

URBACT Infoday



Auditório da CCDR Alentejo
Évora, 27 de novembro de 2018

© Estela Cemeirão



REPÚBLICA
PORTUGUESA

AMBIENTE E TRANSIÇÃO ENERGÉTICA



LOJAS
COM
HISTÓRIA

Évora 27 Novembro 2018

1. Porquê criar este programa

O que se pretendia

- Preservar comércio tradicional
- Travar o desaparecimento de comércio característico da cidade
- Reconhecer as actividades centenárias
- Contribuir para a manutenção da identidade da cidade

Assim

O objectivo deste programa consiste no apoio e promoção do comércio tradicional local como marca diferenciadora da cidade garantindo a continuação renovada de um sector com enorme valor patrimonial cultural e económico.

Universo de lojas

O primeiro universo de lojas resulta da fusão das bases de dados existentes no município ao qual se aplicou um conjunto de 3 premissas:

- a) Loja centenária;
- b) Manutenção da localização;
- c) Manutenção da actividade;

Resultado: 263 lojas das quais saiu uma amostra de 100 que foram o ponto de partida

Afinal o que é uma Loja com História?

Uma loja com história é um estabelecimento com características únicas e diferenciadoras da actividade económica. Apresenta interesse cumulativo da actividade, bem como da existência e preservação de elementos patrimoniais materiais, culturais e históricos.

2. Time line

Fevereiro de 2015 - Aprovado em reunião de câmara em

Fevereiro de 2016 - Aprovação dos critérios de distinção em

Julho de 2016 - Primeiras lojas distinguidas iniciativa municipal (63)

Março de 2017 - Lojas distinguidas iniciativa municipal (19)

Abril de 2017 - Regulamento de Distinção e Regulamento Municipal de Apoio publicados em Diário da República

Maio 2017 - abertura das candidaturas

Junho de 2017 – Lei 42/2017 Reconhecimento de entidades de interesse histórico social e cultural

Julho de 2018 - Primeiras lojas distinguidas por candidatura(44)

Dezembro de 2018 - Lojas com proposta de distinção por candidatura(17) (a aguardar reunião de câmara)

Alguns números

Maio a Dezembro 2017 - 133 candidaturas submetidas

100 candidaturas analisadas

43 lojas com parecer favorável à distinção

Janeiro a Novembro 2018 - 125 candidaturas submetidas

Novembro - 70 candidaturas analisadas

13 lojas com parecer favorável à distinção

3. O processo de distinção

- 1 — Submissão da candidatura
- 2 — Investigação - pesquisa e recolha de informação sobre a loja;
- 3 — Visita
- 4 — Aplicação dos critérios
- 5 — Proposta de decisão
- 6 — Conselho consultivo
- 7 — Audição às juntas de freguesia 10 dias uteis
- 8 — Consulta Pública 20 dias uteis
- 9 — Decisão final

Critérios

Pontuação

Valorizam-se todos os critérios com um ponto, à excepção do critério Longevidade que valoriza 1 ponto por cada 25 anos de actividade até um máximo de 3 pontos.

Critérios

Aplicação

Para ser considerado Loja com História o estabelecimento tem de satisfazer duas regras:

1. Cumprir obrigatoriamente 1 critério em cada núcleo
2. Cumprir mais de 50 % dos critérios, no total dos 3 núcleos

Retalho, 3 núcleos, 20 critérios, mínimo 11 = Distinção

Restauração, 3 núcleos, 18 critérios, mínimo 10 = Distinção

3 Núcleos

1. ACTIVIDADE **5 pontos restauração e serviços**
7 pontos retalho
2. PATRIMÓNIO MATERIAL **9 pontos**
3. PATRIMÓNIO CULTURAL e HISTÓRICO **4 pontos**

1. ACTIVIDADE

Longevidade reconhecida **1 a 3 pontos**

Significado para a história comercial da cidade **1 ponto**

Existência de Oficinas e/ou Produção Própria **1 ponto**

(não aplicável nem à restauração nem aos serviços)

Produção Nacional **1 ponto**

(não aplicável nem à restauração nem aos serviços)

