

Portugal

MAKES SENSE

Hannover Messe '22 • Partner Country

HANNOVER MESSE 2022 – HM22

Programa de Informação /
Preparação para a participação de
Portugal na Feira de Hannover 2022
como País-Parceiro

2ª série



aicep Portugal Global



Introdução

Operar nos mercados externos, sobretudo numa feira com as características da Hannover Messe, envolve uma especial sensibilização dos potenciais expositores, por forma a que as empresas assumam com confiança o desafio de uma presença vencedora.

Deste modo, os respetivos staffs deverão estar devidamente informados e preparados para os novos desafios que esta opção implica por forma a corresponderem às expetativas inerentes.

No caso concreto da Hannover Messe, esta exige que os potenciais expositores tenham conhecimentos e sejam beneficiários da partilha de experiências comerciais no mercado alemão e realizem uma preparação adequada que lhes permita participar no certame com confiança, profissionalismo e determinação na concretização dos objetivos.

A juntar a tudo isto, acresce que na edição de 2022 da Hannover Messe (HM22), Portugal será o país parceiro. Por este facto, o país irá apresentar-se em força, sob o mote "Portugal Makes Sense", demonstrando estar na linha da frente da reindustrialização da Europa e chamando a atenção dos visitantes para a indústria portuguesa.

Objetivos Gerais:

O objetivo principal deste programa é assegurar que todos os potenciais expositores sabem o que esperar, que preparação é necessária e como a podem garantir. Com ele pretende-se:

- a)** Incrementar o volume de empresas aderentes e envolvidas;
- b)** Estimular o desejo de uma decisão estratégica com vista à internacionalização, a partir da sua escolha pela participação na feira;
- c)** Mitigar a existência de falsas expetativas que condicionem a presença atual e futura no certame, assegurando deste modo que todos os expositores sabem o que esperar da sua participação;
- d)** Garantir com a decisão decorrente desta sensibilização e o sucesso da sua participação, a confiança numa continuidade futura das empresas tanto na feira Hannover Messe 2022 como na integração no mercado alemão;
- e)** Sustentar com passos substanciais e firmes a consolidação de opções futuras;
- f)** Desenvolver a responsabilidade (habilidade para responder) na abordagem aos mercados internacionais;
- g)** Potenciar o número e a qualidade das oportunidades de negócio que poderão surgir na edição de 2022 para as empresas portuguesas participantes na HM 2022.

Temas específicos a abordar transversalmente ao longo do Programa

O mercado alemão – num processo de internacionalização, uma presença bem preparada numa feira é fundamental para que se tire o maior proveito da mesma. Conhecer o mercado destinatário no contexto do seu setor de atividade, identificar em antemão os seus potenciais clientes e/ou parceiros mais relevantes, perceber as suas necessidades e enquadrar as suas vantagens competitivas, são, entre outros, elementos essenciais para uma participação de sucesso, objetiva e confiante.

A Feira - HANNOVER MESSE 2022 - Conhecer a feira e os seus múltiplos instrumentos.

A preparação - O que é necessário fazer antes, durante e após a Feira - A complexidade inerente a qualquer processo de internacionalização e à participação numa feira como a HANNOVER MESSE em particular, exige das empresas uma série de atividades para tirar o melhor proveito. em formato online, através da plataforma teams. A participação é gratuita, mas sujeita a inscrição.

Destinatários:

■ Colaboradores das empresas que estejam inscritas como expositores na Hannover Messe 2022.

Oradores/Especialistas

■ Todos os oradores foram selecionados cuidadosamente em função dos temas e possuem o conhecimento e a experiência adequada para este programa de preparação. Têm conhecimento específico no mercado alemão e alguns deles são alemães. Serão:

- Especialistas da CCILA;
- Especialistas da AIMMAP;
- Especialistas da Hannover Messe / Mercado Alemão;
- Oradores externos, ligados ou não ao mercado alemão e à Hannover Messe.

Encontro I – Sensibilizar / Desenvolver

Hannover Messe – Porta aberta para o mundo

Duração: 3h

Data: 03.03.2022

Horário: 09h00 - 12h00

Local: Online

Objetivos:

Com este Encontro pretende-se informar os expositores sobre o que devem esperar ao participar na HM22, como parte da participação de Portugal como País Parceiro. Todos os expositores são aconselhados a participar neste encontro, em será feita uma descrição e demonstração pormenorizada da Feira:

- Layout - Itinerário da Feira;
- Serviços;
- Envolvente;
- A HM como porta de entrada para o mundo.

