

Designação do projeto | Conquista de uma presença ativa no mercado global, mediante a oferta de produtos genuinamente portugueses de marca própria, direcionados para o segmento premium, sustentada pela introdução no mercado de novos produtos, em duas vertentes: (i) Na linha Genuine Collection - Must, e (ii) A extensão da linha Genuine Collection - Prestige através do lançamento de novas e sofisticadas joias, apostando em fatores dinâmicos de competitividade e em modelos empresariais inovadores com vista a promover as exportações, no sentido de assegurar ganhos de forma mais rápida, eficiente e eficaz no contexto internacional.

Código do projeto | CENTRO-02-0752-FEDER-026006

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Centro – Região do Fundão

Entidade beneficiária | It's Real, Lda.

Data da aprovação | 18-05-2017

Data de início | 01-06-2017

Data de conclusão | 31-05-2019

Custo total elegível | 804.655,00 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 362.094,75 EUR

Objetivos, atividades e resultados esperados

O presente projeto de investimento consigna uma estratégia que visa a conquista de uma presença ativa no mercado global, mediante a oferta de produtos genuinamente portugueses, de marca própria, direcionados para o segmento premium, sustentada pela introdução no mercado de novos produtos, em duas vertentes: (i) Na linha Genuine Collection - Must, a introdução de quatro novos packs, nomeadamente um Pack de molho e temperos/condimentos tipicamente portugueses, um Pack Fado de CD's da Amália Rodrigues, um Pack de vinhos da Herdade da Torre e um Pack de produtos Vegan, direcionado ao mercado vegan e (ii) A extensão da linha Genuine Collection – Prestige através do lançamento de novas e sofisticadas joias tais como, um pendente, um anel, e uns botões de punho em filigrana, apostando em fatores dinâmicos de competitividade e em

modelos empresariais inovadores com vista a promover as exportações, no sentido de assegurar ganhos de forma mais rápida, eficiente e eficaz no contexto internacional. Esta estratégia engloba a apostando em meios eficazes de promoção e marketing internacional, prospeção e presença em mercados internacionais com novas e inovadoras abordagens promocionais de comunicação da marca e dos produtos Genuine Collection para uma maior performance competitiva, com instrumentos de direcionamento e expansão da atuação comercial nos mercados internacionais, nomeadamente nos mercados-alvo delineados: Espanha, França, Suécia e Macau.