de coloração dos tecidos, recorrendo a materiais nanoestruturados com cor.

3-Processos sustentáveis de produção dos tecidos funcionais, pelo recurso a tecnologias inovadoras de funcionalização, como o recurso a materiais nanoestruturados que promoverão

as funcionalidades, bem como tecnologias de deposição destes materiais inovadores, como a pulverização ultrasónica, que permite processos 100% sólidos ou seja, processos sem geração de efluentes, com consumos de água e energia cerca de 80% inferiores aos convencionais e com a manutenção das propriedades de toque originais do artigo têxtil.



Empresa: [TMG-Tecidos Plastificados e Outros Revestimentos para a Indústria Automóvel, S.A.](#)

A TMG Automotive é uma indústria de tecidos plastificados e outros revestimentos para a indústria automóvel.

Produz materiais seguros, que respeitam o ambiente e seguem as tendências do setor.

Os principais produtos comercializados pela empresa são: tecidos plastificados para a indústria automóvel e confeção de artigos têxteis, exceto vestuário. 97,5% da produção da Empresa destina-se à indústria automóvel, utilizando como matérias-primas base o TPO, PVC e Poliuretano. Os produtos fabricados aplicam-se em diferentes áreas do interior do automóvel, sendo as mais significativas: painéis de portas, painéis de instrumentos, assentos e colunas de direção. O resto da produção destina-se às indústrias de vestuário, marroquinaria, calçado e decoração/mobiliário.

Projeto n.º. 5280 | SI I&DT

Designação do projeto: [Desenvolvimento de material em PUR com substrato não coagulado para várias aplicações](#)

Investimento Elegível: € 638.848,26

Incentivo: € 273.861,06

Desenvolvimento de material em PUR com substrato não coagulado para várias OEM'S /aplicações.

Tratando-se da criação e posterior alargamento de uma nova plataforma em poliuretano, por via de diferentes aplicações e/ou OEM's (clientes), tendo como objetivo base um conceito inovador, onde se pretende um material não-coagulado gravável por cilindro, garantindo o acompanhamento estético de cada cliente, e a própria sobrevivência da tecnologia em poliuretano na TMG para o ramo automóvel.

Este projeto enquadra na estratégia da empresa que tem larga experiência na produção de materiais em poliuretano para a indústria automóvel, tratando-se de uma plataforma inovadora que engloba a tecnologia existente em PUR, num novo conceito de produto, mas também de processo. A equipa que o acompanhará está dotada de uma vasta experiência

quer ao nível químico fundamental, quer prático laboratorial, como produtivo à escala industrial. De onde a eficiência e eficácia do projeto previstas são muito elevadas, uma vez que apesar de novo, existe um grande suporte técnico e tecnológico.

Pretende-se que a empresa se torne mais competitiva, alargando a sua paleta de materiais de forma a conseguir concorrer com materiais mais nobres existentes atualmente no mercado, nomeadamente a pele. O mercado dominante é a indústria automóvel no âmbito internacional, focalizado principalmente na Europa.

Projeto n.º 13848 | PT 21 - POWERED TEXTILES SÉCULO 21 - PROJECTO MOBILIZADOR

Investimento Elegível: 7.139.608,26

Incentivo: 5.000.000,00

Enquadramento: Estratégia de Eficiência Colectiva (EEC) Pólo de Competitividade da Moda

Objetivo: Implementar iniciativas de I&D de forte carácter coletivo e elevado efeito indutor e demonstrador, com o envolvimento de empresas da fileira Têxtil e Vestuário e de outros sectores da economia complementares.

Síntese do promotor líder: TMG - Tecidos Plastificados e Outros Revestimentos para Indústria Automóvel, SA.

Síntese

O projeto tem como objetivos englobar um conjunto de iniciativas de I&D de forte carácter coletivo e elevado efeito indutor e demonstrador, com o envolvimento central de empresas da fileira Têxtil e Vestuário, mas também de outros sectores da economia complementares.

