

Antes e Depois Tabacaria Henrique

AUMENTO DE LUCROS APÓS REMODELAÇÃO

este Clube é para si!
Saiba como >>>



Quiosque

Distribuição gratuita aos Agentes VASP e SDIM

acontece
16.º ENCONTRO DOS AGENTES DE GUIMARÃES

Em Foco
PONTOS DE VENDA SAZONAIS



VASP CRIA NOVA UNIDADE DE NEGÓCIO

TMK lança Quiosque dos Milhões e Campanha Bike Verão 2007



03

- 04 Breves**
Casos de sucesso

- 06 Destaque**
Motorpress, uma editora global de revistas especializadas sobretudo no sector automóvel

- 09 Novidades**
Iniciativas e novos lançamentos em notícia

- 11 Em Campo**
Campanhas de destaque pelo País

- 18 Conhecer o Grupo Vasp**
A Vasp tem uma nova unidade de negócio, a TMK, que já arrancou com acções dinâmicas

- 20 Acontece**
O 16.º Encontro Anual dos Pontos de Venda de Guimarães proporcionou a troca de experiências profissionais entre agentes

- 22 Em Foco**
Pontos de venda sazonais junto de praias

- 28 Antes & Depois**
A remodelação da Tabacaria Henrique, no Fundão

- 30 Clube Ponto de Venda**
Descontos só para os agentes da Vasp

- 32 Catálogo**
Produtos não editoriais disponíveis

- 34 Classificados**
Anúncios vários

editorial



Atestado de confiança

Na última edição da **QUIOSQUE**, a propósito de novos projectos estruturantes a lançar pela Vasp, levantou-se um pouco o véu sobre novidades que não tardariam a ser comunicadas. Nesta edição, o véu é totalmente retirado e é posto todo o enfoque nessas alterações, muito importantes para o nosso futuro próximo. Desde logo, uma alteração relevante na forma como a Vasp se organiza - para dar corpo a uma maior especialização no desenvolvimento de soluções para a promoção das publicações, bem como para aprofundar o negócio de produtos não editoriais (PNE - cartões telefónicos, pilhas e muitos outros produtos de conveniência) a Vasp lançou neste mês de Julho uma nova empresa: a Vasp TMK - Soluções de Trademarketing, Lda., a qual será conhecida pela marca TMK. O primeiro projecto estruturante que a TMK está a pôr em marcha, por seu lado, é o Quiosque dos Milhões, um programa de motivação para a rede de agentes, que na altura em que esta edição está a ser encerrada já registou a adesão de mais de 1500 dos nossos pontos de venda. E que no futuro próximo irá crescer mais alguns milhares. E porque é que estes projectos estão a acontecer nesta altura? A resposta mais simples e imediata é esta: porque é preciso! Nas alturas de crise é tempo de arregaçar as mangas, e é isso que se está a fazer - inovando, fazendo diferente, com o objectivo de chegar mais longe. Ao seguirmos por este caminho, que não é isento de riscos, tivemos o apoio e a confiança dos nossos parceiros editores e de PNE. É igualmente uma forma de dizermos ao mercado que confiamos e apostamos nos nossos parceiros da rede de vendas - acreditamos que, todos juntos, vamos mesmo vencer!

José Carlos Lourenço
Director-Geral da Vasp

QUIOSQUE Revista Bimestral - n.º 25 - Julho/Agosto 2007

vasp

Propriedade Vasp - Distribuidora de Publicações
Sede Media Logistics Park, Quinta do Grajal
- Venda Seca, 2735-511 Aqualva-Cacém
Directora Rosalina Festas (rfestas@vasp.pt)



Edição e Concepção Gráfica
Divisão Customer Publishing da EDIMPRESA
Rua Calvet de Magalhães, 242, Laveiras
2770-022 Paço de Arcos

PUBLICIDADE
Isabel Bourbon (ibourbon@vasp.pt)
Telefone 21 433 70 66 Fax 21 432 60 09

IMPRESSÃO
Heska Portuguesa, S.A. - Campo Raso - Sintra
Depósito Legal 197831/03
Tiragem 10.000 exemplares

ASSINATURAS
VASP - PREMIUM
Tel. 21 433 7036 Fax 21 432 6009
assinaturas@vasp.pt

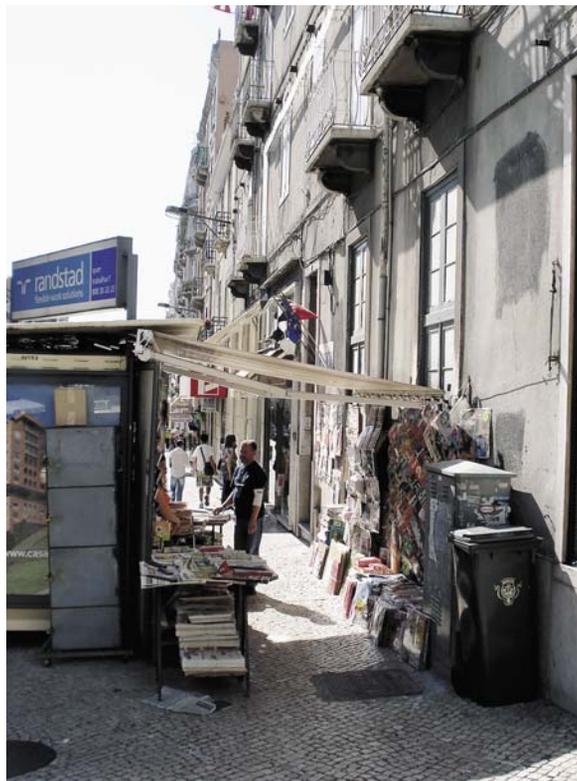


Quiosque Pimenta

António José Pimenta Barrue está no negócio dos jornais e revistas desde 1994. Tem um quiosque situado perto do Alto de S. João, em Lisboa. Após um ano de funcionamento, decidiu alterar o horário do seu ponto de venda e mantém-no aberto de segunda a sexta-feira, das 8 da manhã à meia-noite. Da parte da manhã, aos sábados, domingos e feriados, mantém a hora de abertura e encerra o estabelecimento às 20 horas. Este horário de funcionamento extensível à noite revelou-se uma estratégia muito bem-sucedida, para a qual foi determinante a localização do seu ponto de venda, junto ao Externato Marquês de Pombal (com turnos nocturnos) e à Pastelaria Flor do Império (que também tem movimento até à meia-noite). Segundo António José Barrue, a sua banca tem clientes de várias zonas da cidade, de Alcântara, Campo de Ourique e Baixa, que se deslocam àquele quiosque porque já sabem que podem adquirir publicações a qualquer hora.

Casa Havanesa

Situada no Bairro Novo, na Figueira da Foz, a Casa Havanesa existe desde 1884. Em Maio deste ano completou 122 anos. Reabriu remodelada e com uma nova gerência, formada pelo arquitecto António Guardiola (filho da proprietária do edifício) e a sua mulher, a professora Anabela Santos. Para o jovem casal, assumir este desafio profissional é uma oportunidade honrosa, que surgiu quando a anterior proprietária, Helena Alves, decidiu trespassar o negócio. De referir que a Câmara Municipal da Figueira da Foz fez recentemente uma homenagem pública, com a atribuição da medalha de Mérito Cultural do município, a Helena Pinto Leite Santos Alves, a última descendente da família Santos Alves, a qual, durante 121 anos, manteve a gestão e a propriedade da Casa Havanesa, considerada a mais emblemática livraria da cidade. Fiel ao património histórico que o estabelecimento representa, a Casa Havanesa já reabriu as suas portas com o espaço totalmente remodelado, mais amplo e funcional, com o objectivo de “estar mais aberto ao cliente”. A nova gerência apostou forte na organização, variedade de livros e publicações (nacionais e estrangeiras), maior oferta de material escolar e de escritório, canetas de marca, isqueiros de colecção e cachimbos. A filosofia do actual espaço é prioritariamente o bem-estar dos seus clientes, o que lhes permite a consulta das publicações de uma forma confortável (sentados em *puffs*, a tomar café, chá ou chocolate quente). Os novos gerentes pretendem projectar a nova Havanesa como espaço de referência cultural com diversas iniciativas dedicadas a diferentes grupos etários, bem como os habituais lançamentos de livros.



