

BOLETIM INFORMATIVO

EDIÇÃO N.º 7 | AGOSTO 2021



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS
DE BRAGANÇA



Rota do Cocktail

Fresca, apetecível, colorida e divertida, ideal para relaxar, para partilhar com amigos, num qualquer fim de tarde ou numa noite quente de verão. Assim foi idealizada a Rota do Cocktail, em Bragança, que decorreu de 12 a 31 de agosto.

A este desafio aderiram uma dezena de bares da cidade, que preparam um cocktail especial para surpreender os clientes.

A par de apetecíveis bebidas, juntaram a arte de bem servir e o conforto dos bares, que depois deste longo e penoso período de pandemia, ansiavam por voltar a receber os clientes, por voltar a ser locais cheios de alegria e de pequenos prazeres.

Esta foi mais uma iniciativa da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), integrada no projeto Turistando por Bragança, que insiste na necessidade do

consumo local e que quer criar mais razões para atrair visitantes. Os bares foram dos espaços comerciais mais fustigados pela pandemia e numa altura em que timidamente retomam a atividade, precisam de pessoas, precisam de movimento, precisam que a comunidade também retome os hábitos e frequente estes espaços, que se adaptaram para cumprir todas as regras impostas pela DGS e para garantir toda a segurança aos clientes.

Um cocktail é um convite refrescante, uma Rota do Cocktail e um programa cheio de descobertas e diversão para experimentar.

1 BIBLIOTECA CAFÉ



FOREST COLADA

Receita:

Rum
Batida de Côco
Sumo Natural de Lima
Frutos Vermelhos
Hortelã

AVENIDA SÁ CARNEIRO, N.º 302
T: 273 327 223 | BRAGANÇA

2 CAFÉ NA BAIXA



RASPABERRY

Receita:

Baileys Strawberry
Vodka Morango
Sumo Natural de Limão
Framboesa, Amoras e Figo

RUA ALEXANDRE HERCULANO, N.º 85
BRAGANÇA

3 IRISH PUB FÉLIX



PIÑA COLADA

Receita:

Rum
Sumo de Ananás
Creme de Côco
Ananás desidratado

AVENIDA DAS CANTARIAS, N.º 3
T: 934 900 150 | BRAGANÇA

4 JP ROCK CAFÉ



MARUMROCK

Receita:

Rum
Polpa de Maracujá
Sumo Natural de Lima
Clara de ovo

RUA ENG. AMARO DA COSTA, N.º 16
T: 939 020 036 | BRAGANÇA

5 KAFÉ KOPUS BAR



BLACK MOJITO

Receita:
Jagermeister
7Up
Hortelã
Lima

JARDIM DR. JOSÉ DE ALMEIDA, N.º 4
T: 936 520 377 | BRAGANÇA

6 LAGOA AZUL BAR



LAGOA AZUL

Receita:
Gin
Sumo natural de lima
Blue Curacão
Hortelã

AVENIDA ABADE DE BAÇAL SHOP. LORETO
T: 273 333 738 | BRAGANÇA

7 MARRON



MARRON

Receita:
Vinho Branco DOCTOM
Licor de Castanha
Creme de Castanha
Natas
Castanha em Calda

RUA COMBATENTES DA GRANDE GUERRA, N.º 135
T: 965 664 830 | BRAGANÇA

8 PRAÇA 16



LEMON FIZZ 16

Receita:
Sorbet de Limão
Vodka
Sumo Natural de Limão
Licor de Menta
Hortelã

PRAÇA DE SÉ, N.º 16
BRAGANÇA

9 TABERNA LONDRINA



QUEBRA ROTINA

Receita:

Vinho branco
Polpa pêssego
Malibu
Xarope de groselha
Limão, Laranja e Morango

AVENIDA DAS FORÇAS ARMADAS, N.º 2
T: 938 821 540 | BRAGANÇA

10 TASKA NOZ



LEMONTINI

Receita:

Licor Beirão
Macieira
Sumo Natural de Limão
Clara do Ovo
Canela

RUA D. SANCHO I, 2B, R/CH
T: 273 094 254 | BRAGANÇA

12 A 21 AGOSTO 2021

ROTA DO COCKTAIL



PROCURA OS ESPAÇOS ADERENTES E VEM EXPERIMENTAR OS MELHORES COCKTAIL'S.



www.bcw.pt

ORGANIZAÇÃO



- 1 BIBLIOTECA CAFÉ
- 2 CAFÉ NA BAIXA
- 3 IRISH PUB FÉLIX
- 4 JP ROCK CAFÉ
- 5 KAFÉ KOPUS BAR
- 6 LAGOA AZUL
- 7 MARRON
- 8 PRAÇA 16
- 9 TABERNA LONDRINA
- 10 TASKA NOZ



Prova de Vinhos de Trás-os-Montes

Duas dezenas de produtores de vinhos de Trás-os-Montes participaram em prova dirigida para a restauração, hotelaria e lojas de venda de produtos regionais, em Bragança. A iniciativa foi promovida pela Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), com o apoio da Comissão Vitivinícola Regional de Trás-os-Montes (CVRTM).

Aumentar a presença dos vinhos de Trás-os-Montes nas cartas dos restaurantes de Bragança e nas prateleiras dos espaços de venda de produtos regionais foi o propósito da ACISB que, com o apoio da CVRTM promoveu uma prova de vinhos de Trás-os-Montes em Bragança.