Produto identitário e/ou existência de marca(s) própria(s) **1 ponto**

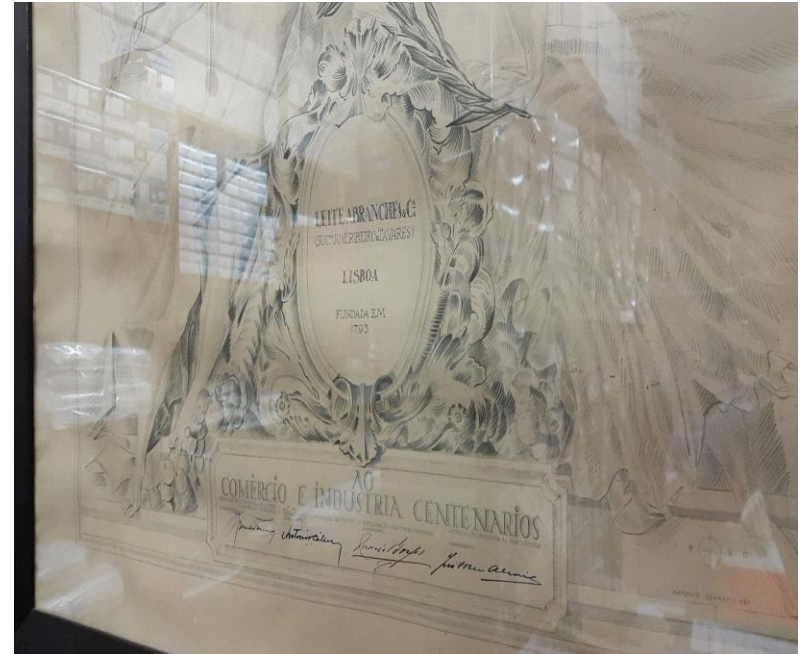
1.1. Longevidade reconhecida

Farmácia Andrade: abertura em 1837.

180 anos de actividade = 3 pontos.

Pavilhão Chinês :abertura em 1986.

31 anos de actividade = 1 ponto.



1.2. Significado para a história comercial da cidade



Confetaria Nacional

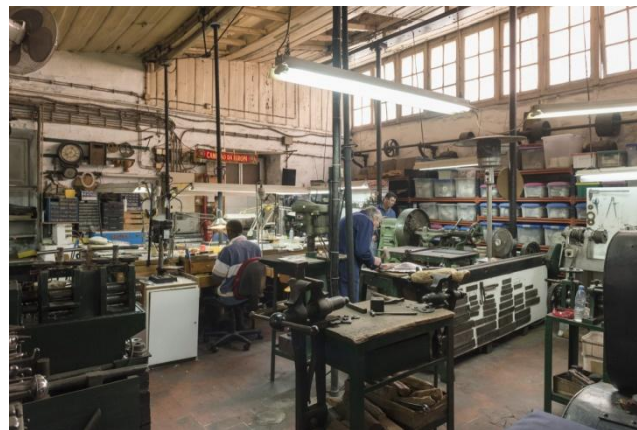


André Ópticas

1.3. Existência de oficinas e/ou produção própria



Luvaria Ulisses



Leitão e Irmão Ourivesaria



1.4. Produção Nacional



Sapataria do Carmo



Casa Achilles

1.5. PRODUTO IDENTITÁRIO



Pasteis de Belém



A Ginginha

1.5. Existência de marca(s) própria(s)



Ginginha Sem Rival



Confeitaria Nacional

2. PATRIMÓNIO MATERIAL

Património artístico e/ou projectado

- Projecto de espacialidade **1 ponto**
- Mobiliário e iluminação **1 ponto**
- Suportes de comunicação **1 ponto**
- Decoração **1 ponto**
- Projecto total **1 ponto**

Espólio/Acervo

- Utensílios e/ou matérias-primas **1 ponto**
- Elementos documentais **1 ponto**