O projeto tem como promotor líder a TMG Automotive, sob a coordenação técnica do CITEVE, e estrutura-se em torno de sete PPS (Produtos, Processos ou Serviços) técnicos que visam o desenvolvimento de soluções inovadoras em diferentes áreas.

Atividades | Produtos, Processos ou Serviços

PPS 1 : AUTO SOLUTIONS - Desenvolvimento de têxteis técnicos para o interior automóvel de acordo com três eixos:

- novas tecnologias de couro artificial ("Artificial Like Leather"), sensorização e electrónica impressa em têxteis técnicos ("Printed Electronics e Sensorização") e headliner multifuncional e leve ("Innovative Headliner").

PPS 2 : CLEANING- Funcionalização de fios e tecidos têxteis através de técnicas sustentáveis e valorizadoras do artigo final, bem como o desenvolvimento de um equipamento inovador de auto-limpeza de artigos têxteis.

PPS 3 : HIGHTECH FASHION - Concepção e desenvolvimento de tecidos finos bi-elásticos e desenvolvimento de tecidos para acessórios moda, de acordo com as tendências de moda e consumo, seguindo, quer conceitos estéticos, quer conceitos funcionais

PPS 4 : VESTUÁRIO FUNCIONAL - Desenvolvimento de vestuário técnico e funcional através do desenvolvimento de têxteis técnicos (fios, tecidos, malhas, estruturas multicamadas e processos de ultimação) que se irão aplicar em vestuário para 2 áreas: protecção ao fogo (Bombeiros) e desportos ao ar livre (Golfe). É ainda objectivo desenvolver o processo de integração de "wearables", incrementando os níveis de protecção e conforto para o utilizador final, nomeadamente através da integração de sensores para monitorização e alerta dos níveis da temperatura e monóxido de carbono, sistemas de comunicação sem ocupação das mãos, sistemas de aquecimento e refrigeração.

PPS 5: ICT FOR BUSINESS - Desenvolvimento do conceito loja do futuro pela via do desenvolvimento e da aplicação inovadora de múltiplas ferramentas e soluções no âmbito das TICE.

Os resultados estão patentes no espaço LIVING SMART SHOP que disponibiliza todos os conceitos, experiências e tecnologias desenvolvidas no projeto e que serve de validação em contexto real e de demonstração dos vários desenvolvimentos, entre eles:

- Montra interativa para motivar a entrada do cliente na loja;
- Prateleiras inteligentes que disponibilizam informação adicional sobre os produtos expostos na loja;
- Cabine de prova inteligente, com uma assistente virtual e dotada de "espelho mágico" que permite a simulação de prova de vestuário além de outras funcionalidades que motivam o cliente para a compra;
- Indicadores de negócio que permitirão a tomada de decisão na definição das novas coleções, na animação de loja, na programação de novas campanhas de comunicação ou na avaliação da performance de gamas específicas de produtos.

Este espaço permite promover a vivência da experiência na loja do futuro e ainda a comunicação do portfólio de novos serviços a assegurar pelos parceiros do projeto de forma concertada, numa lógica de apoio à implementação do conceito LOJA DO FUTURO aos potenciais clientes interessados.

Links para notícias no site do COMPETE:

- [PT21 - Power Textile Sec XXI: Conheça resultados no âmbito do PPS 5 - ICT4 business do projeto mobilizador apoiado pelo COMPETE](#)
- [PT 21 - Powered Textiles Século 21](#)

PPS 6: MEDICAL DEVICES - Desenvolvimento de uma linha de produtos de protecção osteológica e dermatológica que suportem a melhoria da qualidade de vida e o bem-estar, particularmente aplicados à população idosa e com necessidades especiais.

Ao nível das soluções para protecção osteológica, a parceria procurou garantir avanços significativos de soluções que diminuam a força de impacto proveniente de quedas ou colisões em zonas corporais críticas, mas que não provoquem qualquer tipo de restrições de movimento, (e.g. tipo segunda pele).