Cerca de 20 produtores de vinho e mais de 50 representantes da restauração local marcaram presença, num momento de conhecimento, esclarecimento e diálogo, com o intuito de criar novas parcerias e relações comerciais. “Com esta iniciativa queremos que os produtores e os empresários locais se conheçam, entrem em diálogo, conheçam os vinhos que, estamos certos, vão valorizar a oferta dos nossos restaurantes”, defendeu Maria João Rodrigues, presidente da ACISB.

“Quisemos ser os facilitadores de futuras relações comerciais, quisemos criar a oportunidade de mitigar alguma desinformação que possa existir, quisemos criar novas dinâmicas económicas e sociais, para que todos possamos trabalhar com o mesmo objetivo de valorização da região, de reforçar a nossa autenticidade, a nossa identidade que é o que nos diferencia”, acrescentou a secretária geral da mesma associação, Anabela Anjos.

Da parte da CVRTM, o seu presidente, Francisco Ataíde Pavão, valorizou a iniciativa considerando que “o diálogo que permitiu, entre produtores e a restauração local”, é o caminho que os vinhos de Trás-os-Montes precisam para trabalhar a sua afirmação. “Acontece que dentro da nossa região os nossos vinhos não são muito conhecidos, alguma restauração dá primazia a outras regiões mais conhecidas, há algum desconhecimento por parte dos responsáveis da restauração e da hotelaria daquilo que são as especificidades da região, dos produtores que existem e da qualidade que temos”, afirmou Ana Alves, a responsável pelo departamento de enologia e promoção da CVRTM.

Há já 110 produtores, com 140 referências, de vinhos certificados de Trás-os-Montes, ainda é necessário muito trabalho na afirmação destas referências para que alcancem a visibilidade que existe em outras regiões.

“Os restaurantes são os verdadeiros embaixadores dos vinhos”

Ricardo Sá Fernandes, reconhecido advogado, é também um pequeno produtor de vinho de Trás-os-Montes. Com mais dois sócios, trabalha a marca Palmeirim de Inglaterra. Afirma, sem reservas, que “os restaurantes são os verdadeiros embaixadores dos vinhos”, reconhecendo a importância da iniciativa que a ACISB promoveu.

Rui Gonçalves, representante dos vinhos Vale Pradinhos, uma adega centenária, um nome emblemático da região, apesar de ter boa parte do trabalho de “afirmação” feito, continua a marcar presença nestes pequenos eventos sempre que pode. “É fundamental este diálogo direto com os setores da restauração e hotelaria, já temos um nome forte, muita procura, mas continuamos a participar porque queremos dignificar a região”.



A mesma postura tem Fernando Ramos, da Quinta de Sobreiró de Cima, Valpaços, que este ano arrecadou o prémio de “Melhor Vinho Branco” de Portugal. “Estas iniciativas são sempre boas, promovem a região de Trás-os-Montes, uma região que está a crescer, mas ainda há trabalho a fazer”, defendeu.

Fernando Mogadouro, representante das Vinhas Velhas de Mogadouro, viu nesta prova uma enorme oportunidade: “É uma iniciativa de louvar, muito importante para nós, tanto em termos comerciais como em termos de apresentação, porque o nosso projeto é muito recente e não tem meios para publicidade e esta é uma forma excelente de chegar ao público”.

E cada projeto, cada vinho apresentado tinha uma história e são essas histórias que os representantes da restauração ouviram, para replicar aos seus clientes e acrescentar história e cultura a cada vinho que colocam sobre a mesa. Fernando Pessoa, representante das referências Encostas de Sonim, Sonini, entre outras, falava dos métodos de produção usados pelos romanos nos lagares escavados na pedra, outrora usados para a produção de vinho, atualmente património histórico e cultural que leva muitos visitantes ao concelho de Valpaços. Ricardo Sá Fernandes contava a história que está por detrás da referência Palmeirim de Inglaterra. “É uma homenagem a um antepassado que escreveu um romance de cavalaria, com esse título, muito famoso em toda a Europa no sec. XVI”.

Os vinhos são um complemento da identidade regional que não se podem dissociar da cultura, do património, da paisagem e, sobretudo da gastronomia.

Casar a gastronomia regional com os vinhos de Trás-os-Montes

“Somos conhecidos pela qualidade da nossa gastronomia entendemos que o casamento perfeito deve acontecer com vinhos da nossa região. Sentimos que é nossa obrigação alertar para a necessidade de colocarmos os Vinhos de Trás-os-Montes num patamar superior, na oferta do nosso território”, defendeu Anabela Anjos.

E os representantes da restauração concordaram com esta perspetiva. Francisco Reis, do Copinhos, procurava nos vinhos de Sonim “o néctar ideal” para combinar com a filosofia da sua casa. Rosa Pires, do Restaurante Rosina, queria saber mais sobre os vinhos porque, contava, “os turistas nacionais cada vez mais pedem vinhos da região para acompanhar a refeição”. “Esta é uma oportunidade de conhecermos os produtores, o vinho e podermos aconselhar com mais segurança. Muitas marcas aqui presentes eu não conhecia, este diálogo vai resultar em parcerias”, acrescentou.

O Lost Corner é um local onde se bebe e vende bom vinho. Fernando Caldeira, o responsável, trabalha há cinco anos este mercado e referiu que a filosofia do espaço sempre foi apostar na promoção e venda dos produtos regionais. “O vinho de Trás-os-Montes foi sempre o nosso foco”. Faz o trabalho de prospeção sozinho, mas nesta prova reconheceu uma excelente oportunidade de “trabalhar a afirmação dos vinhos e de expandir o mercado”.

