

Boletim

Informativo

Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança



UM “MUNDO
ENCANTADO” DE
BRINQUEDOS PARA AS
CRIANÇAS
INTERNADAS NO
HOSPITAL DE
BRAGANÇA

FAURECIA DISTRIBUI
PELOS
COLABORADORES
DOZE MIL EUROS EM
VALES DE COMPRAS
NO COMÉRCIO LOCAL

“O CENTRO DE UMA
CIDADE PRECISA,
SEMPRE, DE UMA
LIVRARIA”

UM “MUNDO ENCANTADO” DE BRINQUEDOS PARA AS CRIANÇAS INTERNADAS NO HOSPITAL DE BRAGANÇA

Dezenas de peluches, bonecas, carrinhos, puzzles, livros para colorir, histórias de encantar e muitos outros brinquedos doados aos Serviços de Pediatria do Hospital de Bragança

“É um gesto solidário que vai, seguramente, aliviar a dor das crianças internadas. Com tantos brinquedos, com tantas coisas boas, é uma distração da sua própria doença”, reagiu Carlos Vaz, presidente do conselho de administração do Centro Hospitalar do Nordeste, durante a entrega dos brinquedos recolhidos pela Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), para os Serviços de Pediatria do Hospital de Bragança.

A campanha foi lançada nos primeiros dias de dezembro e, face à enorme adesão da comunidade, encerrou no dia 17, cinco dias antes do previsto.

Todos os brinquedos foram devidamente higienizados, com o apoio da Lavandaria Expresso, associada da ACISB.

A Associação Comercial decidiu apoiar os Serviços de Pediatria do Hospital, por considerar que levar alegria a uma criança doente é a maior das bênçãos e depois de contactar algumas instituições de solidariedade social, que acolhem crianças, que informaram a ACISB que nesta época, felizmente, recebem muitos brinquedos, fruto da solidariedade dos empresários da cidade.

A presidente da direção, Maria João Rodrigues, sublinhou a vontade que a ACISB permanentemente sente em se envolver em causas que sejam “de todos”, da sociedade em geral. “É a nossa responsabilidade social”, defende.

Maria João considera “exemplar” a forma como as pessoas individualmente reagem e participam nas campanhas de solidariedade que a ACISB vai lançando e desta vez, novamente, as expectativas foram superadas. “O que mais nos entusiasma é o gosto e a quase gratidão que as pessoas manifestam por participar”, revela.

E a par da entrega dos brinquedos a ACISB manifestou também uma enorme gratidão à equipa dos Serviços de Pediatria do Hospital de Bragança “pelo seu profissionalismo, pela sua entrega, dedicação e amor, nos cuidados que prestam às nossas crianças”.



FAURECIA DISTRIBUI PELOS COLABORADORES DOZE MIL EUROS EM VALES DE COMPRAS NO COMÉRCIO LOCAL

Supermercados, pastelarias e talhos são, desta vez, os beneficiados pela iniciativa da Faurecia que, pelo segundo ano consecutivo, na impossibilidade de realizar o tradicional jantar de Natal, decidiu contribuir para a ceia de cada um dos colaboradores com vales de compras no comércio local.

Pelo segundo ano consecutivo, devido à pandemia da doença COVID-19, a Faurecia Bragança vai substituir o tradicional jantar de Natal, pela atribuição de um vale no valor de 20 €, a cada um dos trabalhadores, como forma de apoio para a ceia de Natal com as respetivas famílias.

Com o apoio da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), foram identificados 24 estabelecimentos comerciais, minimercados, supermercados, pastelarias e talhos da cidade de Bragança, associados da ACISB.



Com esta iniciativa, a Faurecia consegue manter o apoio aos colaboradores e, ao mesmo tempo, injetar cerca de 12 mil euros no comércio local.

A distribuição acontece de forma equitativa, o número de vouchers, todos no mesmo valor, pelos estabelecimentos identificados. Cada um dos Vouchers está assignado a um determinado estabelecimento comercial e os colaboradores só podem descontar esse valor nesse local. Em média cada estabelecimento comercial contemplado, tem assignados 25 vales, o que representa uma média de 500 € por estabelecimento.

A Faurecia, com muita frequência envolvida em ações de solidariedade que beneficiem a comunidade onde está inserida, manifesta uma vez mais o espírito de partilha e de responsabilidade social que é apanágio da sua conduta.

A presidente da ACISB, Maria João Rodrigues, agradece e louva a iniciativa da Faurécia, considerando que é um exemplo que podia ser replicado por outras empresas e instituições.