Agenda:

Oradores:

Boas-vindas

Objetivos e estrutura dos Encontros de Preparação

CCILA/AIMMAP

Hannover Messe 2022 – Portugal país parceiro

- O conceito de País Parceiro
- Enquadramento do Projeto País Parceiro
- "Portugal Makes Sense" – setores em foco: Engineered Parts & Solutions; Digitalisation; Energy Solutions

AICEP
Maria Manuel Serrano

Hannover Messe - Porta Aberta para o Mundo

- Dados Estatísticos
- Expositores
- Visitantes
- Setores
- Mercados presentes
- O que pode esperar

Hannover Messe
Marco Siebert
Diretor das Relações
Internacionais

Condições de participação

- Stands coletivos AIMMAP
- Layout dos stands
- Logística / Organização / Apoio AIMMAP / CCILA
- Alojamento, viagens e transporte
- Custos

CCILA/AIMMAP
Pedro Azevedo
Mónica Colaço

Intervalo

Informações gerais

- Serviços gerais
- Serviços publicitários analógicos/digitais e gratuitos/pagos
- Serviço de apoio CCILA ao Digital
- Acessos e meios de transporte
- Procedimentos e infraestruturas para mitigação dos riscos associados à Covid-19

AIMMAP/CCILA
Mónica Colaço

Testemunho de um expositor

- Empresa com experiência de participação em anteriores edições da HM

Critical Manufacturing
Pedro Oliveira

Debate | Perguntas e respostas

Encontro II – Sensibilizar / Desenvolver

Gestão e Comunicação Intercultural - O Mercado Alemão / Bussiness Training Alemanha

Duração: 3h
Data: 09/03/2022
Horário: 14h30 – 17h30
Local: Online

Objetivos - Sensibilizar e desenvolver as principais ideias de como:

- Reconhecer a importância da cultura nas práticas de gestão e na atividade do comércio com a Alemanha;
- Analisar as consequências que as diferenças culturais causam ao nível da comunicação e gestão num ambiente multicultural;
- Gerir a comunicação e o relacionamento intercultural de uma forma eficaz num contexto de negócios com empresas alemãs;
- Identificar os principais elementos que distinguem as relações comerciais em contexto nacional e internacional;
- Compreender a cultura alemã, incluindo a empresarial;
- Adquirir competências necessárias para entrar no mercado alemão.

Agenda:

Oradores:

Boas-vindas

Objetivos e estrutura dos Encontros de Preparação

CCILA/AIMMAP

ENQUADRAMENTO - Identificar os aspetos culturais a evitar e a focar no contexto empresarial/negocial com parceiros e clientes alemães:

- Introdução à gestão intercultural
- Compreender a cultura alemã: vida social, económica, cultural e política
- Consequências e implicações das diferenças culturais entre Portugal e a Alemanha
- Gestão das relações interculturais entre Portugal e a Alemanha

CCILA

Cultural Consultant
Stephan Hild

Intervalo

(continuação)

- Organizações de negócio na Alemanha
- O mundo das empresas alemãs
- Como preparar uma abordagem de sucesso em feiras

Cultural Consultant
Stephan Hild

Debate | Perguntas e respostas

Encontro III – Sensibilizar / Desenvolver: Prospecção Comercial: O Mercado Alemão

Duração: 3h
Data: 24/03/2022
Horário: 9h00 – 12h00
Local: Online

Objetivos - Sensibilizar e desenvolver as principais ideias de como:

- Identificar e selecionar clientes-alvo de acordo com as características específicas do mercado alemão;
 - Avaliar o potencial de compra dos clientes atuais;
 - Elaborar planos de prospecção internacional, definindo critérios de análise, de acompanhamento e de avaliação;
 - Conquistar novos clientes, através de técnicas de prospecção, atendimento telefónico e reuniões presenciais ou virtuais.
- Desenvolver uma estratégia de comunicação digital;
- Comunicar de forma bem-sucedida através dos meios de comunicação digitais (website, redes sociais, email, documentos e apresentação da empresa).

Agenda:

Oradores:

Boas-vindas

Objetivos e estrutura dos Encontros de Preparação

CCILA/AIMMAP

Mercado alemão características e etapas:

- Análise dos fatores macroeconómicos
- Caracterização do mercado
- Segmentação do grupo-alvo
- Posicionamento e Modos de Internacionalização

CCILA

Paulo Azevedo

Análise swot orientada ao mercado alemão

- Principais ameaças e barreira para a entrada no mercado alemão
- Principais oportunidades, nomeadamente para o setor do metal
- Pontos fortes associados à oferta portuguesa e como os potenciar
- Pontos fracos associados à oferta portuguesa e como os superar
- O que fazer e erros que devem ser evitados
- Da análise SWOT para a estratégia (casos práticos)

Dr. Baumer Consultants

Claus Baumer

Intervalo

Análise swot orientada ao mercado alemão (cont.)

- Da análise SWOT para a estratégia:
 - Apresentação de caso prático.