Esta iniciativa aconteceu num espaço de excelência, nos jardins do Museu Abade de Baçal, em Bragança, e foi organizado no âmbito do projeto Turistando por Bragança, financiado pelo programa Valorizar.





Para
continuarmos
AQUI,
precisamos de
si!

“Nova campanha de apelo ao consumo local



O apelo da ACISB vai no sentido de consciencializar a comunidade a privilegiar o consumo local, defendendo que sem comércio não há “vida na cidade”, sem um comércio saudável agudiza-se também a crise social.

Os comerciantes, uma vez mais, empenharam-se nesta campanha, gravaram vídeos, que posteriormente a ACISB publicou nos seus canais online, em que repetem a seguinte frase: **“Para continuarmos aqui, precisamos de si”**.

É um apelo sentido, verdadeiro, que revela bem o desespero de quem se sente impotente para fazer face às dificuldades que o contexto de pandemia criou. Por um lado, a insegurança com as oscilações do número de casos e a presença ainda da doença COVID-19 no mundo, no país e na região; por outro lado, a provável diminuição do poder de compra de muitos setores da população, desde logo dos próprios comerciantes e empresários dos ramos mais afetados pela crise.

Os comerciantes insistem que, na generalidade, cumprem as regras de segurança, prepararam os respetivos estabelecimentos seguindo as orientações da Direção Geral de Saúde, são os primeiros a seguir as regras e a querer que esta situação pandémica termine o mais rápido possível.

Por essa razão pedem “confiança” e pedem o apoio da comunidade, para que os clientes regressem, com regras, mas sem medo, que voltem a privilegiar os pequenos estabelecimentos, as compras presenciais, o atendimento personalizado. Que a comunidade ajude na sobrevivência da economia local, na sobrevivência económica e social da própria cidade.

Agora que o verão terminou, que a maioria dos emigrantes foram embora, que os turistas diminuiram, é com os que cá vivem que a cidade precisa de se organizar, precisa recuperar, precisa de se reerguer.



ACISB TRAZ JORNALISTAS, BLOGGERS E OPERADORES TURÍSTICOS A BRAGANÇA PARA PROMOVER O TERRITÓRIO

Mais uma aposta na promoção do território, com o objetivo de fomentar o turismo.

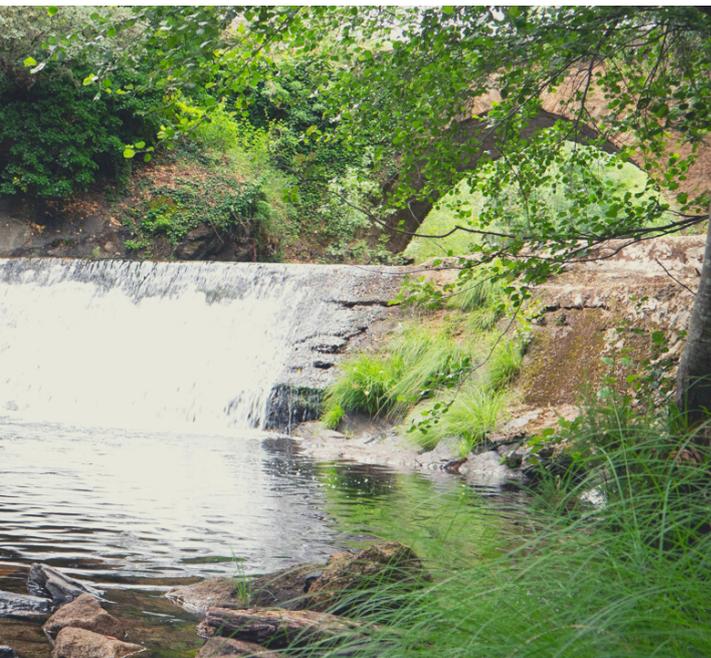
No âmbito do projeto “Turistando por Bragança”, financiado pelo programa Valorizar do Turismo de Portugal, a Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB) organizou uma viagem de familiarização ao território, trazendo jornalistas, bloggers, instagramers e também agências de viagens, com o intuito de levar, para fora de portas, o enorme potencial deste território e, com isso, atrair mais turistas a Bragança.

Com a pandemia, as restrições nas viagens particularmente para o estrangeiro, no último verão cresceu exponencialmente o turismo de interior, procurado pelo turista nacional.

Este ano as expectativas mantêm-se e cada região luta, como pode, para atrair visitantes.

A ACISB tem vindo a assumir uma postura clara de fomento do consumo local e também de promoção externa dos recursos, naturais, patrimoniais, culturais, gastronómicos e, obviamente, de serviços existentes neste setor.

Procurando responder ao que se percebe que é a tendência atual da procura, organizou um programa para “mostrar Bragança” na sua vertente menos conhecida, com mais garantias de experiências exclusivas, sem grande risco de encontrar elevadas concentrações de pessoas.



A NATUREZA ASSUMIU NESTA VISITA UM DESTAQUE PARTICULAR.

O Percurso Pedestres de Ornal, em pleno Parque Natural de Montesinho, foi o lugar escolhido para uma caminhada por locais absolutamente mágicos, quase transcendentais, onde é bem perceptível a riqueza e a diversidade da flora e da fauna, ao mesmo tempo que se percebe a importância dos recursos hídricos, que alimentam e marcam a paisagem. Nesta caminhada a vegetação e as árvores estão completamente forradas com líquenes que revelam que o nível de poluição ambiental na zona é zero.