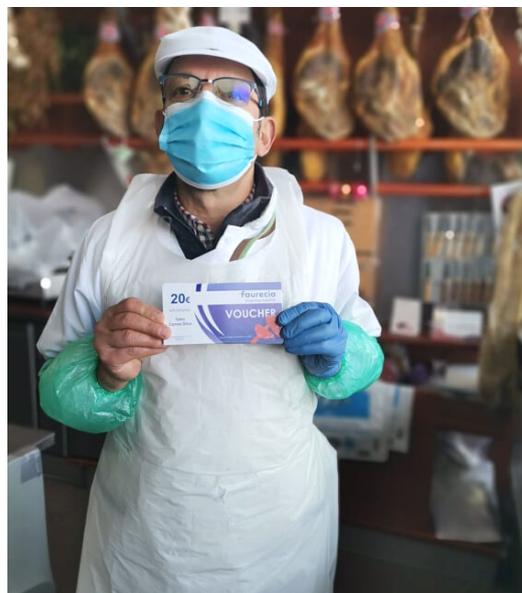
“Ficamos agradavelmente surpreendidos por termos sido contactados pela Faurécia para ajudar a implementar esta iniciativa que vai injetar quase 12 mil euros no comércio local”, refere. “Aliás, aproveitamos para lançar o repto a outras empresas e a instituições que tradicionalmente juntavam os colaboradores num jantar de Natal, para que, se puderem, não cancelem este agrado, substituam-no e apoiem as famílias e o comércio e serviços”, defende.

Maria João Rodrigues aponta até algumas ideias simples que podem fazer toda a diferença nesta altura de grande dificuldade: “Porque não oferecer aos colaboradores Vouchers com uma refeição num restaurante na cidade? Não podemos ir ao restaurante em grupos grandes, mas em família ou em pequenos grupos de colegas e amigos podemos”, sugere a presidente da ACISB.

OBRIGADO FAURECIA!



OBRIGADO FAURECIA!



OBRIGADO FAURECIA!



OBRIGADO FAURECIA!



CAMPANHA DE INCENTIVO AO CONSUMO LOCAL

Porque nunca é demais lembrar, a ACISB lançou, durante o mês de novembro, uma campanha de sensibilização e apelo ao consumo no comércio local.

QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



QUANDO PENSAR
EM PRENDAS DE
NATAL

**Pense no
Comércio Local**



“O CENTRO DE UMA CIDADE PRECISA, SEMPRE, DE UMA LIVRARIA”

A Livraria Papeleria Rosa D’Ouro conta 52 anos de existência e continua a ser uma referência para encontrar os clássicos que o leitor mais exigente procura.

Há mais de 52 anos que nasceu a Rosa D’Ouro, em Bragança. Um negócio que assistiu, com altos e baixos, à transformação da própria cidade.

Casimiro José Fernandes, a mulher e os irmãos, são os proprietários deste espaço de cultura e conhecimento, um desafio que assumiram em conjunto há 40 anos e que, apesar da idade, mantêm com a mesma dedicação, o mesmo amor que sempre tiveram pelos livros.

A Rosa D’Ouro está situada no coração da cidade, junto à Praça da Sé, que continua a ser o centro nevrálgico urbano, mas que sofreu o fenómeno do despovoamento, comum a tantos centros históricos, com a deslocação da população para zonas novas. “A cidade cresceu muito, não diria que tem menos gente, mas a população está mais dispersa, hoje Bragança é uma cidade de bairros”, conta Casimiro Fernandes.

A concorrência é hoje diferente de outros tempos, não pelo número de espaços idênticos, mas pela concorrência “desleal” das próprias editoras e também das grandes superfícies comerciais.



“Algumas das nossas editoras são as nossas principais concorrentes, vendem online, colocam os livros diretamente na casa das pessoas e esse comodismo do consumidor tem afetado o nosso negócio”, conta.

As grandes superfícies também têm seções de livreria e papelaria apesar de Casimiro Fernandes considerar que não oferecem a qualidade que podem encontrar na sua casa. “São espaços onde vendem batatas, cebolas e livros (entre outras coisas), isto não faz sentido, não existe aqui qualquer aconselhamento especializado”, argumenta.

Espaços onde o comerciante, insiste, não se encontra a qualidade da literatura clássica nem os livros para públicos mais exigentes.

O atendimento personalizado, o aconselhamento, na ótica de Casimiro Fernandes são o fator diferenciador do comércio tradicional e a razão pela qual alguns leitores mais exigentes não se deixam seduzir pela diversidade de oferta que encontram online. “Muitos dos nossos clientes fiéis já partiram, mas ainda temos muitas pessoas que aqui vem procurar a nossa sugestão, aqui sabem que estamos preparados para o ajudar na compra de um livro”, explica.





Também no setor da Papelaria o serviço é especializado, os colaboradores, que também são proprietários, estão devidamente preparados para corresponder às expectativas de quem sabe o que quer e, ao mesmo tempo, de quem precisa de ajuda para adquirir o material mais adequado para as suas necessidades.