Para a concretização e demonstração do conceito, o projeto centrou-se em 5 objetivos:

- Investigar e desenvolver soluções têxteis vestíveis com base em têxteis inteligentes;
- Estudar as zonas osteológicas e articulares críticas;
- Desenvolver metodologias de avaliação de impacto e conforto;
- Desenvolver produtos vestíveis para diminuir a força de impacto em caso de queda, através da protecção de zonas osteológicas e articulares críticas;
- Conexão de um sistema ambulatorio de monitorização sem fios, não invasivo, como add-ons para recolha de informação física e ambiental.

PPS 7 : HABITAT - Desenvolvimento de têxteis técnicos para os sectores do Habitat (mobiliário e têxtil), ou seja, pretende-se desenvolver uma solução compósita que agregue os materiais de madeira, têxtil e uma resina especificamente formulada para o efeito, bem como, materiais decorativos através da incorporação de fibra óptica e outros elementos luminosos como leds.

PPS 8 : GESTÃO E DISSEMINAÇÃO

IMPETUS

Empresa: [Impetus Portugal Texteis SA](#)

A Impetus Portugal - Têxteis, SA, iniciou a sua atividade no sector têxtil (Underwear para homem e senhora) em Dezembro de 1973, com apenas seis pessoas. Hoje em dia, com 12 empresas e aproximadamente 700 trabalhadores (as) o grupo alcança uma produção anual de 15.000.000 artigos. O nível tecnológico, a capacidade organizativa e logística, assim como o know-how adquirido ao longo de quatro décadas de atividade, posicionam a empresa na vanguarda da indústria de moda de roupa interior a nível europeu.

O grupo está especializado em Corte&Costura e artigos sem costuras (seamless), proporcionando aos seus clientes um excelente serviço, desde o desenvolvimento, IDT, produção e distribuição. Toda a produção é exportada para mercados como Europa, Canadá, Estados Unidos, Austrália, China, México e Japão.

Atualmente a IMPETUS produz em private label para marcas internacionais, como a Guess e a Tommy Hilfiger, e distribui produtos com a sua marca homónima para mais de 35 mercados.

Projeto n.º. 1421 | SI I&DT

Designação do projeto: [IMPETUS PROTECH - DESENVOLVIMENTO DE UM PORTFÓLIO DE ARTIGOS MULTIFUNCIONAIS PERSONALIZADOS PARA A ÁREA DA PROTECÇÃO](#)

Investimento Elegível: € 533.762,46

Incentivo: € 218.105,05

O presente projeto visou o desenvolvimento de um portfólio de diversos produtos multifuncionais e personalizados para aplicação na área da proteção. A tecnologia de produção têxtil de malhas de trama foi utilizada na produção de vários artigos de proteção adequados às necessidades específicas de diferentes situações de risco. Dependendo do tipo de aplicação e das situações de risco, foram utilizadas várias funcionalidades a integrar nos artigos de proteção, tais como, proteção contra o frio extremo, proteção eletrostática, proteção contra o choque e proteção contra o derramamento de líquidos. Assim, estas funcionalidades foram implementadas no portfólio de produtos desenvolvido, utilizando para isso diferentes tipos de fibras funcionais e recorrendo a diferentes tipos de estruturas.

Projeto n.º. 17349 | SI Inovação (Produtiva)

Designação do projeto: **ProtechDRY um estímulo à Inovação**

Investimento Elegível: € 3.638.036,77

Incentivo: € 1.145.083,36

O projeto de investimento, visa a aquisição de equipamentos produtivos que irão introduzir produtos/serviços inovadores: uma linha de produção para o ProtechDRY, uma peça de vestuário interior masculino para pequenas perdas de urina (incontinência ligeira) em malha multifuncional, proporcionando conforto, segurança e bem-estar, resultado de um projeto de investigação e desenvolvimento tecnológico promovido pela IMPETUS em parceria com o Departamento de Engenharia Têxtil da Universidade do Minho.