Este percurso permite entrar na densidade dos bosques, onde predomina o carvalho, atravessar zonas ribeirinhas e compreender a importância dos lameiros, que são incontornáveis na definição da nossa paisagem. Depois de atravessar a aldeia de Vilarinho o caminho leva-nos para uma paisagem mais agreste e rochosa, igualmente característica do nosso território.

Em Vilarinho o grupo teve a oportunidade de visitar a aldeia, contactar com a população local, e parar na APIMONTE, percebendo aqui a importância da apicultura para o território, o trabalho em prol do ambiente que fazem as laboriosas abelhas e o produto de excelência que produzem: o mel.



Uma paragem que serviu também para recuperar forças, com uma bela merenda transmontana, com o excelente foliar da região, pão, enchidos, queijos e até bolo de mel.

Foram quatro horas a caminhar com muitas paragens com explicações, verdadeiras aulas sobre biodiversidade e ambiente, a cargo de António Sá, da Bétula Tur, que foi o guia que conduziu esta experiência.

O COMÉRCIO, A ARTE NA RUA E TERMINAR A TARDE A VOAR

Sendo promovida pela ACISB esta visita tinha de, necessariamente, passar pelo centro da cidade onde existe maior concentração de espaços comerciais tradicionais.

Com total liberdade os visitantes tiveram oportunidade de conhecer as lojas que entenderam, percorrer ruas, usufruir de esplanadas e visitar um dos motivos de interesse de vários elementos do grupo: a arte urbana.

As obras de Bordalo são uma referência, uma imagem de modernidade que identifica a cidade de Bragança.

Com o avançar da tarde o grupo teve a oportunidade de realizar mais uma experiência única, diferenciadora, que deixou em êxtase todos os que quiseram sobrevoar Bragança “nas asas” do aeroclube local. Nuno Fernandes e Telmo Garcia foram os comandantes que conduziram os viajantes pelos céus do território, permitindo-lhes fazer registos fotográficos únicos.

Dos inúmeros equipamentos culturais que poderiam visitar, a experiência incidiu no Centro de Arte Contemporânea Graça Morais, um espaço de dupla referência, pela arquitetura, de autoria de Souto Mouro, e pela assinatura da artista que lhe dá nome e cuja coleção permanente pode ser vista percorrendo as sete salas que lhe são dedicadas.

Neste espaço decorre uma residência artística, que resultou numa exposição inédita, inaugurada no dia 10 de julho, da artista polaca Magdalena Kleszyńska, patente até 23 de outubro.

Houve tempo para o património histórico, como o Mosteiro de Castro de Avelãs e a indispensável visita à cidadela de Bragança e ao Castelo.



A AUTENTICIDADE E A INOVAÇÃO DA GASTRONOMIA

A gastronomia é um dos fatores mais distintivos do território, sustentada na qualidade da matéria-prima e no saber fazer ancestral, um casamento perfeito que resulta numa explosão de sabores a cada prato que se experimenta.

As carnes de animais de raças autóctones, os pratos de caça, os petiscos onde não podem faltar os pezinhos de porco em coentrada, a orelha, as moelas, os rojões as pataniscas, o pernil e tantos outros.

A tudo isto juntamos bons vinhos, a simpatia no atendimento e é garantido que o nome de Bragança vai viajar e ser recomendado como destino gastronómico de excelência.



Quiosque Rosa D'Ouro

“NÃO SOMOS, MAS PARECEMOS O POSTO DE TURISMO LOCAL”

Há cerca de 75 anos que o Quiosque Rosa D'Ouro está instalado em plena Praça da Sé, historicamente o coração da cidade de Bragança. E é esta centralidade que acrescenta ao quiosque funções que não lhe competem, mas que os proprietários desempenham com todo o gosto: “Não somos, mas parecemos o Posto de Turismo local, os turistas vêm aqui perguntar todo o tipo de informações e nós respondemos com todo o gosto sempre que sabemos”, conta Ernesto Rodrigues de Jesus, que juntamente com a mulher, adquiriu este negócio há 21 anos. Alias, ao fim-de-semana, antes da pandemia, 70% dos seus clientes eram turistas, números que diminuíram, mas que pouco a pouco se vão compondo. “Isto vai melhorar, devagarinho, mas vai melhorar”, afirma.

Os jornais e as revistas, o tabaco e as pequenas lembranças da cidade são os produtos com mais saída neste espaço, mas com quebras muito grandes no segmento que dava mais lucro: os jornais e as revistas. “Agora com a internet e com as próprias televisões constantemente com notícias as pessoas deixaram de comprar jornais e revistas, a quebra foi muito acentuada”, conta.

São as gerações mais velhas que se mantêm fiéis ao papel, que mantêm os rituais de comprar todas as manhãs o jornal. “Ainda temos bastantes, os mais velhos criaram esse hábito e mantêm-no, alguns no dia em que falham, nós estranhamos logo e sabemos que terá acontecido alguma coisa”, diz. São clientes há décadas, que visitam o quiosque diariamente, quase sempre à mesma hora, que têm o privilégio, sem nada pedir, de ter o jornal da sua preferência sempre guardado.



O negócio do tabaco, apesar de todas as campanhas antitabágicas, aumentou no quiosque e a explicação é simples: “Com a proibição de fumar nos cafés, com os cafés fechados durante alguns meses na pandemia, as pessoas regressaram ao quiosque para comprar o tabaco”, explica.

É bem verdade que o mundo está sempre em transformação, assim como os hábitos e as necessidades das pessoas.