Casimiro Fernandes refere que atualmente, fruto da transformação social ou talvez devido ao contexto pandémico mundial, há uma enorme quebra nas vendas. “O poder económico baixou muito, o tempo de incerteza em que vivemos faz com que as pessoas façam compras com muito mais moderação”, explica.

A incerteza que vive a comunidade em geral é a mesma com que vivem os comerciantes, com os negócios em queda livre e sem saberem como será o amanhã. “É muito complicado, não sabemos o que esperar não conseguimos prever o futuro. É uma luta tremenda diária, temos de ter uma gestão muito equilibrada, para conseguir sobreviver”, afirma.

Se pudesse enviar uma mensagem direta aos governantes Casimiro Fernandes sabia exatamente o que lhes dizer: “Uma livraria faz falta nas pequenas localidades, nos centros das cidades, não é nas grandes superfícies que vão encontrar qualidade, as Livrarias são espaços de cultura e de conhecimento que têm de ser apoiadas”, defende.

Mesmo procurando manter os preços que praticam as editoras que vendem online e as grandes superfícies, as Livrarias têm perdido clientes. Manter as portas abertas é um desafio diário e ainda que o Livro seja um bem essencial em tempos de crise económica sofre quebras como se de um produto dispensável se tratasse.

JANTAR DO COMERCIANTE ADIADO

Com enorme tristeza, mas com a certeza de que nós, comerciantes, não podemos ser promotores de situações de risco, cancelamos, um ano mais, o nosso tradicional Jantar do Comerciante.

Fica a saudade dos abraços, do convívio, dos bailes, mas a amizade é mais forte e é esse o laço que nos mantém unidos e disponíveis para nos apoiar mutuamente.

Até 2022. Feliz Ano Novo.



JANTAR DO COMERCIANTE ADIADO



2021 EM REVISTA

Entramos em 2021 em forte contexto de pandemia.

A primeira das nossas atividades canceladas foi o jantar do Dia do Comerciante.

Com alguma tristeza assinalamos a data com a edição de um vídeo e o envio de uma MENSAGEM de afeto e conforto.

Não precisamos de um dia do comerciante, mas gostamos de dedicar um Dia ao Comerciante!

Fazemo-lo, ininterruptamente, há 19 anos.

Este ano fomos forçados a parar, mas não a desistir...

Apesar da adversidade, continuamos a sorrir com as memórias dos nossos encontros, das nossas partilhas, da nossa alegria...

Somos família... uma família alargada, que continua a valorizar a força de um abraço, o conforto de um sorriso, a cumplicidade de um olhar, de quem sabe que para ser comerciante precisamos de alguns genes, vitais, como a resiliência, a reconstrução, o companheirismo e a fé inabalável de que a cada dia iniciamos um novo desafio, sempre com a mesma expectativa de vencer.

2020 foi um ano de dissabores, mas não um ano de resignação.

A pandemia roubou-nos alguns dos nossos, daqueles que eram e sempre serão um pouco da história do nosso comércio, da história da nossa cidade... Doeu mas seguimos.

Inspiramo-nos e bebemos alegria nos nossos bailes, nas nossas muitas celebrações, com a certeza de que o comércio vai voltar a pulsar, com a certeza de que em breve voltaremos a ser apenas um, por um dia, no Dia do Comerciante, com uma causa comum e muitas vitórias partilhadas.

CONFINAMENTO OBRIGATÓRIO

Confinados mas nunca resignados. Em Janeiro a ACISB lançou a campanha "Juntos somos mais fortes" e desafiamos a comunidade, as instituições e o comércio a "colorir" a cidade em sinal de esperança. A adesão foi espetacular.



FOMOS OBRIGADOS A FECHAR.

JUNTOS SOMOS MAIS FORTES.

Brevemente estaremos todos de volta.

ESTAMOS ABERTOS MAS NÃO ESQUECEMOS OS QUE FORAM OBRIGADOS A FECHAR.

JUNTOS SOMOS MAIS FORTES.

Brevemente estaremos todos de volta.

ESTAMOS ABERTOS MAS O NEGÓCIO ESTÁ PARADO.

JUNTOS SOMOS MAIS FORTES.

Brevemente estaremos todos de volta.

MAIS DE 200 COMERCIANTES ADERIRAM À INICIATIVA

VENDAS AO POSTIGO E ENTREGAS EM CASA

Entregamos em casa com AMOR foi o mote para a campanha do Dia de São Valentim, replicada no Dia do Pai, Páscoa e Dia da Mulher.



ACISB promove campanhas para impulsionar o comércio local

▶ À semelhança do Dia dos Namorados, ACISB lança campanha do Dia da Mulher e do Dia do Pai

Cátia Barreira

Mesmo com boa parte do comércio encerrado ou a funcionar de forma condicionada a Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB) insiste em não deixar passar em branco as datas de celebrações temáticas para promover campanhas de consumo

no comércio local, garantindo que os comerciantes aderentes a estas campanhas fazem entregas ao domicílio.

