

SIEMENS

CAMPANHA MUNDIAL FILMADA EM LISBOA



Lisboa foi a cidade escolhida para servir de cenário à nova campanha de publicidade mundial dos sistemas de “Mobilidade Integrada nos Transportes Públicos” da Siemens. Desenvolvida pela agência Publicis Alemanha, a campanha publicitária retrata os controlos de acesso nas estações da CP em Lisboa, uma solução de engenharia cem por cento nacional e implementada pela Siemens Portugal. Direccionada, maioritariamente, para a imprensa especializada, a campanha será difundida a nível mundial e descreve a ida para o trabalho de um jovem músico. Com um único bilhete este move-se pela cidade de Lisboa em diversos meios de transporte público. A campanha tem como principal objectivo demonstrar como a mobilidade integrada dos transportes públicos permite o transporte de pessoas, de forma rápida e segura, tornando uma cidade mais dinâmica e competitiva. A escolha de Lisboa para a realização da campanha justificou-se com o facto de aqui ser possível demonstrar, concretamente, como o processo do sistema de cartão inteligente, “check-in, check-out”, funciona de forma simples, directa e flexível, o que permite que qualquer cidadão se desloque por toda a cidade, nos mais diversos meios de transporte – comboio, barco, metro – utilizando um único título de transporte. Além da engenharia portuguesa que atraiu esta campanha para a capital, o fotógrafo seleccionado – João Cupertino – também é português, bem como os modelos que figuram no anúncio.

10 A 12 DE MAIO

LISBOA WINE 2013

De 10 a 12 de Maio, o Mercado da Ribeira recebe o Lisboa Wine 2013, um evento dedicado a especialistas, apreciadores ou meros curiosos, que têm aqui a oportunidade de provar os vinhos em exposição e conversar com os enólogos das diferentes casas, provenientes das Comissões Vitivinícolas Regionais (CVR) de Lisboa, Tejo e Península de Setúbal.

Trata-se de uma iniciativa do Turismo de Lisboa e Vale do Tejo (TLVT) que, com a Associação Turismo de Lisboa (ATL), decidiu reunir num só local 40 produtores de vinho, enólogos e escanções, os chefs José Avillez, Igor Martinho e Henrique Mouro e, ainda, a voz de Joana Amendoeira.

Do programa constam também workshops de iniciação à prova, através dos quais os visitantes vão poder aprender a escolher um vinho, saber em que copos se deve servir e a que temperatura se deve beber, entre muitas outras curiosidades.

O objectivo é divulgar os vinhos e os seus produtores mas também promover os atractivos turísticos da região, como a gastronomia, através de provas de doces regionais, produtos típicos e degustação de iguarias, cozinhadas ao vivo pelos mais talentosos chefs nacionais. A entrada tem o valor de cinco euros (com desconto para famílias) e dá direito ao copo para as provas e acesso gratuito a todas as actividades do programa, incluindo o concerto de Joana Amendoeira, que se realiza no dia 11, pelas 22h30.





LISBOA WINE 2013
VINHOS DO TEJO, LISBOA E PENINSULA DE SETÚBAL

CONVOCAMOS OS BRANCOS, OS TINTOS E OS ROSÉS
PARA UM EVENTO QUE DESAFIA OS SENTIDOS.

COM ELLES VIERAM ESCANÇÕES E ENÓLOGOS QUE VÃO
TRANSFORMAR O LISBOA WINE 2013 NUMA EXPERIÊNCIA
AROMÁTICA SINGULAR.

DESPERTAMOS TAMBÉM O GOSTO PELA GASTRONOMIA
DE UMA FORMA DESCONTRAÍDA, SEMPRE ACOMPANHADO
PELA MELHOR MÚSICA!



SERVIÇO:
A QUALIDADE
TEMPERATURA



ACOMPANHAR:
CARNIS E QUEIJOS
CORDEIROS E INCONFUSO

PROMOTOR:



APOIO:



ORGANIZAÇÃO:



MERCURE LISBOA

NOVO DESIGN



O hotel Mercure Lisboa, situado na Avenida José Malhoa, foi alvo de uma recente renovação com o intuito de modernizar a sua imagem e aumentar o conforto. Esta unidade renovou os seus 104 quartos, o lobby, o bar e ainda o restaurante apresentando, agora, um estilo de decoração contemporâneo e minimalista.

