Swear regressa pelas mãos de Augustus

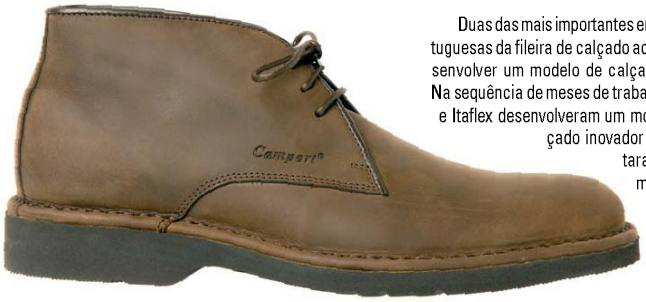
O prestigiado estilista Augustus acaba de relançar a marcar Swear. Aquela que já foi uma das mais badaladas marcas portuguesas de calçado, criada em 1994 e se notabilizou com o filme "Guerra das Estrelas" está assim de regresso e promete voltar a causar sensação.

A primeira colecção Swear by Augustus, que é composta por 12 modelos de homem e 24 de mulher e estará disponível nas lojas a partir de Março, a um preço na ordem dos 60 euros, parece ser agora bem menos arrojada e aposta em características como a leveza e o conforto. Augustus promete, no entanto, voltar a surpreender. O criador explicou mesmo, em contactos com a comunicação social, que os modelos *"Cairo e Dakar têm um design cativante, «avant garde», do gosto de Cristiano Ronaldo"*, que gostaria mesmo de calçar. *"Não é para qualquer homem português. É um sapato bonito, leve e confortável que fica bem a um jovem que se preocupa com a moda"*.



Depois de ter sido notícia nos anos noventa por serem a marca de preferência de bandas musicais de renome internacional como Spice Girls, Radiohead ou No Doubt, a Swear parece estar, assim, de regresso ao activo.

Camport e Itaflex desenvolvem calçado ultraleve



Duas das mais importantes empresas portuguesas da fileira de calçado acabam de desenvolver um modelo de calçado ultraleve. Na sequência de meses de trabalho, Camport e Itaflex desenvolveram um modelo de calçado inovador ao apresentaram, à escala mundial, o primeiro sapato – com a designação Camport Superlight - que é simultaneamente ultra-leve e anti-estático.

Segundo Raul Jorge, da Itaflex, "este sistema inovador de descarga electrostática, evita a acumulação de electricidade estática e os incómodos choques". Do ponto de vista técnico, o Camport Superlight apresenta alguns dados técnicos peculiares como seja a densidade da sola (0,330 g/cm^3, isto 3 vezes mais leve do que a água) que é igualmente flexível com taco Shock Absorber, a resistência eléctrica do sapato (menos de 100 M&‡Mega Ohms) e uma palmilha amovível e absorvente.

aicep Portugal Global

AICEP com Novos Delegados

A aicep Portugal Global conta com novos responsáveis em Centros de Negócio e Escritórios no exterior. Miguel Malheiro Garcia foi nomeado responsável pelo Centro de Negócios da Alemanha, com sede em Berlim. Já Miguel Crespo é o novo responsável pelo Escritório de Macau e Pedro Macedo Leão assegura, em Estocolmo, a representação do Centro de Negócios da Europa do Norte.

A Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal conta com novos responsáveis em Singapura, onde Carlos Moura é o responsável, no entretanto, nomeado para o Centro de Negócios da Ásia e em Moçambique Armindo Rios passou a chefiar o escritório de Maputo.

Governo lança nova imagem de Portugal

Portugal Europe's West Coast é a assinatura da nova campanha de promoção do país que pretende alterar a percepção externa da imagem de Portugal, posicionando-o como o País moderno, inovador e empreendedor que já é na realidade.

A campanha associa o país ao Oeste da Europa (*Europe's Weast Coast*) e a conceitos de modernidade, inovação, tecnologia, empreendorismo e qualidade de vida, promovendo Portugal como um todo, desde o turismo, economia, comércio e cultura, e qualificando a oferta dos recursos, pessoas e produtos nacionais.

O dia 13 de Dezembro marcou o arranque da campanha, aproveitando o momento mediático da assinatura do Tratado de Lisboa pelos Chefes de Estado e de Governo dos 27 países-membros da União Europeia.