O objetivo é manter laços de proximidade com os consumidores e evitar assim que estes recorram a compras online a empresas externas.

A primeira campanha de incentivo ao consumo local aconteceu a propósito do Dia dos Namorados. 15 estabelecimentos comerciais aderiram e vários manifestaram a sua satisfação porque, dizem, conseguiram realizar “algum negócio” que de outra forma não teriam conseguido.

“Neste caso a campanha vai ter duas vertentes: uma para incentivar os maridos,

namorados, os filhos, os amigos, etc., a mimar as mulheres das suas vidas; outra a incentivar cada uma das mulheres a mimarem-se a si próprias, presenteando-se com alguma coisa que gostem”, explica a Secretária Geral da ACISB, Anabela Anjos.

Os restaurantes podem e devem aderir à iniciativa com os pratos disponíveis ou criando uma ementa especial para estas datas específicas.

Em ambos os casos a intenção da ACISB é criar dinâmicas favoráveis ao comércio, contornar de alguma forma a adversidade, enquanto dá alento para aguentar o atual contexto tão difícil.

ACISB ASSINALA DESCONFINAMENTO

12 Informação Regional

20 de Abril de 2021

Jornal
Nordeste

ACISB celebra terceira fase de desconfinamento com balões espalhados pela cidade

A Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Bragança (ACISB) surpreendeu os comerciantes, deixando balões e tapetes de boas-vindas à porta dos espaços. Uma forma de atrair também a clientela

Corina Alves

A capital de distrito acordou, ontem, com um novo ânimo. A Associação Comercial, Industrial de Serviços de Bragança (ACISB) deixou balões e tapetes à porta de vários espaços, num total de 210, convidando os clientes a entrar e assinalando assim esta última fase de desconfinamento, que representa a abertura de todos os sectores de actividade, ainda que continuem a funcionar com regras apertadas.

A surpresa para os clientes e também para os comer-

ciantes foi preparada durante a madrugada, pela equipa da ACISB, de forma a que se criasse um ambiente digno de uma lufada de ar fresco, de celebração e, sobretudo, de esperança num amanhã mais tranquilo. "O objectivo passou por alegrar a cidade, dar ânimo aos comerciantes, assim como as boas-vindas", disse a presidente da ACISB, Maria João Rodrigues, que disse ainda que se "engalanou" a cidade para que os clientes sejam bem recebidos.

Além dos balões, também foi deixada, de baixo das por-

tas, uma "mensagem sentida", indicando união.

Rosa Pires, proprietária de um restaurante, foi uma das empresárias surpreendidas. "Foi uma surpresa muito boa. A ACISB, durante este período, esteve sempre conosco. É muito importante não nos sentirmos sós. Fiquei muito emocionada. Foi o sol que nos faltou hoje, a mensagem que precisamos para não baixar os braços", referiu.

Durante a tarde de ontem decorreram ainda vários momentos musicais, sem hora nem lugar marcados, de forma a conseguir continuar a criar o sentimento de surpresa, dando alegria à cidade.

A ACISB também quis deixar uma nota de consciencialização e de agradecimento, colocando duas dezenas de corações na Praça da Sé. Estes tra-

balhos foram criados pelas Instituições Particulares de Solidariedade Social do concelho e do distrito e estiveram algumas semanas no gradeamento do Hospital de Bragança, como forma de homenagear os profissionais que estiveram, e continuam a estar, na linha da frente.



Praça da Sé também foi decorada

VALORIZAR

TURISMO DE
PORTUGAL



Turistando por Bragança

TURISMO DE
PORTUGAL



REPÚBLICA
PORTUGUESA



SOBE E DESCE...



ACISB

Durante a madrugada de segunda-feira, vários elementos da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Bragança engalanaram as entradas de mais de 200 lojas por toda a cidade, para dar as boas vindas aos clientes no arranque de uma nova fase de desconfinamento.

DESFILE DE MODA ONLINE



BRAGANÇA É MODA VERÃO 2021

DESFILE ONLINE

O desfile de Moda regularmente organizado e promovido pela ACISB, BRAGANÇA É MODA 2021, uma vez mais aconteceu ONLINE. Decidimos, nesta edição ESPECIAL, juntar a Moda à identidade local, associando o património, a gastronomia e os vinhos ao desfile. Tudo aconteceu na cidadela de Bragança, em vários pontos da zona envolvente ao castelo.

A ACISB organizou e promoveu esta iniciativa com recursos próprios, meios limitados, mas com uma enorme vontade de contribuir para criar dinâmicas económicas e sociais. Agradecemos a todos os estabelecimentos comerciais participantes, pelo esforço envolvido, bem como aos Estúdios Cave, reponsável pela gravação e edição do desfile. A gravação está disponível na página do YOUTUBE da ACISB.



REGRASSO DO PETISQ'AQUI

PETISQ' AQUI!