Livraria 1001 Páginas

Ambição profissional de Inês Filipa Henriques sempre foi ter uma livraria, mas como os livros não estavam a ter o sucesso esperado resolveu aumentar a oferta de produtos. Foi há dois anos que esta agente adquiriu um ponto de venda no Mercado Municipal de Montemor-o-Velho. Há bem pouco tempo surgiu a oportunidade de explorar uma loja no maior supermercado (Intermarché) do concelho. A aposta revelou-se acertada pelo aumento considerável de fluxo de clientes, e para tal foi necessário adequar e acrescentar a oferta dos jornais e revistas. Agora, com a remodelação do espaço, a Livraria 1001 Páginas apresenta-se mais acolhedora e funcional. A livraria conta ainda com um serviço de Internet, que se tem revelado bem útil e atractivo para a clientela.

Distinção pela qualidade

06
07

A Motorpress distingue-se no meio editorial português pela qualidade das suas publicações especializadas – principalmente no sector automóvel – e dirigidas a públicos-alvo distintos. João Ferreira, administrador do grupo em Portugal, dá a conhecer o rumo que a empresa continua a traçar

A Motorpress é uma editora global de revistas especializadas com elevada qualidade e com especial incidência no sector automóvel. A empresa foi fundada na Alemanha em 1946, tendo dado o seu primeiro passo para a internacionalização em 1975.

No panorama actual, a Motorpress está directamente presente em 22 países: Portugal, Espanha, França, Alemanha, Holanda, Grécia, Noruega, Suécia, Suíça, República Checa, Croácia, Hungria, Polónia, Roménia, Rússia, Eslovénia, Ucrânia, China, Argentina, Colômbia, México e Brasil.

Em Portugal, a Motorpress Lisboa lidera o sector de revistas especializadas, com títulos que constituem marcos incontornáveis no panorama editorial português, tais como *Autohoje*, *Automagazine*, *Guia do Automóvel*, *Maxi Tuning*, *Motociclismo*, *Pais&Filhos*, *Men's Health* e, mais recentemente, a *Super Interessante*.

Vocacionada para a edição de revistas especializadas ou de nicho, a Motorpress está agora a absorver a cultura editorial e empresarial do Grupo Gruner and Jahr, do universo Bertelsmann, um dos principais e maiores conglomerados de comunicação social do Mundo, que no final de 2005 adquiriu a maioria da Motorpress Estugarda.

No crescimento do grupo Motorpress em Portugal, que etapas considera que foram marcantes?

Em Portugal, e nos primeiros seis anos de



João Ferreira, administrador da Motorpress, confia no desenvolvimento da empresa face aos novos e actuais desafios

actividade, a empresa desenvolveu a sua política de crescimento com o lançamento da maioria dos seus actuais títulos. A partir daí o crescimento foi sustentado, desenvolvendo, ao mesmo tempo, uma política organizativa

de tipo alemão, que permitiu a consolidação segura das publicações editadas e preparou a empresa para os desafios da Internet e dos tempos difíceis que o mercado português tem cruzado.

É importante que quem trabalha nos pontos de venda tenha um contacto directo e concreto com as revistas que tem para ajudar os clientes indecisos



Que publicações a Motorpress se orgulha de ter nas bancas?

Autohoje, Automagazine, Guia do Automóvel, Maxi Tuning, Motociclismo, Pais&Filhos, Sport Life, Bebê d'hoje, Super Interessante, Men's Health, Bike Magazine, Connect, Navegar, Motor Clássico, ProTénis, Relógios&Jóias, Best Life e Autohoje TT.

Que desafios e perspectivas tem a Motorpress no seu rumo a curto e a médio prazo?

O desafio presente é a transformação da actual capacidade de produção editorial, vocacionada para a informação em papel, para os novos meios de comunicação multiplataforma e nos quais já estamos a actuar, nomeadamente na Internet, venda de conteúdos e Internet TV.

Que acções e/ou estratégias de marketing foram determinantes para a expansão dos seus títulos?

A expansão dos títulos da Motorpress foi muito suportada pela excelência da qualidade editorial dos seus produtos, garantida por profissionais competentes e bem preparados, que, através de sistemáticas análises, estudos e orientações, levaram ao conhecimento das necessidades dos seus potenciais leitores, produzindo revistas que são referências do mercado português.

Que importância atribui à actividade dos pontos de venda para o sucesso das publicações?

A simples forma como são expostas as nossas revistas nos diversos pontos de venda é de uma importância vital. As nossas revistas, pelos temas que tratam e também pela quantidade de vendas que garantem, acabam por ser muito acarinhadas pelo ponto de venda. E uma coisa é certa: quanto mais bem expostas estão mais vendas concretizam e mais margem para o ponto de venda geram.

Com uma actividade editorial tão intensa e dirigida, em alguns casos, a segmentos de mercado bem específicos, que conselhos

entende transmitir à rede de pontos de venda sobre a organização dos espaços de exposição das publicações?

Uma coisa que nos parece importante é que os responsáveis, os trabalhadores e os colaboradores dos pontos de venda tenham um contacto directo e concreto com as revistas que vendem. Saber o que uma publicação habitualmente publica pode ajudar muito um leitor/cliente indeciso. Uma simples sugestão, não só pode fazer uma venda como fidelizar um cliente. Um cliente bem servido é um cliente que volta para comprar. **Q**



Para o responsável deste grupo editorial as suas publicações distinguem-se pela excelência da qualidade

Valores

Publicação nova no mercado destinada a apreciadores de peças de arte, relojoaria e jóias. A edição em banca é dedicada ao tema "Ouro". Início: 28 de Junho.

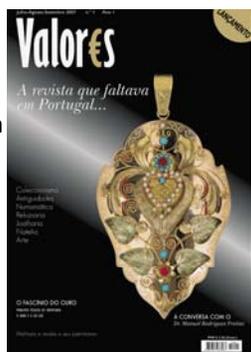
SEGMENTO: Arte, Relojoaria, Jóias

PERIODICIDADE: Trimestral

PÚBLICO-ALVO: Amantes de relógios, jóias e arte

PREÇO: €2,50

EXPOSIÇÃO: Junto das revistas de arte, jóias e relojoaria



Veja Lisboa/Porto

É um guia turístico de Lisboa e do Porto para quem gosta de visitar estas duas cidades. São duas publicações bilingues.

Início: 21 de Junho.

SEGMENTO: Lazer

PERIODICIDADE: Anual

PÚBLICO-ALVO: Turistas

PREÇO: €13,80

EXPOSIÇÃO: Junto das revistas de lazer



Luxos Time

Esta publicação mensal passou a ser distribuída pela Vasp a partir da edição de Junho. *Luxos Time* é uma revista destinada a pessoas que gostam de lazer, de luxo, viagens e restaurantes, entre outros. Início: 11 de Junho.

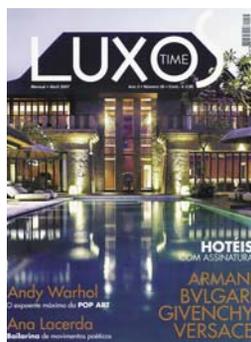
SEGMENTO: Lazer

PERIODICIDADE: Mensal

PÚBLICO-ALVO: Sociedade de luxo

PREÇO: €2

EXPOSIÇÃO: Junto das revistas de lazer



Plenitude

A revista *Plenitude* existe há já quatro anos, com distribuição própria.

A edição de Junho já passou a ser distribuída pela Vasp. Esta publicação aborda vários temas da actualidade.

Início: 1 de Junho.

SEGMENTO: Informação geral

PERIODICIDADE: Mensal

PÚBLICO-ALVO: Adultos

PREÇO: €2

EXPOSIÇÃO: Junto a revistas de informação geral



Várias do Editor Luike Iberoamericana

Este editor passou a distribuir, através da Vasp, as suas publicações de motos e automóveis. São várias as revistas sobre estes temas à escolha para quem gosta de estar actualizado sobre motores. Início: 1 de Junho.

SEGMENTO: Motos/Carros

PERIODICIDADE: Mensal

PÚBLICO-ALVO: Vários

PREÇO: €2 ou €3

EXPOSIÇÃO: Junto das revistas de carros ou de motos



Revista dos Vegetarianos - Vida Saudável

Revista que ensina a preparar pratos sofisticados e deliciosos criados por *chefs* da cozinha vegetariana. Nesta publicação o leitor encontra uma série de serviços e artigos que pretendem ajudá-lo a ter uma melhor qualidade de vida. Início: 29 de Junho.