Em paralelo foram também abordados os avanços nas energias alternativas, área onde Portugal regista um dos maiores crescimentos na utilização de energia eólica e possui a maior central solar do mundo, em Moura.

A campanha explorará a ligação com os talentos nacionais com expressão internacional como Cristiano Ronaldo, José Mourinho, Nelson Évora, Vanessa Fernandes, Mariza, Miguel Câncio Martins, Maria do Carmo Fonseca e Joana Vasconcelos, os oito rostos que serão utilizados nesta campanha, entendidos como símbolos de um Portugal moderno e vencedor.

O autor das imagens da campanha de promoção, o inglês Nick Knight, é um dos mais conceituados fotógrafos mundiais. Através da sua objectiva, o país é captado de uma forma criativa, dinâmica e inovadora.

A campanha será promovida nos mercados nacional e internacional - Alemanha, Espanha, França e Reino Unido -, em publicações de grande prestígio, tais como *The Economist*, *Conde Nast Traveller*, *Time*, Newsweek, *Vogue*, Stern , Le Monde, *Le Figaro Magazine*, *El País* e *El Mundo*.

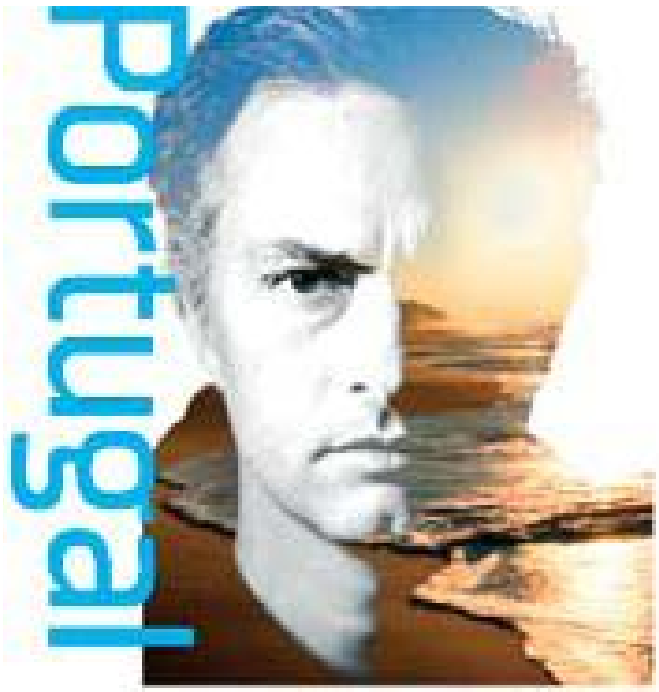
A apresentação desta campanha teve lugar, em simultâneo, em Lisboa e no Porto, respectivamente, no Pavilhão de Portugal e na Casa de Serralves, em sessões presididas pelo Ministro da Economia e da Inovação, Manuel Pinho, e pelo Secretário de Estado do Turismo, Bernardo Trindade.

Além de anúncios de imprensa, está a ser colocada publicidade exterior nos locais mais emblemáticos da cidade de Lisboa e do Porto, como o Palácio Foz, o Centro Cultural de Belém, o Teatro D. Maria e a Casa da Música.

Esta campanha pretende ser uma alavanca na captação de investimento e na atracção de talento, visando tornar o país mais competitivo, consolidando ao mesmo tempo a sua imagem de grande destino turístico e o seu cariz cultural.

De acordo com o ranking do Banco Mundial, Portugal está entre os 40 melhores países para fazer negócios, é o segundo país mais desenvolvido da Europa em práticas de governação electrónica e um líder mundial na utilização de energias alternativas.

Portugal está também entre os países mais desenvolvidos do mundo, ocupando a 29.ª posição no Índice de Desenvolvimento Humano da ONU e é o 19.º país mais procurado para turismo, segundo o ranking da World Tourism Organization.



Mourinho é um dos talentos nacionais que está a ajudar a catapultar a imagem de Portugal

Todas estas mais-valias, feitos e capacidades serão divulgados e projectados no exterior para se mostrar verdadeiramente uma imagem do País adequada à realidade

Este projecto do Ministério da Economia e da Inovação, realizado pelo Turismo de Portugal e pela Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), tem o apoio do Programa Prime.