ROTA DOS PETISCOS ESTÁ DE REGRESSO

Cogumelos salteados, tâbuas com os melhores queijos e enchidos da região, pataniscas, rojões, pernil, moelas, pica-pau, tostas mistas em pão regional e muito mais para saborear de 1 a 31 de julho em 25 estabelecimentos, cafés, casas de tapas ou restaurantes, que aderiram à Rota dos Petiscos "Petisq'Aqui", lançada pela Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB).

Pelo valor fixo de 5€ os aderentes disponibilizam ao cliente um petisco acompanhado por uma bebida, que varia entre o simples fino até à cerveja artesanal ou vinho.

O propósito da ACISB é promover dinâmicas na cidade que incentivem os consumidores a circular e a consumir nos cafés e restaurantes, com segurança e confiança.

Cada restaurante aderente está identificado com um cartaz alusivo à iniciativa, que dispõe, para além da identificação da casa comercial e do petisco, de um QR Code, com a indicação "Siga a Rota", que remete para um mapa interativo onde estão sinalizados e devidamente identificados cada um dos estabelecimentos que integram o Petisq'Aqui. (<https://bit.ly/3y1bY1J>)

À imagem de cada espaço está associado, para além do petisco, um pequeno vídeo de boas vindas do próprio comerciante, bem como coordenadas GPS e outra informação relevante. A ACISB entendeu recorrer à tecnologia para facilitar o acesso à informação à comunidade.



Esta iniciativa quer também promover o regresso da comunidade ao comércio e ao convívio e partilha de momentos com amigos, sem deixar de cumprir as orientações de controlo da COVID-19.

Para os comerciantes é mais uma possibilidade de se promoverem e também de renovarem a oferta, criando petiscos que só por si sejam capazes de atrair novos clientes e chegar a novos públicos e assim, mais facilmente, conseguirem recuperar dos graves prejuízos que o contexto pandémico lhes tem vindo a causar desde março de 2020.

ACISB relança Rota Petisq'Aqui para ajudar restauração

A rota dos petiscos, lançada pela segunda vez, começou hoje, 1 de junho, e estende-se até ao último dia deste mês de Junho

Comunicado

A Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Bragança (ACISB) voltou a lançar a Rota dos Petiscos "Petisq'Aqui".

A iniciativa surgiu no ano passado e previa-se que a reanimação gastronómica um novo fôlego. A ideia passou e continua a passar por convencer os clientes a consumir um petisco e uma bebida, por cinco euros, sendo que cada espaço faz a sua própria oferta, consoante os produtos que quer destacar.

Maria Inês Rodrigues, presidente da associação, assume que foi o êxito que a campanha teve no ano passado, que ajudou a decidir relançar a iniciativa. "A primeira edição teve um grande sucesso e todos os associa-

dos ficaram muito satisfeitos, sendo que houve uma grande adesão por parte dos clientes. Temos até mesmo mais participantes que no ano passado", explicou.

No ano passado foram 20 os espaços que aderiram à chamada da ACISB. Esta segunda edição conta com mais cinco aderentes, são 25. "Já no anterior, quando a campanha foi lançada, aqueles que não aderiram imediatamente, quiseram fazê-lo, mas depois não puderam aderir. Por isso este ano há mais gente inscrita", esclarece Maria Inês Rodrigues, que assimilará ainda esperar que esta campanha ajude os associados porque "voto muito na recuperação de agosto".

A presidente da entidade de Bragança assume ainda que a proposta da ACISB é promover dinâmicas na cidade, que incentivem os consumidores a circular e a consumir nos cafés e restaurantes, com segurança e confiança, e afirma que a iniciativa deu frutos. Já que, no ano passado, os próprios clientes, depois de a campanha ter terminado, continuaram a pedir os petiscos. "Espero que

este ano se verifique o mesmo e que, tal como em 2020, haja espaços que continuem com a campanha após o seu término", explicou Maria Inês Rodrigues.

A Taberna Londrina e a Quinta do Lagar são dois dos novos espaços que fazem parte da rota dos petiscos. Marco Cunha, gerente, reforçou ter aderido para tentar ajudar a impulsionar os novos espaços que fazem parte da rota dos petiscos. Marco Cunha, gerente, reforçou ter aderido para tentar ajudar a impulsionar os novos espaços que fazem parte da rota dos petiscos. Marco Cunha, gerente, reforçou ter aderido para tentar ajudar a impulsionar os novos espaços que fazem parte da rota dos petiscos.

A Confeitaria A3 aderiu pelo segundo ano consecutivo. A gerente, Tânia Fernandes, explicou que decidiu voltar a aderir porque "é uma iniciativa que promove o comércio local e o consumo junto das pessoas", assim como é também uma forma de "promover a casa", sendo que "no ano passado correu bem".

Tânia Fernandes, que viu o negócio bastante parado nas primeiras duas semanas após se desconfiar, não se está bem quanto ao futuro.