SEGMENTO: Alimentação/culinária

PERIODICIDADE: Aperiódica

PÚBLICO-ALVO: Vegetarianos ou pessoas com hábitos de vida saudável

PREÇO: €3,50

EXPOSIÇÃO: Junto das revistas de culinária



24 Horas – Tudo para a Casa

Todas as sextas-feiras, até ao dia 14 de Setembro, o jornal *24 Horas* lança uma nova colecção composta por 15 volumes sobre decoração e *bricolage*. No interior de cada volume será colocado um *voucher* no valor de €3, a descontar numa loja Bricomarché. Início: 8 de Junho. Fim: 14 de Setembro.

SEGMENTO: Decoração e *bricolage*

PERIODICIDADE: Semanal, sai às sextas-feiras

PÚBLICO-ALVO: Leitores do *24 Horas* e todos os interessados em decoração e *bricolage*

PREÇO: €3 + jornal *24 Horas*

EXPOSIÇÃO: Junto ao *24 Horas*



24 Horas/O Jogo – Campanha Verão dos Clubes

Durante o mês de Agosto está disponível em banca a campanha Verão dos Clubes do jornal *24 Horas* e *O Jogo*. São lançados três *packs*: Pack Sport (Frisbee e raquetes), Pack Kid (balde, pá, ancinho e braçadeiras) e Pack Júnior (prancha insuflável e papagaio). Todos os *packs* estão disponíveis nas versões dos três clubes: SCP, FCP e SLB. Início: 28 de Julho. Fim: 31 de Agosto.

SEGMENTO: Lazer

PERIODICIDADE: Edição única

PÚBLICO-ALVO: Crianças e adultos

PREÇO: €5,50 + jornal *O Jogo* ou *24 Horas*

EXPOSIÇÃO: Junto ao *24 Horas* ou ao *O Jogo*



CM – Rua Sésamo

Todos os sábados, até ao dia 5 de Janeiro de 2008, na compra do *Correio da Manhã* o leitor vai poder fazer a colecção *Rua Sésamo*, composta por 30 livros + 30 DVD oferta. A primeira edição será lançada com o preço promocional de €1,95. Início: 16 de Junho. Fim: 5 de Janeiro de 2008.

SEGMENTO: Infantil

PERIODICIDADE: Semanal, sai aos sábados

PÚBLICO-ALVO: Leitores do *Correio da Manhã* e crianças

PREÇO: €8,95 + jornal *Correio da Manhã*

EXPOSIÇÃO: Junto ao *Correio da Manhã*



Caras Decoração – Produtos de Verão

A té Setembro, a *Caras Decoração* lança mensalmente um produto de Verão a acompanhar a edição. Cada produto está disponível em três cores. A toalha de praia foi criada por Ana Salazar; o saco de praia por Luís Bichinho; a bolsa por Katty Xiomara. Início: Edição de Julho. Fim: Edição de Setembro.

SEGMENTO: Acessórios de moda

PERIODICIDADE: Mensal

PÚBLICO-ALVO: Leitores da *Caras Decoração* e público feminino

PREÇO: Toalha – €4,99 + revista *Caras Decoração*; saco de praia – €2,99 + revista *Caras Decoração*; bolsa – €1,99 + revista *Caras Decoração*

EXPOSIÇÃO: Junto à *Caras Decoração*



JN – Arte Divertida

Durante 62 dias, o *Jornal de Notícias* vai oferecer diariamente uma peça de trabalhos manuais: pincéis, guaches, colas, tesouras, plasticinas, entre outros. No dia 8 de Julho foi distribuída uma mala para guardar todos os materiais de trabalhos manuais. Início: 8 de Julho. Fim: 7 de Setembro.

SEGMENTO: Infantil

PERIODICIDADE: Diária

PÚBLICO-ALVO: Leitores do *Jornal de Notícias* e crianças

PREÇO: Oferta

EXPOSIÇÃO: Junto do JN



DN – Colecção Livros de Bolso

Desde 23 de Julho, o *Diário de Notícias* está a oferecer aos seus leitores uma nova colecção de livros de bolso, às segundas, quartas, sextas e sábados. Esta iniciativa é composta por 24 volumes. Início: 23 de Julho. Fim: 31 de Agosto.

SEGMENTO: Lazer

PERIODICIDADE: Segundas, quartas, sextas e sábados

PÚBLICO-ALVO: Adultos

PREÇO: Oferta

EXPOSIÇÃO: Junto ao DN



DN – Fascículos Maravilhas do Mundo

De 25 de Maio a 12 de Julho o jornal *Diário de Notícias* promoveu uma iniciativa intitulada Maravilhas do Mundo. Esta acção consiste na oferta diária de um fascículo do *Livro Oficial das Maravilhas do Mundo*. Para ajudar a promover a colecção, o DN realizou uma acção de divulgação na Casa da Venda. Na noite de lançamento foi oferecido material promocional. Na semana de 25 a 31 de Maio foi levada a cabo uma acção cliente mistério, que consistiu em premiar os agentes com melhor destaque desta publicação nos seus pontos de venda e que indicavam a iniciativa a todos os leitores que procurassem o *Diário de Notícias*. Ao todo, foram 27 agentes premiados, o que comprovou, uma vez mais, a eficácia da sua colaboração neste tipo de iniciativas. **Q**



▶▶ A boa exposição desta publicação nos pontos de venda premiou 27 agentes



▶▶ A colecção foi apresentada aos ardinas na Casa da Venda



CARAS

No final do mês de Maio a *Caras* lançou uma nova colecção Produto de Verão: toalha de praia, saco de praia, bolsa de praia, *top* de Verão, saia e chinelos de Verão. Para o lançamento desta colecção a *Caras* e a *Vasp* realizaram uma acção em que estes produtos fizeram as montras de 15 pontos de venda estratégicos nas cidades de Lisboa e do Porto. O produto foi exposto de forma a potenciar a sua promoção e venda não só da revista como das toalhas de praia. **Q**



► Só Letras, no Alvaláxia (à esquerda), e Puma, no Colombo, ambos em Lisboa

SAL & PIMENTA

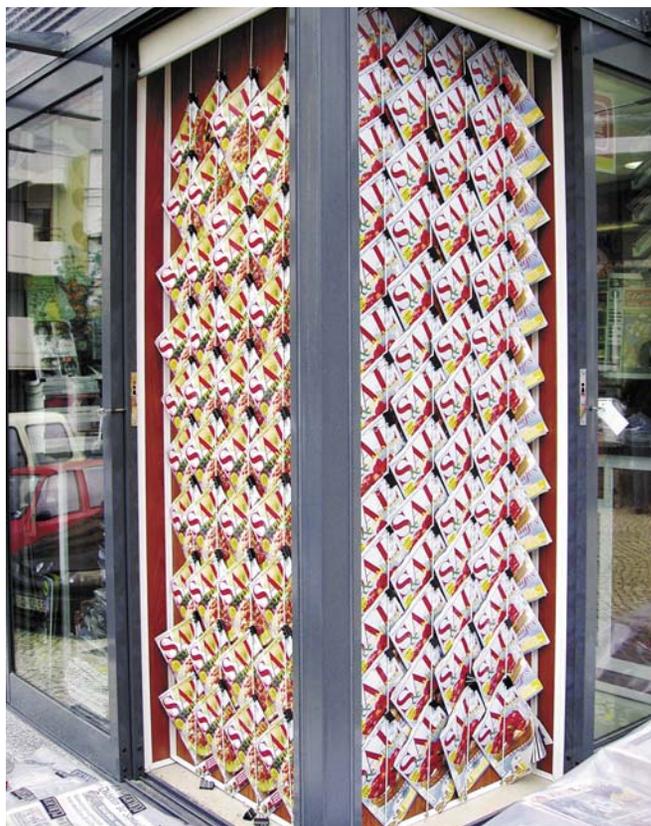
Sal & Pimenta é uma publicação de culinária, especializada em cozinha italiana, relativamente nova no mercado. De 31 de Maio a 6 de Junho, diversas lojas por todo o País - Lisboa, Porto e Aveiro - promoveram esta publicação, destacando nas montras e em locais estratégicos a segunda edição da *Sal & Pimenta*. Mais uma vez a *Vasp* e a sua equipa de promoção puderam contar com a participação dos pontos de venda, tendo estes sido uma ajuda preciosa para a divulgação e promoção da publicação, ultrapassando as expectativas quer ao nível da exposição quer ao nível da colaboração. **Q**



