

MADE IN PORTUGAL *naturally* **Lifestyle & Craftsmanship Showcase | Seoul 2026**

A iniciativa **MADE IN PORTUGAL *naturally* – Lifestyle & Craftsmanship Showcase | Seoul 2026** consiste numa ação de promoção económica e comercial da oferta portuguesa no mercado sul-coreano, organizada em formato de *showcase* temporário e curado.

A ação decorrerá na Residência da Senhora Embaixadora de Portugal em Seul, com morada em 33 Itaewon-ro 45-gil, Yongsan-gu, Seoul, nos dias **19 de 20 de novembro de 2026**, e pretenderá apresentar uma seleção qualificada de produtos e empresas portuguesas nas áreas do ***lifestyle, vestuário, calçado, acessórios, joalheria e craftsmanship***, valorizando atributos como qualidade, autenticidade, design, inovação, sustentabilidade e saber-fazer.

Em linha com a missão da AICEP de apoiar a internacionalização das empresas portuguesas e reforçar a notoriedade de Portugal nos mercados externos, a iniciativa combinará **exposição de produto, momentos de apresentação, *networking*, comunicação dirigida e ativação de imagem-país**.

A iniciativa será desenvolvida em articulação com a AICEP, a Embaixada de Portugal em Seul, entidades setoriais portuguesas, empresas participantes e parceiros locais, com foco na identificação de contactos qualificados, na geração de oportunidades comerciais e no reforço do posicionamento da oferta nacional no mercado sul-coreano.

Objetivo

A iniciativa tem como objetivo principal criar oportunidades concretas de contacto comercial entre empresas portuguesas e operadores sul-coreanos qualificados, promovendo a oferta nacional junto de importadores, distribuidores, retalhistas, *concept stores*, plataformas de *e-commerce*, *media* especializados, *opinion leaders* e entidades institucionais relevantes.

Pretende-se reforçar a notoriedade de Portugal como origem de **produtos de qualidade, sustentáveis, autênticos e diferenciadores**, utilizando a marca **MADE IN PORTUGAL *naturally*** como plataforma agregadora de promoção da oferta portuguesa.

A ação procura ainda testar e consolidar um modelo de promoção integrada da oferta nacional, cruzando setores complementares e criando uma experiência coerente de contacto com Portugal, orientada para negócio, relacionamento profissional e *follow-up* comercial.

Conceito da iniciativa

O conceito da iniciativa assenta na apresentação de Portugal como uma **origem contemporânea de *lifestyle*, *craftsmanship* e produtos de valor acrescentado, onde tradição, inovação, sustentabilidade, design e autenticidade se reforçam mutuamente**, numa lógica de plataforma integrada de promoção.

A lógica da iniciativa não é a de um evento cultural autónomo, mas sim a de uma ação de internacionalização com componente experiencial, em que cada momento contribui para aproximar empresas portuguesas de operadores coreanos, gerar contactos comerciais qualificados e reforçar a perceção de Portugal como parceiro económico competitivo, criativo e fiável.

O modelo pretende assegurar uma ligação clara entre produto, identidade, experiência e oportunidade comercial, mantendo como eixo central a promoção das empresas portuguesas e a criação de condições para o desenvolvimento de negócio no mercado sul-coreano.

Modelo da exposição

A mostra expositiva será organizada segundo um **percurso linear, conduzindo os convidados desde o hall de entrada à sala de exposição e, posteriormente, ao jardim**, terminando na zona de saída. Esta organização permitirá uma visita fluida e coerente, assegurando a apresentação progressiva das marcas, produtos e serviços selecionados e facilitando a circulação dos convidados entre os diferentes momentos do evento.

A exposição deverá funcionar como um *showcase* temporário e curado, conjugando os vários setores num diálogo conjunto: vestuário, calçado, acessórios, joalharia e *craftsmanship*, permitindo aos visitantes profissionais **conhecer a oferta portuguesa de forma integrada** e orientada para negócio.

O espaço deverá ser desenhado para permitir diferentes momentos de interação:

- visitas guiadas para compradores, retalhistas, *concept stores* e media, com apresentação da oferta portuguesa;
- zonas de exposição de produto, incluindo as várias categorias de produto e de acordo com o posicionamento pretendido;
- área reservada - assegurando contactos comerciais e/ou promocionais qualificados;
- momentos de *networking* e de componente cultural, reforçando a dimensão experiencial e o cross-selling setorial;
- momentos de demonstração de *craftsmanship*, valorizando o saber-fazer português (a confirmar).

O modelo expositivo deverá garantir que a componente experiencial e cultural reforça a perceção de valor da oferta portuguesa, sem diluir o objetivo principal da ação: promover

contactos comerciais qualificados e oportunidades de negócio para as empresas nacionais no mercado sul-coreano.

Público-alvo e dinamização de contactos

A iniciativa pretende dirigir-se a um público profissional e institucional qualificado no mercado sul-coreano, incluindo importadores, distribuidores, compradores de *department stores*, *concept stores*, retalho especializado, plataformas de *e-commerce*, agentes comerciais, media especializados, *opinion leaders*, associações empresariais, *clusters* e/ou entidades institucionais relevantes.

A mobilização destes contactos será assegurada em articulação com a Delegação da AICEP em Seul e uma **empresa de comunicação** contratada para o efeito, através de um trabalho prévio de identificação, qualificação e convite dirigido a operadores coreanos alinhados com a oferta portuguesa representada. Pretende-se privilegiar uma abordagem seletiva, orientada para a criação de contactos comerciais úteis e oportunidades concretas.

