

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Projeto | 14063

Código da Operação | POCI-02-0752-FEDER-014063

Designação do Projeto | Internacionalização Flamingo

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das PME

Região de intervenção | Gondomar

Investimento Elegível | 264.500,00€

Apoio Financeiro da União Europeia | FEDER 119.025,00€

A entidade Flamingo, Indústria de ourivesaria S.A foi constituída em 1988 e dedica-se à conceção, produção e comercialização por grosso de artigos de joalheria. Os seus produtos são desenvolvidos para o mercado de luxo.

Atualmente a empresa já se encontra em diversos países, nomeadamente Espanha, Itália, Alemanha, EUA, Angola, Rússia, França, África do Sul, República Checa, Letónia, Moçambique, Suécia, Áustria, Suíça, Inglaterra e Polónia.

É importante referir, que no seguimento da sua estratégia de internacional, a empresa dispõem de duas subsidiárias no exterior, nomeadamente em Espanha e Itália.

Quantas a marcas, a empresa já detém e utiliza algumas insígnias/marcas para diferentes produtos: LINK-ILLUSION; D-HOME; ELLIPSIS; PASSION, SAUDADE; ZARAMELLA ARGENTI. Contudo, estas marcas próprias ainda não se encontram registadas.

A Flamingo já apresenta uma carteira diversificada de clientes, que são essencialmente grandes marcas nacionais e internacionais de gama média/alta.

O presente plano de internacionalização tem como principais objetivos, os seguintes pontos:

- Maturação da capacidade de Marketing Internacional da organização, através da estruturação da sua atividade internacional;
- Aumentar o peso do mercado internacional no volume de negócios da empresa;
- Reforçar do posicionamento no mercado onde já atua e penetrar em 3 novos mercados – Canadá, Holanda e Grécia.

Com vista a alcançar os objetivos para o presente plano de internacionalização, a empresa irá realizar ações de tipologia de inovação de marketing, nomeadamente:

- Conhecimento dos mercados externos: participação em 4 edições da feira internacional Maison & Object em França, para obter um maior reconhecimento no mercado internacional e consequentemente captar novos clientes.
- Investimentos com a aquisição de serviços de consultoria de apoio;
- Desenvolvimento e promoção internacional da marca: realização de eventos próprios internacionais, com vista a divulgar os produtos oferecidos e aumentar a notoriedade da empresa;
- Criação de uma plataforma e-commerce.