► Fumus, em Vila Nova de Gaia



► Zemajo, em Leça da Palmeira (em cima); Quiosque José Vaz Henriques Cruz, em Coimbra (ao lado)



SABER VIVER

Saber Viver, na edição de Junho, fez várias acções junto da rede de lojas com o intuito de reforçar/destacar a imagem da revista junto dos seus leitores: montras, destaques de linear e balcão em duas gasolineeiras - a BP e a Repsol -, e também nos supermercados Carrefour. Foi uma acção que movimentou cerca de 100 agentes. De norte a sul do País, esta publicação, dirigida ao público feminino, contou com a ajuda da equipe de promoção da Vasp e da rede de agentes para a sua exposição em locais de destaque. Eis alguns exemplos de como a Saber Viver teve em destaque. **Q**



▶ Cathy Santos Azóia, em Leiria (ao lado); Gespot, na 2.ª Circular, em Lisboa (em cima)



▶ Zemajo, em Matosinhos (à esquerda); Carrefour, em Braga (em baixo); BP, em Lisboa (à direita)





24 HORAS

Tudo para Casa

De 8 de Junho a 14 de Setembro o jornal *24 Horas* promove uma iniciativa intitulada Tudo para a Casa, a qual é composta por 15 volumes. Para promover a iniciativa, o jornal realizou uma acção na Casa da Venda, na madrugada do lançamento, onde ofereceu aos agentes *displays* promocionais para colocação nos quiosques. Durante os três dias seguintes, a Vasp visitou 30 agentes onde foi realizada a acção de melhor destaque. Todos os dias, a melhor exposição recebeu um vale de compra de €25. **Q**



DD Fotos de alguns dos premiados pelo melhor destaque de *24 Horas* - Tudo para a Casa



DD A acção na Casa da Venda apresentou a colecção aos ardinas (fotos em cima e em baixo)



EMPREGOS & NEGÓCIOS

a revista *Empregos & Negócios* é uma publicação de empreendedores, para os leitores interessados em gestão e negócios. De 7 a 13 de Junho, diversas lojas estrategicamente localizadas promoveram esta publicação, destacando nas montras a segunda edição da *Empregos & Negócios*. **Q**



► Mulembeira, em Sacavém (à esquerda); El Corte Inglés, em Lisboa Relay, no Porto Chegadas e Pumba, no Centro Comercial Colombo, em Lisboa



RAFA

a Vasp e um conjunto de entidades, entre as quais a RTP e a Sonae, apoiaram o projecto de angariação de fundos Aldeias Crianças SOS - associação que acolhe crianças órfãs, abandonadas e em famílias de risco. O Rafa é um boneco que foi distribuído pela Vasp em cinco cores diferentes: azul, vermelho, laranja, roxo e amarelo. Para promover este produto, a equipa de promoção colocou *displays* em vários pontos de venda espalhados por todo o País. Desta forma, a acção tornou-se bem notada em Portugal inteiro. **Q**



► Manuel Santos Silva, no Montijo



24 HORAS

Aprende e Joga com o Mundo Animal

dariamente, de 15 de Julho a 5 de Agosto, o jornal *24 Horas* promove a iniciativa Aprende e Joga com o Mundo Animal, composta por uma saqueta com uma réplica de um animal mais uma carta de jogar com a descrição do animal. Para promover a iniciativa, o jornal realizou várias acções com a rede de vendas, desde as acções de montras, a acção na Casa da Venda na madrugada do lançamento até à acção de melhor destaque durante três dias consecutivos. Esta promoção contou com uma participação activa dos pontos de venda na exposição do produto sendo uma acção pioneira que obteve resultados bastante positivos. É mais uma prova de que é possível diversificar o tipo de acções que se fazem com os nossos pontos de venda. **Q**



▶▶ Multijogos (em cima); Puma (em baixo)



▶▶ A acção na Casa da Venda (à esquerda em cima); O Ursinho (à esquerda em baixo)



vasp

Auditório

Direcção Geral

Dir. Admin. e Financeira

Dir. Marketing de Editores

Dir. Sistemas de Informação

Dir. Vendas e Gestão de Rede

Sec. Recursos Humanos

tmk Soluções de Trade Marketing

À conquista do mercado



Desenvolver e implementar soluções de *trademarketing* na rede de pontos de venda de publicações (jornais e revistas) são os objectivos da Vasp TMK – Soluções de Trademarketing, Lda. Rosalina Festas, a responsável desta nova unidade de negócio, revela as iniciativas de arranque que já são um sucesso



Lançada no mercado no mês de Julho, a nova unidade de negócio da Vasp, cuja marca se pretende que seja conhecida por TMK, tem muitos trunfos quando comparada com a concorrência. Um deles é o facto de a Vasp ser a maior distribuidora de jornais e revistas do mercado português, detendo cerca de 60 por cento de quota. Por isso mesmo, a equipa da TMK tem a vantagem de conhecer profundamente as necessidades e oportunidades da rede de pontos de venda de publicações a

nível nacional. “A TMK pretende ser uma mais-valia para os editores e outros parceiros, que cada vez mais apostam no desenvolvimento de acções promocionais junto dos pontos de venda, pois são nesses locais onde se decide a compra”, explica Rosalina Festas, directora executiva da nova unidade de negócio da Vasp. A responsável garante que as suas expectativas em relação a este novo projecto “são bastante elevadas”. Há sete anos a trabalhar na distribuidora, Rosalina Festas, de 37 anos, admite que

este é, sem dúvida, “um dos maiores desafios” da sua carreira profissional.

Para além das actividades de *trademarketing*, serão igualmente transferidos para a TMK os negócios de produtos não editoriais (PNE). “Expandir o portefólio actual de produtos, permitindo aprofundar e desenvolver novas técnicas de vendas adequadas a esta nova fase” são metas definidas pela directora executiva da TMK para criar mais oportunidades de negócio nesta área.

Ardinas vendem na praia

Uma das acções que marca a entrada da TMK no mercado é a Bike Algarve 2007. Através de um conceito inovador de venda de produtos editoriais, cujo *claim* é “estar onde o leitor também está”, a TMK lançou esta campanha inédita em 15 praias do Algarve. Esta campanha teve a parceria da Pressloja, empresa que concebeu a bicicleta muito especial, que permite expor para venda, em simultâneo, 36 jornais e revistas. Uma forma original de colocar as publicações mais perto de todos os que frequentam algumas das praias do Sul de Portugal.

É de referir que esta acção inclui uma parceria importante dos pontos de venda mais próximos de cada uma das praias em duas vertentes. Por um lado, os agentes são responsáveis pelos vendedores que conduzem as bicicletas e vendem as publicações. Por outro lado, disponibilizam todo o conhecimento que têm em relação aos hábitos de compra dos frequentadores da praia da sua zona.

De acordo com Rosalina Festas, a Bike Algarve 2007 “obteve uma adesão entusiasta por parte dos seus editores”. Os primeiros resultados em matéria de vendas são bastante positivos, por isso mesmo, acrescenta, “pensamos, já em Setembro, estender o conceito a outros locais do País”. A ideia é colocar bicicletas em zonas de turismo e de lazer com maior concentração de potenciais leitores e onde existe maior dificuldade de acesso à aquisição de publicações, bem como em grandes centros urbanos (como, por exemplo, em Lisboa e no Porto), nomeadamente aos fins-de-semana, onde há um número reduzido de pontos de venda de publicações em funcionamento.



▶ As novas bicicletas-quiosques já levam revistas e jornais a mais de 15 praias do Algarve

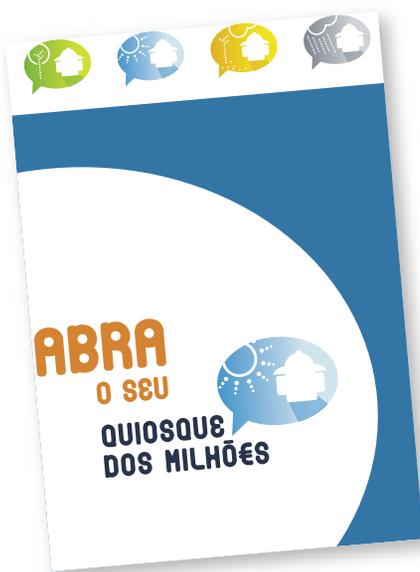
Mega acção conquista mercado

Quiosque dos Milhões é o nome da outra iniciativa que marca a entrada da TMK no mercado das publicações portuguesas. Trata-se de um programa que tem como finalidade premiar, de acordo com os objectivos atingidos, todos os pontos de venda da Vasp que participem em iniciativas/campanhas desenvolvidas pelos seus parceiros.