Noutros tempos o quiosque era um espaço comercial onde se podia comprar de tudo, “do prego à pasta de dentes”. Funcionava diariamente até às 23h00 e era uma espécie de loja de conveniência onde se encontravam os produtos de uso diário mais frequentes, a escova de dentes, o gel de barbear, etc..

Com a abertura de grandes superfícies e o alargamento dos horários de funcionamento, as pessoas deixaram de recorrer ao quiosque, que necessariamente se adaptou à procura. Já não vendem produtos de higiene pessoal, mas são, por exemplo, prestadores de serviços, frequentemente usados para efetuar pagamentos diversos. “O Payshop trás cá muita gente para pagar as contas da água, da luz, as portagens e outras”, exemplifica.

Ao longo de duas décadas de atividade, a assistir pela pequena janela às movimentações da cidade, Ernesto tem observado essencialmente a quebra do movimento, resultante do decréscimo da população. “Perdemos muita gente e não vemos sangue novo”, lamenta. A observação empírica corresponde a uma realidade que as estatísticas confirmam, que é o despovoamento do interior, o envelhecimento da população.

Não há desânimo no olhar de Ernesto, há confiança, há a alegria de quem sabe que no comércio a readaptação é necessária.

Entre sorrisos repete: “Isto vai melhorar, devagarinho, mas vai melhorar”.



O que dizem de nós.

O impacto na Comunicação Social, local, nacional e até da vizinha Espanha, tem contribuído para a promoção do comércio local e do destino Bragança.

A ACISB tem trabalhado na defesa e promoção de dinâmicas económicas e sociais, e isso também se consegue dando visibilidade ao que de bom existe e se faz na nossa terra.

viagens.sapo.pt

SAPO VIAGENS

VIAGENS.SAPO.PT 

Vamos descobrir Bragança através d
Cheirar o silêncio em pleno bosque de car



viagens.sapo.pt

SAPOVIAGENS

VIAGENS.SAPO.PT ✓

Vinhos de Trás-os-Montes imprescindíveis para identidade regional



SICNOTICIAS.PT ✓

Bragança incentiva regresso aos bares com Cocktail



ROTA DO COCKTAIL PARA DINAMIZA



viagens.sapo.pt

SAPOVIAGENS

VIAGENS.SAPO.PT ✓

Ainda vai a tempo de aproveitar a Rota do Co Bragança



ROTA DOS COCKTAILS

Cada um dos 10 bares aderentes criou um cocktail para o evento



✓

o Cocktail nos bares de Bragança

te Transmontano Rota do Cocktail nos bares de Bragança

Comerciantes queixam-se que não têm clientes e apelam à comunidade que ajude na sobrevivência da economia local, na sobrevivência económica e social da própria cidade



RR.SAPO.PT

"Para continuarmos aqui, precisamos de si!". Bragança apela ao consumo local - Renascença



NOTICIASDONORDESTE.PT

"Para continuarmos AQUI, precisamos de Si!". ACISB



Vinhos de Trás-os-Montes encontram-se com o circuito comercial em Bragança



NOTICIASDONORDESTE.PT

Associação de comerciantes de Bragança pede apoio de Trás-os-Montes



DIARIOLUSO-GALAICO.COM

ACISB vai realizar uma prova de vinhos DOP de Trás-os-Montes



DIARIOLUSO-GALAICO.COM

Associação de comerciantes de Bragança pede apoio de Trás-os-Montes junto dos associados



Kapital do Nordeste - KNE

12 de agosto às 15:18 · 🌐

"Prova de vinhos DOP reúne produtores transmontanos e potenciais clientes em Bragança"
Teve lugar nos idílicos jardins do Museu Abade de Baçal um



Kapital do Nordeste - KNE

18 de agosto às 10:32 · 🌐

"Os melhores cocktails" servem-se na Capital do Nordeste
A comunidade brigantina é convidada a ter um papel mais ativo
nesta iniciativa, implementada pela ACISB... [Ver mais](#)



ELFAROGASTRONOMICO.COM ✓

Los mejores planes para saber qué ver y qué hacer en Bragança



ALVIENTOOO.COM ✓

Planes para disfrutar de la naturaleza en Bragança
Disfrutar de la naturaleza en Bragança y descubrir e



ELFAROGASTRONOMICO.COM ✓

restaurantes y platos para comer muy bien en Bragança
Te animamos a visitar Bragança y a probar la gastronomía



DIARIOLUSO-GALAICO.COM ✓

"Para continuarmos aqui, precisamos de si"
Os meses de junho e julho têm-se revelado muito

// Bragança

Associação de comerciantes promoveu vinhos transmontanos

Dois dezenas de produtores de vinhos de Trás-os-Montes participaram numa iniciativa de prova dirigida para restauração, hotelaria e lojas de venda de produtos regionais, no Museu do Abade de Baçal, promovida pela Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), com o apoio da Comissão Vitivinícola Regional de Trás-os-Montes (CVRTM).

O objetivo prendeu-se com a vontade de aumentar a presença dos vinhos transmontanos nas cartas dos restaurantes de Bragança e nas praticadas nos espaços de venda de produtos regionais. Na jornada estiveram presentes mais de meia centena de representantes da restauração local. "Com esta iniciativa queremos que os produtores e os empresários locais se conheçam, entrem em diálogo, conheçam os vinhos que, estamos certos, vão valorizar a oferta dos nossos restaurantes", explicou Maria João Rodrigues, presidente da ACISB. "Quisemos ser os facilitadores de futuras relações comerciais, quisemos criar a oportunidade de mitigar alguma desinformação que possa existir, quisemos criar novas dinâmicas



Há já 110 produtores, com 140 referências, de vinhos certificados.