Do lado português, a iniciativa deverá envolver entidades setoriais relevantes dos setores já referidos, assegurando a curadoria da oferta nacional, a mobilização de empresas com perfil adequado ao mercado coreano e a preparação de conteúdos e materiais de apresentação. A articulação com estes parceiros permitirá reforçar a representatividade da iniciativa, garantir maior qualidade na seleção das empresas e potenciar o cruzamento entre setores complementares da oferta portuguesa.

Programa

O programa será estruturado de forma a assegurar uma progressão clara entre posicionamento institucional, dinamização comercial, ativação de imagem-país e follow-up.

Serão realizadas apresentações institucionais, com intervenções, visitas orientadas às mostas expositivas, *coffee breaks*, *cocktails de networking* e um momento cultural final, com a participação da fadista sul-coreana Chang Sook.

O programa será repartido em **duas sessões diárias**, divididas entre a manhã e a tarde, e dirigidas a diferentes vertentes comunicacionais.

Comunicação e divulgação

A iniciativa contará igualmente, como já referido, com o apoio de uma **empresa de comunicação**, a contratar para o efeito, que colaborará na preparação e dinamização da estratégia de comunicação do evento, nomeadamente na **gestão dos convites, na identificação e mobilização de convidados** de alto nível e na **articulação com profissionais do setor**, jornalistas especializados, compradores, *opinion leaders* e demais contactos estratégicos no mercado sul-coreano. Esta empresa apoiará ainda a

organização e o acompanhamento dos convidados durante o evento, contribuindo para assegurar a qualidade e o perfil institucional e profissional da participação.

A divulgação deverá ainda ser assegurada através dos canais digitais da AICEP, da Embaixada de Portugal em Seul, da Delegação da AICEP e dos parceiros setoriais envolvidos, com conteúdos preparados para as fases de pré-evento, cobertura durante a iniciativa e comunicação de resultados.

Esta componente de comunicação deverá reforçar a notoriedade da iniciativa, atrair público profissional qualificado e apoiar a geração de contactos comerciais, assegurando que a ação não se limita à realização presencial do *showcase*, mas deixa materiais e canais úteis para o acompanhamento posterior.

Condições de participação, responsabilidades e encargos

Condições de participação para as empresas envolvidas

A participação das empresas selecionadas está dependente de:

1. Ceder os artigos selecionados durante o período da exposição;
2. Substituir prontamente qualquer artigo que, por razões técnicas ou de curadoria, necessite de ser alterada, garantindo a entrega atempada da nova peça no espaço.
3. Assumir todos os encargos/custos logísticos, incluindo **transporte** (entrega, embalagem e recolha);
4. Assegurar a contratação de um seguro adequado que cubra eventuais danos, extravios, furtos ou roubos dos artigos.
5. Fornecer materiais de comunicação, nomeadamente:
 - a. Informação da marca/empresa;
 - b. Descrição detalhada dos artigos selecionados;
 - c. Fotografias em alta resolução e outros elementos gráficos que se revelem necessários.

Enquadramento da participação das Associações

A participação das Associações empresariais e outras entidades envolvidas na exposição enquadra-se nas seguintes abordagens:

A.

1. Cedência de **materiais expositivos/demonstrativos** da qualidade, inovação e sustentabilidade da moda portuguesa selecionados durante o período da exposição;
2. Assumir todos os encargos/custos logísticos, incluindo **transporte** (entrega, embalagem e recolha);
3. Assegurar a contratação de um seguro adequado que cubra eventuais danos, extravios, furtos ou roubos dos artigos.
4. Fornecer materiais de comunicação, nomeadamente:
 - a. Informação dos materiais expositivos/demonstrativos;

- b. Fotografias em alta resolução e outros elementos gráficos que se revelem necessários.

B. Presença institucional, com a participação em momentos protocolares, de *networking* e *talks* a definir.

Âmbito e Critérios de seleção das empresas

A iniciativa destina-se a marcas, produtos e/ou projetos dos setores do vestuário, calçado, acessórios, joalharia, *lifestyle* e *craftsmanship*, devendo os candidatos apresentar flexibilidade e disponibilidade produtiva.

A mostra será organizada segundo um modelo expositivo temporário, coletivo e curado, apresentando uma seleção coerente de marcas e produtos portugueses de moda. A seleção ficará ao critério do curador selecionado para o efeito, em articulação com as entidades envolvidas.

O curador deverá considerar a coerência da proposta com o conceito da iniciativa, a qualidade e o design dos produtos, o grau de inovação, a incorporação de princípios de sustentabilidade, a valorização da produção e do saber-fazer português, a adequação ao mercado sul-coreano e a complementaridade entre as diferentes marcas, categorias e soluções apresentadas.

Os critérios que orientarão o processo de seleção são os seguintes:

- Adequação aos objetivos de comunicação do evento;
- Qualidade do produto e elevado valor de diferenciação por via da autenticidade, sustentabilidade e/ou *craftsmanship*;
- Compatibilidade com as tendências de moda locais;
- Alinhamento com o perfil do público visitante;
- Coerência expositiva;
- A presença no mercado coreano, através de venda direta ou por representante, será valorizada.

A seleção e apresentação das empresas não deverão configurar uma participação individualizada ou autónoma, nem resultar num benefício exclusivamente dirigido a uma empresa, devendo todas as marcas e entidades participantes ser integradas numa abordagem coletiva, coerente e representativa da oferta nacional.