Segundo Rosalina Festas, “as acções poderão ser bastante diversificadas, pois dependem totalmente da estratégia de cada um dos parceiros do programa, que poderão passar por acções de visibilidade e exposição assim como também de esforço de vendas”. A fonte adianta que “não existe um calendário definido para as acções, porque tudo depende exclusivamente das estratégias de cada um dos intervenientes do programa”. Seja como for, a directora executiva da TMK acredita que, tendo em conta o número de parceiros que integram o programa, “o calendário das iniciativas será bastante intenso”.

Consciente de estar a lançar o maior programa de *marketing* relacional alguma vez posto em prática no mercado português de publicações, Rosalina Festas admite que sempre teve expectativas bastante optimistas em relação a esta iniciativa. Mas a responsável confessa “que ainda assim os resultados conseguiram superar as suas expectativas, com uma taxa de adesão, logo na primeira semana, na ordem dos 40 por cento”.

Tendo em conta que termina apenas no dia 30 de Junho de 2008, esta iniciativa irá de certeza cativar cada vez mais agentes. Existem, porém, critérios bem definidos para a integração neste grande programa. Por isso mesmo, só os pontos de venda que cumprem esses requisitos podem ser membros. Ainda assim, a directora executiva da TMK não tem dúvidas de que “todos os pontos de venda que estão no negócio de uma forma profissional e com vontade de fazer cada vez melhor vão poder participar nesta iniciativa.” **Q**





Agentes de Guimarães Festa anual reforça união

A 16.ª Confraternização dos Pontos de Venda do Concelho de Guimarães foi marcada pela troca de experiências profissionais e pelo (re)conhecimento pessoal dos muitos agentes que compareceram ao evento anual

Os vendedores de revistas e jornais do concelho de Guimarães organizaram mais um encontro para fortalecer os seus laços de amizade e de trabalho. O evento ocorreu no passado dia 3 de Junho, na Quinta da Cachada, na pacata freguesia de Ronfe.

Vinte e dois quiosques do concelho de Guimarães participaram neste encontro anual, proporcionando agradáveis momentos de convívio, à semelhança dos anos anteriores.

“O objectivo desta confraternização é essencialmente divertimo-nos, permitindo-nos conhecer as pessoas pelo nome e não pela

designação do seu ponto de venda”, explica José Marinho, o proprietário da Tabacaria Marinho e um dos organizadores deste 16.º Encontro.

Para Hélio Rocha, da Tabacaria dos Combatentes, “esta nossa festa serve para, pelo menos uma vez ao ano, independentemente da concorrência, unirmo-nos, trocarmos ideias e principalmente descarregar o *stress* que acumulamos durante o ano”. O agente aproveitou a oportunidade para agradecer a quem os ajudou a realizar mais uma vez este encontro.

Para Alcino Neto, do Quiosque Covense, “é de louvar este encontro anual, pois o convívio

ajuda-nos a ser mais e melhores colegas de profissão e não apenas adversários. Penso que todos os problemas que aparecem serão mais facilmente resolvidos em conjunto”.

Maria de Fátima, proprietária do Quiosque Carvalhos, salientou que “o objectivo deste alegre convívio são as trocas de informação, interagidas com os conhecimentos dos colegas e a confraternização com passatempos divertidos.”

Mário Rui Cruz, representante da Vasp neste evento, destacou que “é uma satisfação muito grande todos os anos estar com estes nossos amigos e ser recebido desta maneira. Apesar de ser um dia de festa, também há sempre um espaço para falarmos sobre o nosso dia-a-dia, de modo que internamente possamos incorporar ideias construtivas para melhorar as soluções a vários níveis, ver as reclamações como oportunidades. Para terminar, quero, em nome da Vasp Distribuição de Publicações, agradecer a maneira amável como fomos recebidos, e até para o ano!”. **Q**



▶ Em primeiro plano, representantes da Tabacaria Graciete (à esquerda), da Central Brito e do Quiosque Brito (à direita)



▶ O convívio seguiu pela tarde fora. Agentes do Quiosque Libelinha, da Papelaria Santa Eulária e do Quiosque Jardim, entre outros



▶ A troca de experiências foi uma constante durante todo o almoço. O responsável do Quiosque Joane (em cima, à esquerda) atento à conversa dos seus colegas. Agentes do Quiosque Fundação, do Quiosque Atouguia, do Quiosque Fandino e do Quiosque Sãozinha (à direita)

Estrela do Alto Minho

Armando Martins orgulha-se de a sua tabacaria ser ponto de passagem de gente famosa, sobretudo no Verão, quando o calor atrai os que gostam de ir a banhos nas praias de Caminha

Ardeada por pastelarias, a Tabacaria Atenas impõe-se no coração da bela cidade de Caminha, na Praça Conselheiro Silva Torres. E tem o privilégio de estar próxima da praia, a cerca de 10 minutos a pé. A praia é, aliás, o mote para as vendas deste agente aumentarem, em média, 70 por cento nos meses de Verão. Este ano, porém, o negócio “não está a correr tão bem”. Segundo Armando Martins, de 47 anos, “os ingleses e holandeses ainda são poucos e os emigrantes portugueses chegam a partir de Julho”. É que no Norte do País há uma grande comunidade de pessoas provenientes das duas primeiras nações. No Verão, ou em épocas festivas, os seus familiares deslocam-se a Portugal e é na Tabacaria Atenas que alimentam os seus hábitos de leitura.

Questionado sobre as publicações que mais se vendem na época balnear, Armando Martins nomeia “as revistas cor-de-rosa, como a *Caras*, e os jornais semanais, como o *Expresso*”. E por isso mesmo tem uma pessoa “extra”, que se dedica

Armando Martins destaca o aumento de clientes em época de férias



uma a duas horas à organização dos jornais semanais, tendo em conta os gostos dos clientes especiais. “Já sabemos quem compra determinado produto, por exemplo, ao sábado, por isso está tudo preparado para o momento da venda”, remata. Fora da época balnear, todas as revistas vendem bem, mas, segundo o agente, o *JN* é um dos jornais que lidera este segmento.

Conhecida entre os famosos

Há 20 anos, Armando Martins tornou-se proprietário deste ponto de venda e, desde então, todos os dias do ano, excepto nas tardes dos dias 25 de Dezembro e 1 de Janeiro, em horários que variam no Inverno (das 7h00 às 19h30) e no Verão (Julho e Agosto, das 7h00 às 23h00), abre portas ao público. Com uma clientela fixa, proveniente, na grande maioria, da classe média-alta, esta tabacaria é muito frequentada por gente do Porto e Lisboa que tem casa na área. “Entre os nossos

clientes, temos figuras conhecidas da sociedade e da política”, adianta o empresário do Norte.

Além da oferta variada de publicações nacionais e internacionais, António Martins orgulha-se de o seu ponto de venda ser conhecido como uma das maiores agências de jogos da Santa Casa da Misericórdia no Alto Minho. O facto de ser ainda um agente autorizado pelos CTT para cobranças também lhe dá notoriedade.

Com 50 m², a Tabacaria Atenas já está informatizada há três anos. “Assim é muito mais fácil controlar o *stock*”, garante o comerciante, e não descarta a questão da salvaguarda do seu ponto de venda: “Já marquei a instalação de um sistema segurança.” O agente reconhece que a decoração da sua tabacaria não está modernizada e por isso planeia a sua remodelação para breve. Nesse sentido, “já contactei a Vasp para participar na iniciativa Antes & Depois”. O empresário mostra-se, aliás, muito receptivo a participar em acções da distribuidora em parceria com os editores. Prova disso é o facto de colaborar diariamente nas sondagens de produtos da Vasp.

Em época de férias de Verão, é bastante significativo o aumento de clientes e torna-se necessário reforçar a equipa de funcionários, que fica composta pelo proprietário, uma funcionária experiente e dois colaboradores em *part-time*. Com a maior parte dos clientes do dia-a-dia mantém “uma amizade de longa data”. E o mesmo acontece com a sua funcionária. O agente garante que não tem nenhum truque para angariar clientes e que a fidelização destes depende da satisfação do serviço e do atendimento: “Já conhecemos os nossos clientes habituais há algum tempo e sabemos o que pretendem. Isso é o que realmente importa!”