Produtores entusiasmados com a iniciativa

Trás-os-Montes, ainda é necessário muito trabalho na afirmação destas

-Montes, uma região que está a crescer, mas ainda há trabalho a fazer", defendeu.

Fernando Mogadouro, representante das Vinhas Velhas de Mogadouro, viu nesta prova uma enorme oportunidade: "É uma iniciativa de louvar, muito importante para nós, tanto em termos comerciais como em termos de apresentação, porque o nosso pro-

// Bragança

ACISB lança nova campanha local Para continuarmos AQU

Os meses de junho e julho têm-se revelado muito maus para o comércio e serviços, em geral. As ruas vazias, os estabelecimentos sem qualquer movimento, até mesmo as esplanadas têm registado fraca afluência. Muitos são os comerciantes que atravessam, assumidamente, grandes dificuldades e nem as promoções antecipadas têm representado um aumento da procura. É e por sentir esta realidade de perto e ouvir os desabaços de quem depende do negócio, que a Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), uma vez mais, apela ao consumo local. Mesmo estando em meses de

verão não se nota um aumento do movimento nas ruas, os turistas ainda são escassos, assim como os emigrantes. Sem gente não há negócio, sem comércio não há empresas nem postos de trabalho. O apelo da ACISB vai no sentido de consciencializar a comunidade a privilegiar o consumo local, defendendo que sem comércio não há "vida na cidade", sem um comércio saudável agudiza-se também a crise social. Os comerciantes, uma vez mais, empenharam-se nesta campanha e estão a gravar vídeos, que posteriormente a ACISB publica nos seus canais online, em que repetem a seguinte frase: "Para con-

tinuarmos aqui, precisamos de si". É um apelo sentido, verdadeiro, que revela bem o desespero de quem se sente impotente para fazer face às dificuldades que o contexto de pandemia criou. Por um lado, a insegurança com as oscilações do número de casos e a presença ainda da doença COVID-19 no mundo, no país e na região; por outro lado, a provável diminuição do poder de compra de muitos setores da população, desde logo dos próprios comerciantes e empresários dos ramos mais afetados pela crise. Os comerciantes insistem que, na generalidade, cum-

prepar...
tabel...
orien...
ral de...
a seg...
de ter...
vel...
Por e...
fianç...
comu...
clien...
gras...
tem a...
estab...
prese...
to pe...
mun...
venci...
sobre...
socia...

mação Regional

10 de Agosto de 2021

inhos de Trás-os-Montes em destaque

antes e estabelecimentos locais foram convidados a apresentar 140 referências de vinho de produtores, com certificação, na Comissão Vitivinícola Regional de Trás-os-Montes



Estiveram a prova cerca de 140 referências de vinhos

-Montes foi o propósito da prova de vinhos que a Associação Comercial Industrial e Serviços de Bragança (ACISB) realizou, dirigida especialmente à restauração, hotelaria e lojas de venda de produtos locais. "Acreditamos que dessa forma estamos a reforçar a identidade regional e a melhor a nossa imagem", defende Maria João Rodrigues, presidente da ACISB. "Quisemos ser os facilitadores de futuras relações comerciais, quisemos criar a oportunidade de mitigar alguma desinformação que possa existir, para que todos possamos trabalhar com o mesmo objetivo de valorização da região, de reforçar a nossa autenticidade, a

nossa identidade que é o que nos diferencia", acrescenta a secretária geral da ACISB, Anabela Anjos. A responsável pelo departamento de Enologia e Promoção, da Comissão Vitivinícola da Região de Trás-os-Montes (CVRTM), Ana Alves, não podia estar mais de acordo com este propósito. "De facto dentro da região os nossos vinhos não são muito conhecidos, há algum desconhecimento por parte dos responsáveis da restauração e da hotelaria daquilo que são as especificidades da re-

gião e dos produtores que existem e da qualidade que já se produz, temos imensos vinhos que têm vindo regularmente a ser reconhecidos e premiados". Esta prova promoveu o diálogo directo entre os produtores e os responsáveis do setor da restauração. "Estas iniciativas são sempre boas, a região de Trás-os-Montes está a crescer, e precisamos crescer também dentro da região, isso dignifica Fernando Ramos, representante da Quinta de Sobreiro de Cima que este ano conquistou

o prémio de Melhor Vinho Branco de Portugal. A CVRTM já possui 110 produtores e 140 referências no seu registo, que no âmbito do Sã Fernando Inglês, reforça a própria produção e vinho de braços dados", disse o responsável da unidade produtiva de Vidago, Chacoma, que este ano conquistou

10 de Agosto de 2021

Informação

ns do Museu Abade Baçal



Os restaurantes degustaram os vinhos e trocaram contactos

de um homem chamado Francisco de Paula, que foi o autor do romance de cavalaria com muito sucesso. "O romance que atribuído ao nosso vinho, e este nosso

antepassado". Contar a história e dar o vinho a provar aos restaurantes é "o caminho" defendido por este produtor para afirmar a marca. "Os grandes embaixadores dos vinhos de Trás-os-Montes são os restaurantes", sustenta.