Neste contexto, o presente projeto visa a fabricação de um portfólio de produtos multifuncionais e personalizados para aplicação na área da proteção. A tecnologia de produção têxtil de malhas de trama será utilizada na produção de vários artigos de proteção adequados às necessidades específicas de diferentes situações de risco. Dependendo do tipo de aplicação e das situações de risco associadas, serão utilizados materiais que incorporam as funcionalidades a integrar nos artigos de proteção, tais como, proteção contra o calor e a chama, proteção contra o corte e a perfuração e proteção contra microorganismos. Assim, estas funcionalidades serão implementadas no portfólio a produzir utilizando para isso diferentes tipos de fibras funcionais e recorrendo a estruturas específicas, com especial enfoque nas estruturas multicamada e patchwork.

Pretende-se abranger as seguintes sub-áreas:

- Proteção contra microorganismos (evitar infeções, irritações cutâneas, micoses, entre outras);
- Proteção de radiação UV: individualizada e para grupos de profissionais como, polícia, carteiros, desportistas outdoor, profissionais da construção civil, militar, etc;
- Proteção térmica (calor e frio): individualizada e para grupos de profissionais como, polícia, carteiros, desportistas outdoor, profissionais da construção civil, militares etc;
- Proteção mecânica: contra o corte, rasgo, impacto e perfuração.

Projeto n.º. 30324 | SI I&DT

Designação do projeto: **ProtechDry SMART: Vestuário interior inteligente para incontinentes**

Investimento Elegível: € 504.872,29

Incentivo: € 237.058,11

A IMPETUS pretende com o presente projeto, continuar a criar e desenvolver novos conhecimentos, com vista ao aumento da sua competitividade, promovendo e intensificando, por um lado, a articulação com entidades do SCT, como é o caso da Tecminho, Interface da Universidade do Minho e por outro lado, reforçar a sua capacidade competitiva no acesso aos mercados externos.

A estratégia definida pela Impetus contempla o desenvolvimento de novos produtos inovadores para o mercado da incontinência, com vista à criação de uma gama de produtos neste domínio, que permita consolidar a sua posição no mercado das soluções reutilizáveis para a incontinência.

A Impetus lançou o desafio ao Grupo de Investigação em Materiais Fibrosos (FMRG - Fibrous Materials Research Group) da Escola de Engenharia da Universidade do Minho para delinear um projeto de inovação.

O primeiro resultado visível desta parceria já está à venda nas farmácias e parafarmácias, e através da Internet. Trata-se do Protech Dry, roupa interior para homem e mulher que pode ser usada em situações de perda de urina ligeira e moderada.

Criou-se um grupo de trabalho que, durante dois anos, se dedicou a criar uma estrutura fibrosa multifuncional inovadora, confortável, capaz de neutralizar o odor e com boa capacidade de absorção. A estrutura com três camadas está a ser alvo de um processo de registo de patente e faz parte de uma peça de vestuário interior comum, não deixando transparecer a sua utilização.

O produto foi testado não só em laboratório, mas também por 30 doentes do Instituto Português de Oncologia que sofriam de pequenas perdas de urina e eram utilizadores regulares de pensos. Cada um recebeu dois exemplares do Protech Dry e os resultados foram animadores. Revelaram uma satisfação de 100% no conforto, absorção e desempenho, mesmo após repetidas lavagens. O contacto com pacientes sofrendo desta patologia deixou transparecer o forte carácter emocional ligado a este problema, com impacto significativo na sua auto-estima. Depois de testado e aprovado, o produto foi certificado pelo Infarmed como dispositivo médico (classe I).

Depois de uma primeira fase de comercialização apenas em Portugal, o Protech Dry vai ser posto à venda em Espanha e França, seguindo-se países como os Estados Unidos, Brasil e alguns países árabes.