O agente ambiciona remodelar a sua papelaria de forma a torná-la mais moderna





Praia do Tamariz

Na onda do desafio



Bem perto da Praia do Tamariz, no Estoril, a tabacaria de Vasco Contreiras aumenta e varia de clientela com os veraneantes

Há 15 anos, a Tabacaria Tamariz foi inaugurada no espaço de uma sala de jogos. “Uma aposta que valeu a pena”, garante o proprietário, Vasco Contreiras, que, aliás, tem uma vasta experiência no ramo. Foi proprietário do ponto de venda do Hotel Estoril Sol e de uma outra tabacaria no Estoril. A sua empresa já comemorou este ano o seu 25.º aniversário.

Todos os dias, excepto na tarde do dia de Natal, o empresário, com 62 anos, abre as portas do seu ponto de venda às 7h00 e encerra às 19h00. No Inverno conta com o apoio de um colaborador. Já com o tempo de Verão chega também o bom tempo para as vendas, devido a uma movimentação maior de clientes naquela zona junto à praia. Por isso este agente reforça o atendimento ao público com mais três funcionários. Consta que tem uma clientela “muito diversificada no Verão”, enquanto no Inverno conta com o apoio da sua clientela fixa, por sinal identificada com pessoas da classe média-alta. Quando o calor aperta, “eles desa-

parecem porque vão de férias ou porque não se querem misturar com os outros veraneantes que por aqui surgem”, explica.

Desafios e persistência

As publicações mais vendidas neste ponto de venda são as revistas de social, ou seja, as chamadas “revistas cor-de-rosa”. Os jornais

▶ Vasco Contreiras está no ramo de venda de publicações há já 25 anos. O agente garante que este negócio deve ser encarado como um desafio



também são a opção preferencial de leitura de muitos clientes da Tabacaria Tamariz e o agente afirma que “o *Correio da Manhã* continua a liderar em número de vendas”. Vasco Contreiras reconhece a atracção dos seus clientes por publicações com subprodutos, “apesar de terem uma aceitação bastante grande, causam-me alguns transtornos devido ao seu tamanho e à necessidade de espaço para as expor”.

O proprietário da Tabacaria Tamariz acredita que a contagem manual é “um desafio”, e foi por isso que não abdicou dela, “até porque a contagem informática tem falhas”. Também nos mostrou a sua espaçosa montra, que em tempos foi utilizada para promoções. Aliás, este empresário fez questão de referir o interesse em participar nas acções de promoção da Vasp. Quanto à remodelação do seu ponto de venda, já efectuada em 2004, demonstra sentir orgulho por ter investido no aumento da área da loja. Desta forma, o seu estabelecimento ficou com maior capacidade para receber mais clientes. Conclui que a remodelação “foi um êxito que demonstrou valer a pena, até porque permite uma melhor exposição das publicações e facilita a organização”.

Questionado sobre conselhos a dar aos outros colegas de profissão, Vasco Contreiras afirma que “este negócio deve ser levado como um desafio” e que “há que saber enfrentar os altos e os baixos”. Persistência e muita fé são, segundo o agente, “conceitos fundamentais para que tudo corra bem”. **Q**

O Dragoeiro Uma referência no Funchal

Há mais de 20 anos que a Tabacaria O Dragoeiro vende revistas e jornais aos funchalenses e orgulha-se de contribuir para o bom carisma da cidade

Propriedade de Joel e Zita Silva, a Tabacaria O Dragoeiro, localizada mesmo no centro da cidade do Funchal, ao lado do tão conhecido Café Apolo, abriu as suas portas em 1983. Outros tempos, é certo, mas “uma época em que o negócio ainda dava algum lucro”, disse-nos Zita Silva quando lhe perguntámos pelo estado das “finanças” de um ponto de venda como o seu.

Ela e o marido, nessa altura, queriam apenas ter um negócio, e optaram por vender revistas e jornais, algo que até lhes dava prazer. Durante todos estes anos a dedicação a esta profissão tem sido uma constante. E prova disso é que a Tabacaria O Dragoeiro ainda é uma referência para todos os leitores funchalenses de revistas e jornais.

A Tabacaria está aberta todos os dias, incluindo sábados, domingos e feriados, entre as 8h00 e as 21h00 (excepto ao domingo, que encerra às 20h00), e tem de tudo um pouco: revistas nacionais e estrangeiras, jornais, alguns *souvenirs* e tabaco são os produtos que passam diariamente pelas mãos das três funcionárias que dão vida àquele estabelecimento.

Joel Silva realça que para otimizar a exposição das publicações é fundamental ser organizado

Mudança radical

A área desta loja parece por vezes ser insuficiente, pelo que é necessário haver uma grande organização. Para estes agentes, ter cada coisa no seu sítio torna tudo muito mais simples. Ocupa menos espaço e garante uma maior rapidez e qualidade do serviço prestado ao cliente. Divididos por grandes temas, jornais diários, jornais estrangeiros, revistas generalistas, revistas de moda, de decoração, de informática, arrumadas cada uma na sua prateleira, dão outro ar ao estabelecimento.



Zita Silva está ciente de que um atendimento personalizado e afável para com os clientes é um dos principais trunfos para fidelizar o público

No final do ano passado, este ponto de venda foi completamente remodelado: trocaram-se os móveis interiores e mudou-se o exterior. “Foi como se esta loja fosse construída de novo”, comentou Zita Silva. E o motivo de tais obras foi apenas um: adaptar-se aos novos tempos. “Já estávamos a precisar de uma mudança destas! Desde que abrimos, em 1983, nunca tínhamos feito obras.”, continuou.

Do cliente ocasional ao do dia-a-dia, incluindo também o turista, O Dragoeiro parece satisfazer toda a gente, ou pelo menos aqueles que procuram a última revista ou o jornal diário.

O serviço ao cliente é, sem dúvida, um dos aspectos que merece ser destacado sempre que falamos de um espaço desta natureza e desta dimensão. É importante conhecer os clientes pelos seus nomes, saber quando fazem anos, lembrar-se do nascimento de um filho ou de um neto... Estes são os factos! E a realidade é que os clientes assim o confirmam. **A QUIOSQUE** falou com vários clientes desta Tabacaria, que se revelaram satisfeitos pela forma como são atendidos. E mais: louvam o profissionalismo e o serviço que todos os dias ali encontram. São também espaços como este que contribuem para o bom carisma de uma cidade. **Q**

Tabacaria Henrique, no Fundão

Mais espaço e melhor exposição



A Tabacaria Henrique, no Intermarché do Fundão, tem um novo visual desde há um mês.

Uma obra que agradou bastante aos clientes e ao proprietário

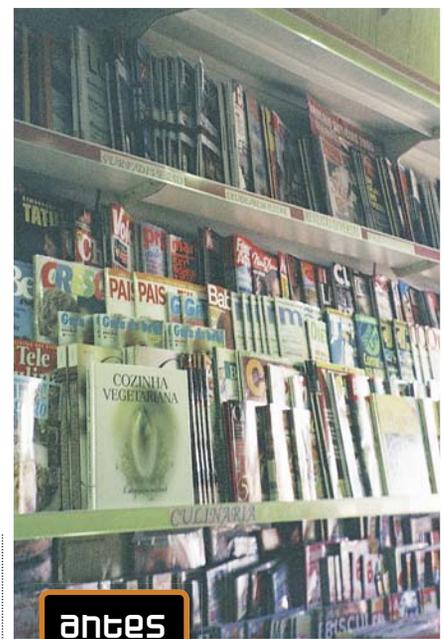
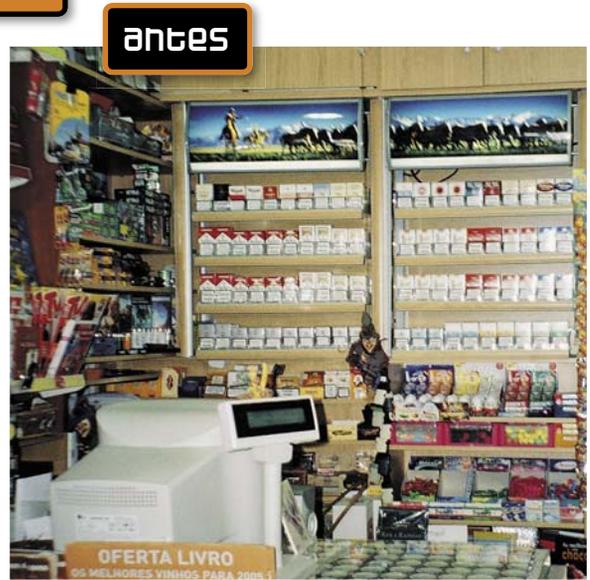
Ciente da necessidade do progresso a vários níveis do seu ponto de venda, e que este passa pela necessidade de modernização deste espaço face ao crescente número de títulos e produtos que exigem uma melhor exposição no sentido de se tornarem mais atractivos e visíveis pelos clientes, Eurico Cabral avançou com a remodelação da sua Tabacaria Henrique. Agora revela, com notório orgulho, que “todos comentam que o espaço está muito bonito”. Melhor exposição e mais claridade foram