A ouvir estas histórias e à procura dos melhores néctares os responsáveis pela restauração tiveram a oportunidade de aprofundar os seus conhecimentos em relação à oferta de um produto que pode acrescentar nobreza e distinção à gastronomia do

território. **Pré-lançamento da Rota de Enoturismo do Porto e Norte de Portugal**

Este contacto com a restauração, hotelaria e locais de venda de produtos regionais serviu para que a CVRTM fizesse uma primeira abordagem com os operadores locais para a Rota de Enoturismo que a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte está a organizar em parceria com todas as Comissões Vitivinícolas do Norte do País. "É um projeto de promoção que se destina não apenas às alegias e produtores que tenham enoturismo, mas também à restauração, hotelaria e outros espaços que promovam experiências com vinhos", adianta Francisco Ataíde Paiva, presidente da Comissão Vitivinícola transmontana. Este responsável louva a iniciativa da ACISB, salientando a importância de promover "o contacto direto, o diálogo, entre os produtores e a restauração".

Reportagem

visitantes minhotos com múltiplos atrativos.



Voos solidários do Aero Clube levam os visitantes a sobrevoar o "coração" de Bragança

Bragança leva os turistas às nuvens

Monumentos, natureza, arte e gastronomia estão entre os múltiplos atrativos com os quais Bragança quer cativar os turistas. Os voos programados solidários do Aero Clube são obrigatórios, pois levam os visitantes... às nuvens.

angariar verbas para custear cursos de socorrismo a seis elementos dos Bombeiros Voluntários de Bragança.

Para além da verente solidária, uma vez que o valor angariado reverte integralmente para os soldados da paz, estes voos são uma mais-valia turística, permitindo conhecer "o coração" da cidade os arredores de uma forma original.

O Diário do Minho participou nesta espetacular experiência precisamente numa iniciativa de divulgação do projeto de promoção turística in-



Particulares de Solidariedade Social do Distrito de Bragança e mobilizaram para o refatório da Obra Kolping, que trabalha com crianças e jovens em risco, para além de mais de 500 baismos de voo a pessoas com poucos recursos financeiros. Quem marcar um voo programado solidário, através do 936968410, ou aparecer aos domingos, das 8h30 às 11h00 e das 16h30 às 20h00, para os baismos de voo solidários, está a ajudar uma causa nobre. As opções de visita do território incluem as

102

11.07.21 / DOMINGO / Reportagem / DIÁRIO DO MINHO

Gastronomia com projeção internacional

É na Tasca do Zé Tuga, com vista para o Castelo de Bragança, que o chef Luís Portugal surpreende os paladares mais exigentes. Depois de se ter notabilizado com a participação no programa televisivo Masterchef, Luís Portugal tem vindo a consolidar a projeção internacional da sua cozinha ao arrearcar em dois anos consecutivos - em 2019 e 2020 - a distinção Bib Gourmand no Guia Michelin, atribuída aos restaurantes que oferecem boa comida a preços moderados.



Bragança promete conquistar os turistas pelo estômago

Os excelentes produtos locais - preferencialmente da época - e os sabores transmontanos surgem no prato moldados pela criatividade do chef, com destaque, por exemplo, para o azeite, que está presente à solteira: numa torta de azeite com uma alcaparra marinada regada com azeite cru ou na mousse de chocolate com azeite, flor de sal e pimenta rosa.

Manendo a ligação ao universo transmontano, não faltam os tradicionais pões e uma máscara

ra inspirada nos Caretos - personagens mascaradas classificadas como Património Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO a 12 de dezembro de 2019 - serve de "travessa" para as entradas. As explorações dos pra-

Nova exposição de Graça Morais vai ser inaugurada a 24 de julho

O Centro de Arte Contemporânea Graça Morais vai inaugurar, a 24 de julho, uma nova exposição da pintora transmontana que dá nome a esta instituição de Bragança, revelou o seu diretor, Jorge Costa. A mostra da artista natural da aldeia de Vieira, concelho de Vila Flor, vai ficar patente até janeiro de 2022, ensucando ainda mais o espólio que este espaço tem para mostrar aos visitantes. O projeto arquitetónico de recuperação e ampliação de um edifício solar do século XVII - o Solar dos Vargas - onde chegou a funcionar o Banco de Portugal, é da autoria de Eduardo Souto Moura. Inaugurado em 2008, este centro de arte destaca-se pelas sete salas dedicadas exclusivamente à obra de Graça Morais. A dinâmica da instituição inclui um programa de exposições temporárias, sendo que desde ontem está patente uma mostra da artista polaca Magdalena Kleszyńska. Feitas especificamente para esta exposição, a partir de uma residência artística, as obras podem ser apreciadas até 26 de outubro. Depois, o espaço vai apresentar a coleção da Gulbenkian, no âmbito da iniciativa Gulbenkian Itinerante.

"Turistando por Bragança" convida à descoberta

"Turistando por Bragança"

ACISB colocou outdoors em Zamora e Salamanca.

*Porque queremos atrair mais pessoas à cidade, porque os negócios precisam de clientes, apostamos na promoção em cidades da vizinha Espanha que consideramos estratégicas. No âmbito do projeto "Turistando por Bragança", a ACISB colocou outdoors em **Zamora e Salamanca**.*

Queremos estar presentes, queremos que os potenciais visitantes se lembrem de nós e regressem em força.

O nosso comércio e os nossos serviços estão preparados para receber quem vier, com total segurança e confiança.



REPÚBLICA PORTUGUESA

TURISMO DE PORTUGAL

VALORIZAR



Turistando por Bragança

Braganza

Portugal

ven a explorar el patrimonio y la naturaleza, probar la gastronomía y descubrir la magia del comercio tradicional.