Empresa: [Flor da Moda - Confeções, S.A.](#)

Constituída a 12 de Maio de 1981, iniciou a sua actividade como uma pequena unidade familiar de confecção, vocacionada essencialmente para a produção de vestuário de homem e senhora.

Inicialmente, elegeu como mercado as zonas limítrofes da sua área de implantação. Em pouco tempo, o mercado foi-se expandido e os alvos da produção foram-se alargando.

A rápida expansão resultou do grau de especialização que a empresa tentou incutir na produção de vestuário feminino e da forte aposta na implementação de meios tecnológicos ao serviço dos trabalhadores, potenciando os índices de produtividade.

Outro factor decisivo foi o recrutamento de recursos humanos especializados, bem como a criação de um departamento de design, estilismo e modelismo que identificasse, a cada estação, as tendências mais marcantes a nível nacional e internacional.

Em 1991, tendo por objetivo uma redução significativa do espaço de tempo entre a produção e a distribuição dos artigos para os diferentes mercados, a empresa abandona a produção de vestuário masculino e dedica-se exclusivamente ao feminino.

A empresa especializa-se em soluções diversificadas para todo o tipo de situações, desde a mais descontraída ou casual wear até à mais marcante ou glamourosa/chique.

A dinâmica comercial, aliada à permanente aposta na qualidade das matérias-primas e à pesquisa constante das mais recentes inovações ao nível do design, da modelagem, do corte, e das técnicas empregues na costura, revelou-se como um dos fatores-chave do crescimento, posicionando a empresa como uma das melhores empresas do sector na Região Norte de Portugal.

Com a criação da marca ANA SOUSA, a empresa desenvolveu linhas de vestuário e especializou-se em artigos diferenciados, quer ao nível dos estampados quer dos acessórios e tecidos.

A partir de 1998 a empresa direccionou-se para um segmento de mercado mais largo porque a empresa apurou que iria ficar com excesso de produção e, neste sentido, criaram um circuito de distribuição próprio e apostaram no mercado espanhol.

O objetivo estratégico sempre presente ao longo do processo de desenvolvimento da empresa traduz-se na sua afirmação como uma empresa vertical de produtos de moda baseada no conceito de etiqueta própria. Subsidiariamente a empresa opera também no segmento da etiqueta privada, especialmente a nível de exportação.

Projeto n.º 016445 | Internacionalização gradual e sustentável, baseada na selecção criteriosa de mercados-alvo, na adaptação correspondente da estrutura organizacional interna e na reunião dos recursos próprios (humanos e técnicos) necessários

Investimento Elegível: 659.652,00

Incentivo: 314.819,85

Enquadramento: Estratégia de Eficiência Colectiva (EEC) Pólo de Competitividade da Moda

Objetivo: Apoiar a expansão e a notoriedade internacional da marca ANA SOUSA.

Síntese

O projeto, essencialmente baseado na exploração da marca ANA SOUSA, visa contribuir para a promoção internacional da imagem da marca associada a uma oferta de excelência ao nível da criação e da produção de moda. A sua oferta é composta, para além de artigos de vestuário, por acessórios de moda, adquiridos em Portugal e no mercado internacional.

Em síntese, pretende-se desenvolver uma marca nacional, utilizando essencialmente recursos nacionais, contribuindo para um maior controlo sobre a sua própria cadeia de valor, o que responde diretamente às orientações estratégicas definidas para o cluster da moda.

Atividades

- a) Internacionalização: concepção e elaboração de catálogos em língua inglesa, publicidade em revistas internacionais e viagens de prospecção aos mercados prioritários. Admissão de efectivo para Departamento Internacional a criar.
- b) Organização e gestão e TIC: Aquisição de ferramenta colaborativa para a construção virtual de lojas/pontos de venda; Programa de análise de negócio (business intelligence) Qlikview; Aquisição de servidor individual.
- c) Economia digital: criação de loja outlet na Web, no conceito B2C. Admissão de efectivo para gestão da loja virtual e da presença da empresa nas redes sociais.