duas das conquistas do empresário com esta reestruturação no seu estabelecimento, o qual tem agora uma supervitrina, com 13 metros, “o que me permite expor bastante melhor as publicações”. Eurico Cabral dá agora ainda mais valor aos subprodutos, porque constata o quanto “estes ajudam a atrair os clientes”. Por isso considera realmente prioritária a sua boa exposição no ponto de venda. “Assim, entendo que nós, agentes, temos de ser bem organizados, porque se reflecte nos lucros”, refere. Relembra que antigamente “tinha pouca área disponível para expor os subprodutos, por isso nem lhes ligava muito”.

O resultado da transformação da tabacaria é, sem dúvida, e conforme a sua própria definição, “magnífico”. Com a expansão, o proprietário colocou móveis, balcões, ilhas novas e até criou um pequeno armazém e um local próprio para quando tiver os jogos da Santa Casa. “Agora tenho um espaço grande,

com possibilidade de uma excelente disposição das publicações e dos subprodutos. A diferença do anterior é bem notória!”, afirma Eurico Cabral. Enquanto a obra decorreu, durante cerca de quatro meses, o agente mudou-se para outro canto do hipermercado. “Neste negócio não podemos parar”, e foi assim que continuou a garantir o seu negócio.

Apesar de ter estado sempre no interior da conhecida cadeia de supermercados, a Tabacaria Henrique já esteve em várias zonas diferentes. Em 2001, a papelaria estava no outro lado da loja no Intermarché e tinha apenas 8 metros quadrados. Em 2003 passou para o actual local, ao lado de um cabeleireiro, ocupando 15 metros quadrados. Em 2007, com a remodelação da galeria comercial do hipermercado, surgiu uma oportunidade ímpar: o cabeleireiro foi colocado noutra zona, dentro da mesma galeria, e a Tabacaria Henrique passou então a ocupar 36 metros quadrados.



Uma longa história

Eurico Cabral, actualmente com 41 anos, abre diariamente as portas do seu ponto de venda das 9h00 às 20h30, fechando apenas à terça-feira. Revistas sociais e de televisão, jornais como o *Correio da Manhã* e o *Record*, são as publicações mais vendidas no ponto de venda deste empresário. O mesmo acontece com as revistas estrangeiras. Isto porque esta região de Portugal tem muitos ex-emigrantes. “É o facto de ter estado em França ajuda a atrair esses clientes”, confessa. O agente emigrou aos três anos para França e regressou a Portugal já com 33 anos. Na época, agarrou a oportunidade de ser chefe de loja do Intermarké do Fundão. Com a construção da galeria comercial, surgiu a hipótese de ficar a explorar a papelaria. Aceitou sem hesitar.

Fotócopias, encadernações, selos de correio, artigos de papelaria e livraria, fazem parte da oferta da Tabacaria Henrique. E para atrair mais clientes o proprietário anda a tentar ser agente dos jogos da Santa Casa da Misericórdia. Entretanto, já aderiu à Megarede, uma concorrente da Payshop. Outra das preocupações imediatas de Eurico Cabral foi a informatização da sua loja. “É fundamental ter todas as operações controladas por um sistema informático”, afirma.

Eurico Cabral adiantou à **QUIOSQUE** que mantém uma boa relação com os clientes, que “são, na sua maioria, pessoas que frequentam o hipermercado”, diz. Salienta que “a frequência é cada vez maior, nomeadamente em Julho e Agosto”. Além da boa exposição dos produtos, o

agente acredita que para atrair e fidelizar clientes “é fundamental ser-se amável no atendimento”. Por curiosidade, Eurico Cabral revelou-nos que foi assim que conheceu a sua mulher, que então era uma cliente habitual do seu ponto de venda. Relembra: “Ela costumava ir a outra tabacaria, que, entretanto, fechou. Começou a vir à minha, apaixonámo-nos e estamos casados.” Actualmente conta com a ajuda profissional da mulher em alguns momentos do fim-de-semana, em que o atendimento ao público aumenta. **Q**



Aqui vai encontrar **fantásticas**

30
31

Confiante e seguro

A Zuritel proporciona aos colaboradores e agregados familiares da Vasp confiança e segurança para...

- ▶ ... o seu veículo ▶ ... o seu lar
- ▶ ... o seu sorriso ▶ ... quem cuida da sua casa ▶ ... o seu descanso
- ▶ ... a sua família ▶ ... os seus filhos



Para qualquer pedido de simulação ou informação, queira, por favor, contactar a Zuritel através da linha gratuita **800 20 61 00**

Cartão Dr. Saúde

- ▶ Com o cartão Dr. Saúde escolha o melhor para a sua saúde



SÓ €13,5/mês
PARA TODA A FAMÍLIA

Contactos: Tel: **707 21 82 19**

Expositores para si

vasp



20% desconto

- ▶ Expositores para todas as publicações ficarem organizadas e bem segmentadas
- ▶ Expositores revistas parede simples **€20,08** (21% IVA) Cód. Vasp: 3662
- ▶ Expositores jornais parede duplos **€41,20** (21% IVA) Cód. Vasp: 3661
- ▶ Expositores jornais parede simples **€20,60** (21% IVA) Cód. Vasp: 3663
- ▶ Expositores revistas parede duplos **€42,65** (21% IVA) Cód. Vasp: 3660

Mobiliário Comercial

- ▶ Protocolo exclusivo com o BPI



- ▶ Pagamento em 12 meses, sem juros

8% desconto

NO PAGAMENTO A PRONTO



Contactos: Viseu: **23 246 70 00** Porto: **22 615 46 43**
decorshop@mail.telepac.pt

promoções e descontos exclusivos para clientes VASP

Transforme o seu ponto de venda!

- ▶ Um local atraente e modernizado faz a diferença para vender mais



Contacto: 21 231 33 70



5% desconto

na compra de 3 módulos

ArquiteToldos

- ▶ Proteja e embeleze o seu ponto de venda adquirindo toldos com desconto.
- ▶ Com uma vasta oferta em termos de toldos e reclamos, dispõe de um conjunto de soluções que se adequarão às suas necessidades!



10% desconto

na apresentação do cupão

Equipamento para lojas



15% desconto

- ▶ Orçamentos grátis
- ▶ Crédito até 5 anos e com 0% juros até 2 anos



Avenida Santos Dumont, 47-A - 1050-201 Lisboa
Tel.: 21 797 91 15/21 761 52 00
www.iralsul.pt
iralsul@iralsul.pt

Informatização do seu ponto de venda



- ▶ Especialistas em *software* de gestão para papelarias e quiosques

Contactos:
Tel.: 252 690 820 Fax: 252 690 829
www.escripvoa.pt/papelarias.asp
comercial@escripvoa.pt

Programas de viagens para clientes Vasp



- ▶ Obrigatório comprovativo de cliente Vasp

Contactos:
R. Palmira, 33-F - 1170-287 Lisboa
Tel.: 21 814 24 10 Fax: 21 815 18 09/operacoes@listartour.pt/www.listartour.pt

5% desconto



Catálogo QUIOSQUE

Agora é mais fácil!