Dr. Baumer Consultants

Claus Baumer

Comunicação Digital

- Introdução: Como se distingue, quais as oportunidades e quais os desafios
- Estratégia de comunicação digital
- Promoção da empresa através dos meios de comunicação digital: website, redes sociais, email, documentos e apresentação da empresa

BUSS Comunicação

Silke Buss

Debate | Perguntas e respostas

Encontro IV – Sensibilizar / Desenvolver: HM22 e o Mercado Alemão - Especificidades de Exportação e Financiamento

Duração: 3h
Data: 07/04/2022
Horário: 9h00 – 12h00
Local: Online

Objetivos - Sensibilizar e desenvolver as principais ideias de como:

- Identificar e avaliar as condicionantes e necessidades em termos de logística, transportes, armazenamento, seguros e financiamento decorrentes da realização de operações de comércio internacional;
- Identificar e aplicar o regime fiscal em vigor nas operações de importação e exportação;
- Avaliar o papel da documentação das operações de comércio internacional como elemento de segurança e garantia das transações internacionais;
- Identificar os riscos inerentes às operações internacionais, os respetivos métodos de prevenção e técnicas de cobertura;
- Identificar as funções, características e diferentes categorias de incoterms;
- Utilizar os principais termos do comércio internacional, aplicando-os aos contratos de compra e venda internacional.

Agenda:

Oradores:

Boas-vindas

Objetivos e estrutura dos Encontros de Preparação

CCILA/AIMMAP

Logística

- Procedimentos Burocráticos
- Transportes
- Armazenagem no comércio internacional

MSAD
Marta Borges

Regimes e procedimentos aduaneiros

SPCA
José Rijo

Intervalo

Instrumentos Financeiros

- Breve introdução ao Trade finance
- Remessas documentárias
- Créditos documentários;
- Garantias Bancárias

**Millenniumbcp –
Dinamização de
Trade Finance**
Helena Gonçalves
Jorge Valpaços

Plano financeiro de abordagem ao mercado alemão

AIMMAP
José Pinto

Debate | Perguntas e respostas

Encontro V – Sensibilizar / Desenvolver: Experiências na HM e no Mercado Alemão

Duração: 3h
Data: 21/04/2022
Horário: 9h00 – 12h00
Local: Online

Objetivos:

- Apresentar casos reais de empresas que implementaram processos de internacionalização para a Alemanha;
- Levar os participantes a refletirem sobre fatores a terem em conta num processo de internacionalização;
- Enquadrar a participação numa Feira como a HM num processo de internacionalização.

Agenda:

Oradores:

Boas-vindas

Objetivos e estrutura dos Encontros de Preparação

CCILA/AIMMAP

Principais Constrangimentos ao Processo de Internacionalização para o Mercado Alemão

- Sucessos / Erros mais comuns
- Fatores Críticos de Sucesso

CCILA
Paulo Azevedo

Exemplos de Internacionalização para Alemanha:

1ª Parte; Testemunhos de empresas (mínimo 2)

- Empresas com diferentes experiências no mercado alemão

(A Definir)

2ª Parte; Casos Práticos de Internacionalização e principais constrangimentos verificados

(A Definir)

Moderação

CCILA
Paulo Azevedo

Intervalo

Exemplos de Participação na HM

- Empresas com diferentes experiências na participação na HM

(A Definir)

Debate | Perguntas e respostas

CCILA
Paulo Azevedo

Encontro VI – Sensibilizar / Desenvolver:

Alemanha: o potencial de negócios numa perspetiva setorial & a relevância da Lei da Cadeia de Fornecimento

Duração: 3h
Data: 28/04/2022
Horário: 9h00 – 12h00
Local: Online

Objetivos - Sensibilizar e desenvolver as principais ideias de como:

- Definir e implementar de um Plano de Ação;
- Identificar e caracterizar diferentes mercados e potenciais parceiros/clientes;
- Conhecer a importância e o impacto da Lei da Cadeia de Fornecimento na Alemanha;
- Avaliar o impacto da neutralidade ambiental.

Agenda:

Oradores:

Boas-vindas

Objetivos e estrutura dos Encontros de Preparação

CCILA/AIMMAP

ENQUADRAMENTO - O Plano de Ação assente nos 4 p's e em linha com as conclusões da Análise de Mercado indispensável:

- Segmentação de Clientes
- Documentação Técnica e manuais

CCILA
Paulo Azevedo

BidBox
Hossein Harandi
Gestores setoriais

Intervalo

(continuação)

- Oportunidades de negócio no contexto setorial e regional
- Concursos e plataformas na Alemanha

BidBox

A relevância da Lei da Cadeia de Fornecimento

- Testemunho de uma empresa compradora alemã

BME
Olaf Holzgreffe

A importância da neutralidade carbónica

- Certificação e avaliação das emissões de carbono
- Avaliação da pegada ecológica

Patrick Schwarz
(A confirmar)

Debate | Perguntas e respostas