Salvaguarda e divulgação

- Salvaguarda **1 ponto**
- Divulgação **1 ponto**

2.1.1. Projecto e espacialidade arquitectónica



Casa Havaneza

2.1.2. Mobiliário e iluminação



Chapelaria Azevedo Rua



Sapataria do Carmo

2.1.3. Suportes de comunicação



Conserveira de Lisboa



Confetteria Nacional



Casa Achilles

2.1.4. Decoração



Pavilhão Chinez



Casa Havaneza

2.1.5. Projecto total



Restaurante Casanostra



2.2.1. Utensílios e/ou matérias primas



Casa Achiles

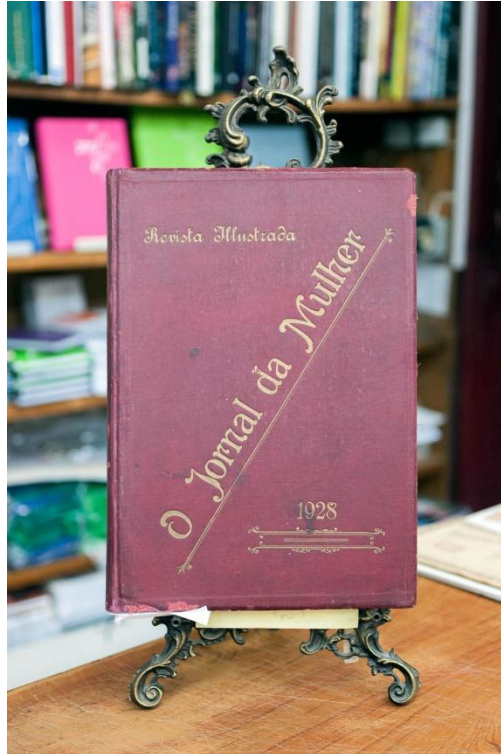
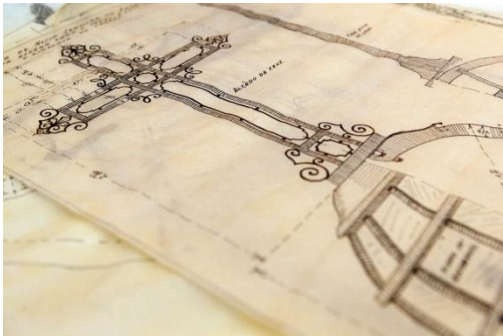


Chapelaria Azevedo Rua

2.2.2. Elementos documentais



Joalheria Ferreira Marques



Au Petit Peintre



Chapelaria Azevedo Rua

2.3.1. Salvaguarda
2.3.2. Divulgação



Farmácia Andrade



Ourivesaria Sarmento



3. PATRIMÓNIO CULTURAL E HISTÓRICO

Lojas de referência

- Coesão e proximidade **1 ponto**
- Significado para a história, cultura e memória colectiva dos cidadãos **1 ponto**

Salvaguarda e divulgação

- Salvaguarda **1 ponto**
- Divulgação **1 ponto**

3.1.1. Coesão e Proximidade



Casa Pereira da Conceição



Restaurante Estrela da Sé

3.1.2. Significado para a história, cultura e memória colectiva dos cidadãos



Reunião do Grupo dos 5
Eça de Queiroz, Oliveira Martins, Antero de
Quental, Ramalho Ortigão, Guerra Junqueiro

Havaneza do Chiado

3.1.2. Significado para a história, cultura e memória colectiva dos cidadãos



A Brasileira



Martinhotela Arcada

3.2.1. Salvaguarda

Teatro das compras



Café Nicola



Chapelaria Azevedo Rua

3.2.2. Divulgação

LEITÃO & IRMÃO JOALHEIROS

JOALHARIA NOVADO PRATAS E CASA SERVIÇOS A CASA LEITÃO



1900 – ARTE

Balveta Barahona, considerada uma consumidora da ourivesaria portuguesa. O desenho e a modelação foram confiados a Columbano Bordalo Pinheiro, um dos grandes artistas da época.



1908 – ESTADOS UNIDOS DO BRASIL

Taça Brasil, encomendada pelo rei D. Carlos para oferta ao Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, no contexto das comemorações do Centenário da Abertura dos Portos Brasileiros às Nações Amigas.

1898 – CAMINHO MARÍTIMO PARA A ÍNDIA

Medalha comemorativa dos 400 anos da chegada de Vasco da Gama à Índia.



1907 – ÁFRICA

Cofre da Cidadania, oferecido ao príncipe D. Luís Filipe durante a viagem real às colónias portuguesas de África em 1907. Foi manufaturado nas oficinas do Bairro Alto pelas mãos de dois mestres prateiros portugueses: João da Silva, um jovem e promissor cinzelador, aprendiz nas oficinas do Bairro Alto e posteriormente formado em Paris e Geneve, e Júlio Rodrigues Pinto, chefe da oficina. Em prata cinzelada e com quatro presas de marfim aplicadas sobre a tampa, assenta em quatro rinocerontes e sustenta nas aristas figuras de netunos.