Esta é a ação de ligação ao Lagar, por cinco euros

mas espera que tudo corra "bem". "Esta iniciativa ajudamos muito", disse ainda. Cada restaurante aderente está identificado com um cartaz alusivo à iniciativa,

que dispõe de um QR Code, que remete para um mapa interativo onde estão identificados cada um dos estabelecimentos que integram a rota.



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



Prova de Vinhos de Trás-os-Montes

Dois 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 Palmelrím 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".





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 prepararam 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.

“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 apelo 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 diminuíram, é com os que cá vivem que a cidade precisa de se organizar, precisa recuperar, precisa de se reerguer.



Kapital do Nordeste - KNE
12 de agosto às 15:18
“Prova de vinhos DOP reúne produtores transmontanos e potenciais clientes em Bragança”
Tive lugar nos lindos jardins do Museu Abade de Bacal um



Kapital do Nordeste - KNE
19 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 Bragança



ALVIENTOOO.COM
Planes para disfrutar de la naturaleza en Bragança
Disfrutar de la naturaleza en Bragança y descubre e



ELFAROGASTRONOMICO.COM
restaurantes y platos para comer muy bien e
To animamos a visitar Bragança y a probar la nat



DIARIOLUSO-GALAICO.COM
“Para continuarmos aqui, precisamos de si”
De moças da junho a julho têm-se realizado muito



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



NOTICIASDONORDESTE.PT
“Para continuarmos AQUI, precisamos de Si”
“Para continuarmos AQUI, precisamos de Si”, ACISB



Jornal Nordeste
Vinhos de Trás-os-Montes encont com o circuito comercial em Braga



NOTICIASDONORDESTE.PT
Associação de comerciantes de Bragança p de Trás-os-Montes



DIARIOLUSO-GALAICO.COM
ACISB vai realizar uma prova de vinhos DOP T Montes



DIARIOLUSO-GALAICO.COM
Associação de comerciantes de Bragança pr de Trás-os-Montes junto dos associados



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



ROTA DOS COCKTAILS

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



viagens.sapo.pt

SAPOVIAGENS

VIAGENS.SAPO.PT ✓

Ainda vai a tempo de aproveitar a Rota do Co Bragança



✓

o Cocktail nos bares de Bragança te Transmontano Rota do Cocktail nos bares de Bragança



ACISB lança Selo de Qualidade e Segurança para o Comércio Local

A iniciativa surge no âmbito do projeto "Turistando por Bragança" e consiste na atribuição de um distico, um Selo de Qualidade e Segurança, que atesta o cumprimento das medidas de qualidade e segurança nos serviços disponibilizados.

O objetivo passa por aumentar a notoriedade dos detentores do Selo, comércio e serviços, dando confiança aos consumidores e promovendo a imagem das lojas, produtos e serviços transmontanos, o território e a confiança dos visitantes para adquirirem produtos no comércio local e, consequentemente, aumentar as receitas dos estabelecimentos locais.

Porque a intensão da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), é que o selo seja diferenciador, a adesão requer que os empresários assumam o compromisso de seguir uma série de requisitos, elencados no regulamento, que devem aceitar e respeitar. Esses requisitos, no fundo, são as exigências básicas de qualquer estabelecimento que tenha brio e que queira implementar uma imagem de qualidade e seriedade no mercado.

É imprescindível garantir que cumpre as regras de Higiene e Segurança no Trabalho, uma exigência legal, que não deve ser descuidada, muito menos nesta altura que estamos ainda, a passos lentos, a sair de um contexto de pandemia.

Comerciantes de Bragança decoram montras com a temática "Outubro Rosa"

O desafio partiu do Movimento Vencer e Viver, da Liga Portuguesa Contra o Cancro, que desenvolveu uma campanha de sensibilização, informação e angariação de novas voluntárias para a causa.

Por intermédio da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), os comerciantes da cidade foram desafiados a decorar as montras, reais e virtuais, com motivos rosa diversos, de forma a apoiar o Movimento Vencer e Viver, que de 18 a 23 de outubro desenvolveu diversas ações de sensibilização, de informação e também angariação de novas voluntárias, para a luta contra o cancro da mama.

Os comerciantes aderentes tinham toda a liberdade para a decoração das respetivas montras, podendo usar o simbólico laço rosa, ou simplesmente flores, balões ou outros adornos, desde que usassem a cor que identifica a campanha e o movimento.

Vencer e Viver é um movimento de entreajuda

que visa o apoio a todas as mulheres, familiares e amigos desde o momento em que é diagnosticado um cancro da mama. Baseia-se no contacto pessoal entre a mulher que se encontra a viver uma situação de particular vulnerabilidade e uma voluntária, que vivenciou uma situação semelhante.