Num projecto da responsabilidade da arquitecta e decoradora Teresa Leónidas, da empresa NL – Decoração, o tema escolhido para a remodelação deste hotel de quatro estrelas foi o Aqueduto das Águas Livres, um dos cartões-de-visita da cidade de Lisboa, sobre o qual o hotel tem uma vista privilegiada.

“A reagir a um mundo cada vez mais globalizado, os consumidores procuram uma maior diversidade na oferta do hotel, mas mantêm-se muito exigentes no que toca à qualidade do serviço. A Mercure responde a esta necessidade oferecendo hotéis com personalidades individuais que estão enraizadas nas suas cidades e regiões”, refere Hélder Santos, director do hotel.

A primeira fase desta transformação foi realizada nos corredores e nos quartos que, agora decorados a rigor, permitem que os hóspedes usufruam de uma noite mais moderna e confortável, seja em viagens de lazer ou de negócios.

Posteriormente, numa segunda etapa do projecto, foi efectuada uma mudança de visual e decoração das zonas públicas. Esta renovação baseou-se na utilização de materiais mais contemporâneos e minimalistas, tais como o vidro, os espelhos e as transparências e, também, no uso de peças de design e de madeiras nobres, entre outros materiais.

Av. José Malhoa, 23
Tel. 217 208 000
www.mercure.com

CVR LISBOA

VINHO TINTO É O PREFERIDO

Os vinhos tintos são os preferidos dos consumidores e esta tendência tende a manter-se no futuro, conclui uma análise ao consumo de vinho, realizada pela Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa (CVR Lisboa).

O estudo revela que, actualmente, o consumo de vinho *per capita*, em Portugal, é de 42 litros/ano, um número que tem vindo a decrescer devido a factores como a conjuntura económica do país, a introdução de novas leis relativas à alcoolemia, a mudança radical no estilo de vida dos portugueses e, até mesmo, a própria dieta mediterrânica.

“No início da década de 90, o consumo em Portugal era de 65 litros por pessoa e, em 2005, essa medida caiu para os 45. O que significa que, passados oito anos, o consumo *per capita* teve uma diminuição de apenas três litros, uma tendência que está prestes a estabilizar” explica, em comunicado, Vasco d’Avillez,

presidente da CVR Lisboa. A CVR Lisboa sublinha ainda que os mercados com maior consumo *per capita* são França, Espanha, Itália e Portugal, sendo que a Alemanha não ocupa uma posição tão elevada neste *ranking* devido aos seus hábitos de consumo de bebidas alcoólicas.

A CVR Lisboa está presente em todos estes mercados e revela que, em relação aos primeiros países referidos, os consumos de vinho *per capita* são muito semelhantes, assim como os hábitos de consumo, com o vinho a servir de aperitivo ou acompanhamento à refeição, ao contrário da Alemanha onde esta bebida é servida como digestivo.

Vasco d’Avillez considera que, apesar de a crise ter alterado os elementos no mercado nacional, as exportações excedem o esperado, pelo que equilibram o conjunto e dão força ao mercado do vinho.

Apesar dos valores de consumo interno de vinho

terem vindo a baixar, de forma proeminente ao longo dos anos, este mercado tem atingido valores de vendas nunca antes vistos, devido à exportação que, em 2012, ultrapassou os 700 milhões de euros.

Recorde-se que o mercado do vinho em Portugal vale mais de um milhar de milhão de euros, dos quais apenas cerca de 300 milhões são para consumo interno, revela a mesma análise.

Ainda assim, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (ABR/2013), o único sector económico em que Portugal é excedentário é o do vinho, onde o seu nível de auto-suficiência é superior a 100 por cento.

Rua Cândido dos Reis, 1
Torres Vedras
Tel. 261 316 724
www.vinhosdelisboa.com