Artigos publicados no site e Newsletter (a 13.02.2012):

- [Quando o mercado é pequeno, o que fazer?](#)

Para muitas PME a resposta é esta: apostar na internacionalização para crescer. É o caso da Flor da Moda, empresa que detém a marca ANA SOUSA.

Projeto n.º 26892 | **Inovação produtiva como fator de estímulo da orientação da empresa para os mercados internacionais**

Investimento Elegível: 371.353,39

Incentivo: 204.244,36

Enquadramento: Estratégia de Eficiência Colectiva (EEC) Pólo de Competitividade da Moda

Objetivo: Estimular a promoção internacional da marca ANA SOUSA e assim contribuir para projetar uma imagem de excelência da oferta nacional, ao nível da criação e da produção de moda.

Síntese

O projeto visa prosseguir a estratégia de expansão internacional da marca ANA SOUSA, identificando como prioridades: reforço da intervenção nos domínios do marketing e comunicação, aposta na diversificação e valorização da sua oferta através do desenvolvimento de produtos inovadores. Foi necessário adquirir e incorporar novas tecnologias, propriedade industrial e reforçar presença na economia digital.

Atividades

- Produção de novos bens e serviços ou melhorias significativas da produção: desenvolvimento de novos produtos, nomeadamente pela extensão do conceito 'slim line' a novos modelos e pela introdução de melhorias significativas no processo produtivo, e pedido de registo de patente das calças 'ANA SOUSA slim line';

- Adoção de novos, ou melhorados, processos ou métodos de fabrico, de logística e distribuição, bem como métodos organizacionais ou de marketing, com a aquisição de tecnologia atualizada em domínios críticos do processo de fabrico, e com um maior enfoque na gestão da informação e no marketing e comunicação como elementos centrais para a expansão internacional (e sustentada) do negócio.

Esta aposta no reforço das competências internas, orientadas para os produtos, os processos, a gestão da informação e a comunicação, deverá apoiar a estratégia de expansão do negócio internacional da Flor da Moda, com o reforço da sua implantação em determinados mercados e também com a entrada em novos mercados. Para o efeito, encontra-se em execução um plano de internacionalização, o qual compreende, essencialmente, ações de prospeção nos mercados atuais e em novos mercados, publicidade em revistas internacionais e em rádios locais, admissão de quadros técnicos para as áreas internacional e da economia digital, investimentos no B2B para assegurar a uniformidade de conceitos nos pontos de venda, conceção e elaboração de catálogos, entre outros.

Projeto n.º 035414 | **Reforço da competitividade através do crescimento forte e sustentado da atividade internacional**

Investimento Elegível: 656.732,18

Incentivo: 288.122,87

Objetivo: A Flor da Moda pretende afirmar-se gradualmente como um 'player' no mercado mundial da moda. Neste contexto, a projeção internacional da marca ANA SOUSA é o objetivo maior.

Síntese

Pretende-se alargar a base de exportação a novos mercados com reconhecido potencial de crescimento (Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, Itália, Médio Oriente, México, Panamá, Reino Unido e Venezuela), aprofundar a presença nos principais mercados-alvo internacionais onde já opera (África do Sul, Alemanha, Angola, Espanha, EUA, França, Federação Russa, Holanda, Luxemburgo, Moçambique e Suíça), e consagrar a marca ANA SOUSA como uma marca de referência nos circuitos internacionais da moda.

Atividades

- ações de prospeção,
- presença em feiras internacionais,
- conceção e elaboração de catálogos,
- ações de promoção e marketing internacional
- registo da marca em mercados onde não se encontra registada
- outras iniciativas e ações orientadas para o reforço dos seus recursos e competências próprias (contratação de quadros técnicos para a área internacional; o desenvolvimento de infraestruturas de suporte à melhor inserção da empresa na economia digital).



Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Operational Programme for Competitiveness and Internationalisation