Em Bragança, Lídia Praça é uma das representantes deste Movimento e sublinha a importância da informação, como forma de prevenir, mas também a importância da partilha, do apoio, da solidariedade que as mulheres com a patologia do cancro da mama encontram no Movimento. "Prestamos apoio psicológico, apoio logístico, doamos muito material ou vendemos a preços simbólicos alguns materiais que as mulheres precisam no seu processo de recuperação e de reintegração na vida ativa", explica.

Para ser voluntária deste movimento é necessário ser uma sobrevivente, alguém que já viveu a experiência na primeira pessoa, porque é essa experiência que lhe dá competências emocionais e a empatia necessária para lidar com mulheres que enfrentam o mesmo desafio. Estas voluntárias usam as instalações da Liga Portuguesa Contra o Cancro para fazer atendimento, é ali que recebem quase diariamente uma nova mulher que procura compreensão, que procura esperança.

"Queremos ter sempre alguém disponível para receber quem nos procura, mas como somos poucas, às vezes é complicado", refere Lídia Praça. Por essa razão insiste na necessidade de angariar mais voluntárias.

O perfil da voluntária exige que já tenha recebido um diagnóstico de cancro da mama, que tenha capacidade e facilidade em expor a sua experiência pessoal, sendo por isso um símbolo de esperança e confiança para as mulheres que enfrentam essa luta.

Montras com a história do Vizinho

De 14 a 30 de setembro as montras de 28 lojas da cidade de Bragança foram usadas para promover a história e o negócio do "vizinho".

Numa iniciativa lançada pela Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), os estabelecimentos aderentes fizeram parcerias de promoção cruzada, trocando espaço nas montras para promoção da história e do negócio do respetivo parceiro.

Não foi a primeira vez que a ACISB desenvolveu esta iniciativa e há casos de comerciantes que decidiram manter esta parceria na promoção regularmente.

Parcerias para promover vendas cruzadas

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO



Juntos Somos mais Fortes!



O Movimento, para além do contacto direto com as mulheres com diagnóstico de cancro da mama, disponibiliza ou gratuitamente ou a preços simbólicos próteses mamárias, suportes (soutien), fatos-de-banho ortopédicos, cabeleiras e outros materiais a preços mais reduzidos.

Outra das responsabilidades deste Movimento é a participação em ações de divulgação pública e junto da comunidade, porque a sensibilização e a informação são os pilares essenciais da prevenção desta patologia.

O cancro da mama é o tipo de cancro mais comum entre as mulheres (não considerando o cancro da pele), e corresponde à segunda causa de morte por cancro, na mulher.

Em Portugal, anualmente são detetados cerca de 7.000 novos casos e 1.800 mulheres morrem com esta doença.

O cancro da mama é uma das doenças com maior impacto na nossa sociedade, não só por ser muito frequente, e associado a uma imagem de grande gravidade, mas também porque agride um órgão cheio de simbolismo, na maternidade e na feminilidade.

Reportagens



COMERCIENTES DE BRAGANÇA DECORAM MONTRAS COM A TEMÁTICA "OUTUBRO ROSA"



// Bragança

ACISB associa-se a Movimento TAKE IT para "uma sociedade mais sustentável"

Acabar com o desperdício, promover a sustentabilidade ambiental, cuidar do futuro do planeta são frases cada vez mais replicadas e que já se tornaram numa efetiva missão para as gerações atuais.

E é com base nestas missivas que a ZERO – Associação Sistema Terrestre Sustentável lançou o movimento TAKE IT, especialmente dirigido aos setores da restauração e similares.

Este movimento pretende sensibilizar os clientes para o uso de recipientes reutilizáveis para transportarem refeições prontas, e informá-los que é um direito que têm de o fazer, recentemente introduzido na legislação nacional, com o objetivo de promover a reutilização das embalagens e contribuir para a redução da produção de resíduos.

Os estabelecimentos comerciais são chamados para esta campanha contra o desperdício por serem considerados agentes fundamentais para a mudan-

ça, que começa com a informação dos respetivos clientes.

De acordo com a ACISB, a adesão a este movimento é totalmente gratuita e com vantagens óbvias para os estabelecimentos aderentes, nos quais será colocado um Selo identificativo do movimento TAKE IT que, assim, demonstram publicamente a sua preocupação em reduzir o impacto ambiental, aumentam a notoriedade do seu espaço comercial e ainda reduzem os custos na aquisição de embalagens para takeaway.

Os clientes podem, simplesmente, trazer a respetiva embalagem reutilizável de casa e levá-la ao restaurante e, com estes pequenos hábitos, podem contribuir para reduzir de forma acentuada a quantidade de lixo produzido em embalagens.

De acordo com a ZERO "cada europeu gera 174 kg de lixo em embalagens por ano".

As campanhas de redução de embalagens já não são uma novidade, mas ainda estão longe de atingir os objetivos necessários para reduzir de forma significativa o impacto ambiental.