Produtos Sony

Código	Produto	P. Venda s/ IVA	IVA	Unid. Venda
3005	Pilha Alcalina LR03 (mini)	39,55 €	21%	20
3006	Pilha Alcalina LR06 (peq)	38,22 €	21%	20
3007	Pilha Alcalina LR14 (med)	20,20 €	21%	10
3008	Pilha Alcalina LR20 (gr)	29,19 €	21%	10
3009	Pilha Alcalina LR61 (bat)	20,71 €	21%	10
3010	Pilha Alcalina LR23A	7,19 €	21%	10
3011	Pilha Stamina LR3 (mini)	46,28 €	21%	20
3012	Pilha Stamina LR06 (peq)	44,33 €	21%	20
3013	Pilha Stamina LR14 (med)	23,25 €	21%	10
3014	Pilha Stamina LR20 (gr)	36,88 €	21%	10
3015	Pilha Stamina LR61 (bat)	32,47 €	21%	10
3016	Pilha Recarreg. RX03 (mini)	93,30 €	21%	10
3017	Pilha Recarreg. RX06 (peq)	84,46 €	21%	10
3024	Cassete de Vídeo 8/90 min.	73,01 €	21%	12
3025	Cassete de Vídeo 8/60 min.	41,54 €	21%	12
3027	Cassete de Vídeo 180 min.-VIVAX	48,14 €	21%	20
3028	Cassete Áudio 90M CRÓMIO	116,18 €	21%	60
3029	Cassete Áudio 60 min. crómio	100,28 €	21%	60
3030	Cassete Áudio 90 min. ferro	92,33 €	21%	60
3031	Cassete Áudio 60 min. ferro	80,40 €	21%	60
3032	Cassete de Limpeza VIDEO	91,00 €	21%	10
3043	Pilha CR/123A (Auto)	32,74 €	21%	10
3044	CDR/AUDIO/GRAVAR	33,25 €	21%	25
3467	Cassete de Vídeo DV de 60	23,92 €	21%	5
3468	Cassete de Vídeo DV de 60 (blister)	65,00 €	21%	10
3470	CD-R Áudio 80 min.	26,69 €	21%	25
3569	Exp. c/ 54 Pilhas Alcalinas LR06 (peq)	103,20 €	21%	1
3045	Pilha Alcalina 4+1 (LR06)	19,37 €	21%	10
3765	DVD-R Gravável 4,7 GB	3,89 €	21%	5
3804	Pack 5 - DVD-R Data 4,7 GB	66,26 €	21%	20
3805	Pack 30 CD-R Data 700 MB	92,66 €	21%	12
3836	Pack 5 - DVD-R Data 4,7 GB (Cores)	66,26 €	21%	20
3895	Carregador Pilhas HR03/HR6	14,90 €	21%	1
3897	DVD-R (formato - gravável) - pack 5 color	57,46 €	21%	20
3956	Pilha Alcalina LR06 (peq) 8 Pilhas + Carro	37,82 €	21%	10
3960	Carregador Pilhas HR03 / HR6	27,80 €	21%	1
3958	Pilha Recarreg. RX03 (mini)	68,40 €	21%	10
3959	Pilha Recarreg. RX06 (peq)	120,98 €	21%	10
3992	Pilha Lítio tipo moeda (mAH 90,0)	9,07 €	21%	10
3993	Pilha Lítio tipo moeda (mAH 120,0)	9,07 €	21%	10
3994	Pilha Lítio tipo moeda (mAH 220,0)	9,07 €	21%	10



Pilhas Alcalinas (LR03) Sony

€39,55 (s/ IVA) 20 Unidades



Pilhas Alcalinas (LR06) Sony

€38,22 (s/ IVA) 20 unidades

Cartões Pré-Pagos

Código	Produto	P. Venda s/ IVA	IVA	Unid. Venda
3433	Onicard 5	66,12 €	21%	20

Selecione aqui mesmo os seus Produtos Não Editoriais

3471	Cartão Brasil	66,12 €	21%	20
3500	Cartão Leste	66,12 €	21%	20
3673	Hello Brasil	33,06 €	21%	10
3674	Hello Leste	33,06 €	21%	10
3675	Hello Palop's	33,06 €	21%	10
3676	Hello Índia	33,06 €	21%	10
3147	Hello Móvel 7€	46,28 €	21%	10
3801	Hello Brasil 10€	66,12 €	21%	10
3919	PT Card 3€	49,59 €	21%	25
3769	PT Card 5€	82,64 €	21%	25
3854	PT Card 10€	165,29 €	21%	25
3146	Cartão UZO 1+1 10€	33,06 €	21%	5
3864	Euro Card Euro Super 5€	87,81 €	21%	25
3865	Euro Card Euro World Card 5€	87,81 €	21%	25
3965	Cartão Rede4 9,9 €	30,68 €	21%	5
3927	Cartão Super Nature	68,60 €	21%	20
3968	Cartão Super Nature Leste	68,60 €	21%	20



Cartões Hello PT
90 minutos para o Brasil



Cartões Euro Card
Super 205 minutos para o Brasil

Artigos Fumador

Código	Produto	P. Venda s/ IVA	IVA	Unid. Venda
3534	Isq. Clipper Hippié	35,00 €	21%	35
3538	Gasolina Clipper	28,18 €	21%	24
3589	Isqueiros Porto	24,50 €	21%	50
3590	Isqueiros Sporting	24,50 €	21%	50
3591	Isqueiros Porto Campeão	24,50 €	21%	50
3665	Coverbox n.º 2	75,00 €	21%	1
3666	Coverbox Fute n.º 1	75,00 €	21%	1
3669	My Box (Cx. Exp. c/ 160 un.)	48,00 €	21%	1

Brindes e Brinquedos

Código	Produto	P. Venda s/ IVA	IVA	Unid. Venda
3097	Miniat. Auto Power Const.	64,35 €	21%	24
3104	MODELLS RACING TRUCKS GP	46,60 €	21%	24
3105	MODELLS 60 CARS	57,90 €	21%	24
3658	Expositor 4 Motorbike	13,46 €	21%	4
3647	Expositor Lápis Cor Alpino Tubos	19,73 €	21%	24
3648	Expositor 24 Lápis Fluorescentes Alpino	7,83 €	21%	1



Cartão Brasilcard €5
140 minutos para todo o Brasil



Cartão Super Nature €5
Rio de Janeiro e São Paulo 140 minutos



Cantinho do Anúncio

TUDO POR SI E PARA SI

Este é o espaço que a **QUIOSQUE** reserva para todos os agentes. Páginas que anunciam oportunidades, como vendas, compras, trespases, alugueres, trocas, ofertas, empregos e outros

Um serviço gratuito que aposta na divulgação de bons negócios entre as pessoas do mundo Vasp

TRESPASSE

Papelaria/tabacaria com recheio, localizada em Camarate, à frente da escola secundária. Urgente por motivo de doença.

Contacto: 93 736 34 47

Papelaria/tabacaria pequena, situada na Ameixoeira – Lumiar, com máquina de fotocópias, serviço de Payshop e cartões telefónicos.

Contacto: 21 759 75 99 ou 96 935 82 64

Papelaria situada em Custoias, Matosinhos, com 70 m², com recheio, fax, fotocopiadora, serviço de Payshop. Possibilidade de ampliação para outros negócios. Pagamento a combinar. Motivo: saúde.

Contacto: 93 333 30 32

Papelaria/tabacaria em Massamá, com jornais, revistas, fotocópias, Payshop. Junto de escolas e ATL, com recheio e em funcionamento. Boa área.

Contacto: 96 404 91 24

VENDA/TRESPASSE

Vende-se ou trespasa-se papelaria/tabacaria com recheio: fotocopiadora, registadora, fax, agente CTT. Pagamento de facturas e carregamentos telefone. Bem localizada, boa carteira de clientes. Situa-se em Montemor-o-Novo.

Contacto: 93 478 61 44

VENDA

Peugeot 307 – 1.4HDI, 12/2004, 60.000 km, 70 cv, gasóleo, cinzento, dois lugares, *airbag*, ar condicionado, computador de bordo, direcção assistida, fecho central, inspeccionado, jantes de liga leve, pintura metalizada, ABS, auto-rádio com CD, vidros eléctricos, volante regulável em altura. Bom preço. Zona de Lisboa.

Contacto: 96 118 30 72

CEDÊNCIA DE QUOTAS

Na zona dos Olivais, cedem-se quotas de papelaria e drogaria com livros escolares e jogos da Santa Casa.

Contacto: 21 853 70 38 (após as 8h30)

COMO ENVIAR O SEU CLASSIFICADO GRATUITO

Para anunciar gratuitamente, poderá remeter o seu anúncio através do endereço classificados@vasp.pt, para a morada MLP – Quinta do Grajal, Venda Seca, 2739-511 Aqualva Cacém, ou pelo fax 808 206 133 e telefone 21 433 70 66