A VENEZIANA

1. ACTIVIDADE

- 1.1. Longevidade reconhecida 3
- 1.2. Significado para a história comercial da cidade
- 1.3. Existência de Oficinas e/ou Produção Própria (não aplicável)
- 1.4. Produção Nacional (não aplicável)
- 1.5. Produto identitário e/ou existência de marca(s) própria(s)

2. PATRIMÓNIO MATERIAL

2.1. Património artístico e/ou projectado

2.1.1 Projecto de espacialidade

2.1.2. Mobiliário e iluminação

2.1.3. Suportes de comunicação

2.1.4. Decoração

2.1.5 Projecto total

2.2. Espólio/Acervo

2.2.1. Utensílios e/ou matérias-primas

2.2.2. Elementos documentais

2.3. Salvaguarda e divulgação

2.3.1 Salvaguarda

2.3.2. Divulgação

3. PATRIMÓNIO CULTURAL E HISTÓRICO

3.1. Lojas de referência

3.1.1. Coesão e proximidade

3.2.1. Significado para a história, cultura e memória colectiva dos cidadãos

3.2. Salvaguarda e divulgação

3.2.1. Salvaguarda

3.2.2. Divulgação

11 sim

não

SAPATARIA DO CARMO

1. ACTIVIDADE

- 1.1. Longevidade reconhecida 3
- 1.2. Significado para a história comercial da cidade
- 1.3. Existência de Oficinas e/ou Produção Própria
- 1.4. Produção Nacional
- 1.5. Produto identitário e/ou existência de marca(s) própria(s)

2. PATRIMÓNIO MATERIAL

- 2.1. Património artístico e/ou projectado
 - 2.1.1 Projecto de espacialidade
 - 2.1.2. Mobiliário e iluminação
 - 2.1.3. Suportes de comunicação
 - 2.1.4. Decoração
 - 2.1.5 Projecto total

- 2.2. Espólio/Acervo
 - 2.2.1. Utensílios e/ou matérias-primas
 - 2.2.2. Elementos documentais

- 2.3. Salvaguarda e divulgação
 - 2.3.1 Salvaguarda
 - 2.3.2. Divulgação

3. PATRIMÓNIO CULTURAL E HISTÓRICO

- 3.1. Lojas de referência
 - 3.1.1. Coesão e proximidade
 - 3.2.1. Significado para a história, cultura e memória colectiva dos cidadãos

- 3.2. Salvaguarda e divulgação
 - 3.2.1. Salvaguarda
 - 3.2.2. Divulgação

13

sim

não

Validade da Distinção

A distinção tem a validade mínima de 4 anos sendo renovada automaticamente excepto nos casos em que as lojas distinguidas sofram alterações com prejuízo dos critérios de atribuição subjacentes à mesma.

4. Lei 42/2017

A presente lei estabelece o regime de reconhecimento e proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local.

Para efeitos do reconhecimento em causa são ponderados, nos termos do art.º4 da Lei 42/2017, **os critérios gerais de reconhecimento de estabelecimento ou entidade de interesse histórico e cultural ou social local:**

- a) **A atividade;**
- b) **O património material;**
- c) **O património imaterial.**

Actividade

- a) A **longevidade reconhecida**, assente no exercício da atividade suscetível de reconhecimento há pelo menos 25 anos;
- b) O **significado para a história local**, assente na sua contribuição para o enriquecimento do tecido social, económico e cultural locais, em termos que constituam um testemunho material da história local;
- c) O seu objeto identitário, assente na manutenção de uma **função histórica, cultural ou social que, pela sua unicidade, diferenciação e qualidade, apresentem uma identidade própria**, designadamente através da promoção continuada de atividades culturais, recreativas e desportivas;
- d) O facto de serem **únicos no quadro das atividades prosseguidas**, em função do seu uso original, de serem os **últimos do seu ramo de negócio ou atividade**, de terem introduzido novos conceitos na sua atividade para responder às necessidades do público ou da comunidade, ou de manterem oficinas de manufatura dos seus produtos.

Património Material

- a) O património artístico, evidenciado na presença de património material íntegro ou de elementos patrimoniais originais e de interesse singular, designadamente:
- i) Arquitetura;
 - ii) Elementos decorativos e mobiliário;
 - iii) Elementos artísticos, designadamente obras de arte;
- b) O acervo, decorrente da posse de bens materiais e documentos considerados essenciais para a atividade da entidade e que integrem o seu espólio.