As associações que se dedicam ao desperdício zero têm vindo a atuar junto do consumidor para que nas suas opções de compra optem por produtos vendidos avulso, que usem sacos e embalagens reutilizáveis e agora pedem também a cooperação dos comer-

ciantes.

A ACISB entende que esta é uma causa de enorme importância e nesse sentido decidiu aderir, informando todos os associados, disponibilizando-se para aceitar as adesões dos interessados e, ainda, levar a cada um dos estabelecimentos toda a informação de que necessitam, bem como o Selo que identifica a participação no movimento TAKE IT.

Crianças da pediatria do hospital de Bragança receberam brinquedos pela mão da ACISB

Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Bragança angariou brinquedos para entregar aos mais pequenos

Carina Alves

Os brinquedos que a Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Bragança (ACISB) angariou para a pediatria do hospital, durante este mês de Dezembro, já foram entregues às crianças que ali estão internadas. Esta é uma forma de ajudar a passar o tempo aos mais pequenos, que ali terão que estar a receber cuidados de saúde.

A campanha, "encher um saco de sonhos e de sorrisos", arrancou no começo do mês. Devia ter terminado no dia 22 mas findou cinco dias mais cedo porque "foi um enorme sucesso", segundo garantiu a presidente da ACISB,

Maria João Rodrigues. "A campanha superou todas as expectativas. Temos associados, comerciantes e brigantinos muito solidários e a nossa equipa trabalha imenso, quando se trata deste tipo de iniciativas, envolvendo toda a comunidade", referiu ainda.

A pediatria recebeu, entre novos e usados, dezenas de peluches, bonecos, carinhos, puzzles, livros para colorir e histórias de encantar. Carlos Vaz, presidente do conselho de administração da Unidade Local de Saúde do Nordeste (ULSNE), mostrou-se impressionado com o gesto, agradecendo à ACISB e a toda a comunidade que, nesta época festiva, colabo-



Brinquedos foram entregues no passado dia 21

rou, mostrando que conhece o hospital e as suas "necessidades", nomeadamente as dos mais pequenos. "É um gesto solidário que vai, seguramente, aliviar a dor das crianças internadas. Tantos brinquedos e tantas coisas boas são uma distração que as crianças têm da própria doença", vincou ainda Carlos Vaz.

Dizendo que os hospitais "estão aqui para tratar a

sua comunidade e a comunidade, seguramente, que está interessada em que as coisas funcionem", o presidente do conselho de administração da ULSNE vincou ainda que o hospital tem recebido, noutros anos, donativos deste tipo, através de outras instituições locais. "Todos os anos há gente, também a título individual, que oferece brinquedos. Também há vá-

rios pais, que tiveram ou têm filhos internados, que oferecem brinquedos, sobretudo porque há várias famílias que não têm posse para os comprar", esclareceu ainda Carlos Vaz.

A ACISB, que arregaçou as mangas porque percebeu que "um brinquedo é uma porta aberta para o sonho, um estímulo para a fantasia, para a imaginação e para a superação", entregou tudo quanto angariou devidamente lavado e desinfetado. Para isso contou com a ajuda de uma lavanderia associada. "Nesta fase de pandemia, acreditamos que era bom que a pediatria estivesse dotada de muitos brinquedos para que se evitasse a partilha dos mesmos", terminou a presidente da ACISB, que referiu ainda que a associação pensa apoiar outras instituições porque "todas as crianças merecem".



Maria João Rodrigues

Presidente da direção da Associação Comercial,
Industrial e Serviços de Bragança

Ficha Técnica

Boletim Informativo

Periodicidade bimensal

Edição N.9 | Dezembro 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, n°92 - 1°
Andar
5300-011 Bragança**

**Telefone: (+351) 273 331 947
Website: www.acisb.pt**

Resiliência e Positividade

É tempo de recomeçar...

Mais um início, mais um ano que se perspectiva desafiador. Por essa razão escolhi as palavras "resiliência" e "positividade" para este novo ciclo.

Resiliência, porque precisamos de continuar a lutar, a contrariar as adversidades, a arregaçar as mangas e enfrentar o que for, para manter os nossos negócios, os postos de trabalho de tantos que precisam de nós.

Positividade, porque, apesar de tanta incerteza, tanto medo, tanta ansiedade por continuarmos num contexto que não conseguimos controlar, temos de ser positivos e manter a confiança, a esperança em dias melhores.

Por vezes sei que vos apetece desistir, que nos apetece desistir. Mas esse não pode ser o caminho.

Neste fim de ano, tempo de balanços, peço-vos serenidade e esperança.

No início de ano peço-vos foco e determinação. Não será fácil, mas sei que vamos conseguir fazer de 2022 o ano da reconstrução, emocional e económica, o ano da superação.

2022 é o primeiro ano do resto das nossas vidas, vamos aproveitá-lo.

Feliz Ano Novo.