REPÚBLICA PORTUGUESA

TURISMO DE PORTUGAL

VALORIZAR



Turistando por Bragança

Braganza

Portugal

Ven a explorar el patrimonio y la naturaleza, probar la gastronomía y descubrir la magia del comercio tradicional.

Vem aí!



MONTRAS COM A HISTÓRIA DO VIZINHO



MONTRAS COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Esta atividade pretende promover o comércio local através da divulgação dos artigos da sua loja nas montras das lojas vizinhas e vice-versa. Assim, para além da divulgação e aumento da notoriedade dos seus produtos em locais que o consumidor não está à espera, vai também promover o cross selling (vendas cruzadas, ou seja, por exemplo uma loja de roupa ter calçado e vice-versa, roupa/café e vice-versa, calçado/decoração e vice-versa).

O COMÉRCIO SAI À RUA

Pretendemos que os comerciantes, em dias marcados, possam fazer uma pequena montra dos seus produtos na rua, em frente aos seus estabelecimentos, chamando a atenção de quem passa.

Esta pode ser uma forma de escoar os restos de coleção. A iniciativa terá de ter a aprovação da autarquia para a utilização dos passeios.





Quer melhorar a imagem da sua organização ?

Design de comunicação que marca a diferença

Somos criativos com ideias entusiastas, flexíveis e acima de tudo bem definidas. A straw&berry é uma marca com mais de 10 anos de experiência em Design de comunicação com participação em projetos de várias áreas de negócio nos mercados nacional e internacional.



BRANDING

Criação nome de empresa, de Logotipos e Identidade Corporativa.



EDITORIAL

Design e paginação de livros, revistas, catálogos, brochuras, folhetos e flyers.



SOCIAL MEDIA

Criação, gestão e dinamização de redes sociais.



WEBDESIGN

Design de sites, lojas online, web design, e Aplicações mobile.



GRÁFICO

Design de Materiais Gráficos, Embalagens e Rótulos.



FOTOGRAFIA & VÍDEO

Criação e produção de Vídeo e Fotografia

Quer melhorar a imagem da sua organização ou dinamizar a sua comunicação ou a imagem da vossa empresa? Consulte o nosso portfólio visual

Consulte o nosso portfólio

Para consultar a totalidade dos nossos serviços e orçamentação, pode responder a este email ou contactar os nossos escritórios através do número 244850430.

▶ www.strawandberry.pt



EU SOU ASSOCIADO!



Por um setor mais forte COMÉRCIO, SERVIÇOS, INDUSTRIA

Porque sabemos quão importante é para si ter sucesso nos negócios, trabalhamos dia a dia para dinamizar a economia da nossa região.



Divulgação

Desenvolvemos com regularidade campanhas de divulgação e promoção dos negócios locais.



Formação Certificada

Garantimos Formação Certificada, gratuita e contínua, à medida da sua empresa, para associados e colaboradores.



Serviços

Desenvolvemos todos os procedimentos, técnicos e administrativos, necessários, para o início e desenvolvimento da sua atividade.

Os nossos associados são a nossa prioridade!

A Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB) é uma referência de associativismo que se tem destacado pelo apoio que presta aos seus associados. Dê-nos uma oportunidade para ajudá-lo também!

ASSOCIE-SE JÁ!

R. Abílio Beça, N°92, 1° andar, 5300-011 Bragança | 273 331 947 | geral@acisb.pt

Para continuarmos AQUI, precisamos de SI!



APOIE O COMÉRCIO LOCAL

Comércio é Vida

APOIE A SUA CIDADE!



O comerciante não pode parar

Muitas vezes, como cidadãos, temos a tentação de dizer que na nossa terra nada acontece. Fazemos esta afirmação com demasiada frequência e poucas vezes corresponde à verdade. A nossa falta de atenção, por vezes, mantém-nos desinformados. Ora, já todos repararam, que a ACISB tem feito de tudo para chamar a atenção dos cidadãos brigantinos e dos potenciais visitantes.

E a ACISB não faz este trabalho sozinha, fá-lo com a imprescindível colaboração dos comerciantes que, sejamos justos, eles são os principais promotores de movimento na nossa cidade.

É certo que o comerciante não pode parar, porque isso representa a morte do negócio, mas também é verdade que os nossos comerciantes são particularmente ativos e colaborativos.

É por isso que eu quero dizer-vos que cada vez que abro um jornal, oiço uma notícia na rádio ou na televisão e vejo a imagem de um comerciante de Bragança, sinto um enorme orgulho. Seja a razão dessa visibilidade mediática desencadeada pela ACISB ou não, porque se há algo que nós defendemos é a união de todas as forças possíveis com o objetivo comum de promover o desenvolvimento económico e social da nossa terra.

Venha quem vier, com este espírito de união, será bem-vindo.

Não digam que em Bragança nada acontece, porque Bragança anda nas bocas do mundo e por boas razões, pela dinâmica do seu tecido comercial e empresarial.

A Presidente da Direção da ACISB
Maria João Rodrigues



Ficha Técnica

Boletim Informativo

Periodicidade bimensal

Edição N.7 | Agosto 2021

Coordenação:

Anabela Anjos – Secretária Geral da
ACISB

Produção de conteúdos, imagens e
edição gráfica:
Gabinete de Comunicação e Imagem
da ACISB

Rua Abílio Beça, nº92 - 1º Andar
5300-011 Bragança

Telefone: (+351) 273 331 947

Website: www.acisb.pt