Património Imaterial

- a) A sua **existência como referência local**, decorrente da presença continuada como referência viva na cultura local e nos hábitos e rituais do público, contribuindo assim para a identidade urbana ao constituírem uma referência geográfica ou de orientação e memória dos cidadãos, ou ao terem sido e continuarem a ser, de forma relevante para a história local ou nacional, palco de acontecimentos ou local de reunião de grupos de cidadãos;
- b) A **necessidade de salvaguarda do património imaterial, garantindo a salvaguarda dos bens patrimoniais e documentais que o registem, e respetivo património intangível;**
- c) A **necessidade de divulgação, garantindo o conhecimento do património imaterial pelos residentes e visitantes do tecido edificado em que se inserem, como forma da sua valorização e fruição junto do público.**

5. Benefícios

Comunicação

- Marca [Lojas com História](#)







Exposição
Lojas com História

7SET - 25NOV
De Terça a Sábado (12h - 18h30)
Nº134, Rua da Conceição

LOJAS
COM
HISTÓRIA



LOJAS

DOCUMENTÁRIOS

SOBRE

PT-EN

LOJAS COM HISTÓRIA

CONHECER
LISBOA PELAS
SUAS LOJAS

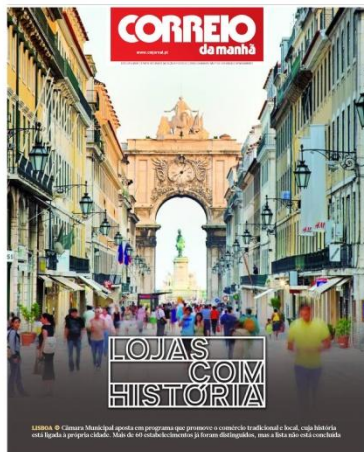


VER VÍDEO

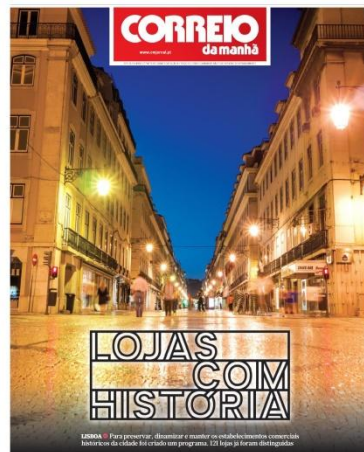
DESCOBRIR



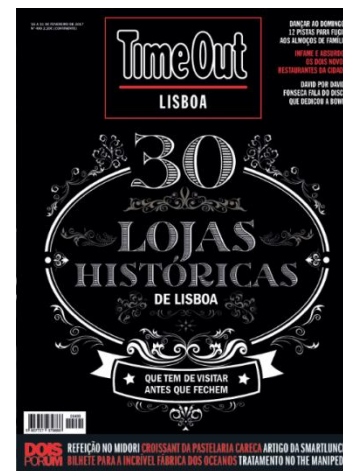




Outubro 2016



Outubro 2018



Fevereiro 2017



Fevereiro 2018

Documentários



Reconhecimento



GOOD PRACTICE CERTIFICATE

Lisbon

was awarded the URBACT Good Practice Label for its tried-and-tested solution

Shops with a history

during the URBACT City Festival in Tallinn on 3 October 2017.

The URBACT programme congratulates you for your hard work!

Driving change for better cities
urbactgoodpractices.eu





Prémio Media Digital Awards Sapo 2017

Benefícios Financeiros

Fundo Municipal de Apoio às Lojas com História criado pela CML

- dotação de € 250.000,00 (montante definido anualmente)
- comparticipação máxima de € 25.000,00
- 80% a fundo perdido (excepcionalmente 100%)

Isenção de IMI previsto no OE 2019

Benefícios Legais

Lei 42/2017

- Protecção dos contratos de arrendamento por mais 5 anos ou por mais 10 anos (contratos que ainda não tenham transitado para o NRAU) (nº 2 e nº 3 do artigo 13º)

Julho 2016
63 lojas

Fevereiro 2017
19 lojas

Junho 2018
44 lojas

Março 2018
5 entidades
culturais

Março 2018
19 oficinas

Setembro 2018
1 entidade
desportiva

Dezembro 2018
17 lojas

Dezembro 2018
1 oficina

6. Desafios

Manutenção destas lojas face a:

- Pressão imobiliária
- Falta de quem continue o negócio
- Inviabilidade económica

Neste momento já fecharam 5 das 121 lojas distinguidas

Restaurante Faz Frio

VS

Restaurante Faz Frio



LOJAS
COM
HISTÓRIA



Aillaud & Lellos

VS

Degrau



Sofia Pereira

Socióloga

Coordenadora do Grupo de Trabalho Lojas com História

sofia.pereira@cm-lisboa.pt

lojascomhistoria@cm-lisboa.pt

