

JORDAO COOLING SYSTEMS®



Nº 13 | Semestral | setembro | 2014 | 2,5 euros



Guimarães-Dakar 2014



- FINANCIAMENTO
- TPA VIRTUAL
E CONTACTLESS
- E-BANKING
COM GESTOR ONLINE
- CARTÕES

ESCOLHA OS INGREDIENTES MAIS INOVADORES E AUMENTE AS SUAS RECEITAS.

Dar a volta às receitas da sua empresa também é escolher os ingredientes certos. Por isso, se procura aumentar as receitas da sua empresa vai gostar de saber que selecionámos um conjunto de ingredientes inovadores. Ao serviço netcaixa online e TPA físico com tecnologia contactless, juntámos o cartão de crédito Caixaworks* para financiar a tesouraria, o cartão de refeição Caixa Break com possibilidade de benefícios fiscais e o serviço Caixa e-banking com gestor online. E para fazer crescer ainda mais o negócio, adicionámos a linha de crédito Comércio Investe para modernização da sua empresa.

*TAE de 16,6% (com garantia real) ou 22,9% (com garantia pessoal), calculadas com base na média mensal da Euribor a 6M (base 360) + spread de respetivamente 6,850% ou 13,100%, para um montante de 1.500 € com reembolso a 12 meses. Taxas Euribor atualizadas em 01/01 e 01/07 de cada ano.

HÁ UM BANCO QUE ESTÁ A AJUDAR A DAR A VOLTA.
A CAIXA. COM CERTEZA.

Caixa
Empresas



Mar de Oportunidades

Sea of Opportunities

Caros Amigos,

Em junho, a JORDÃO comemorou o seu 32º aniversário. Mais de três décadas que refletem o crescimento sustentado da empresa no mercado nacional e internacional, fruto da estratégia adotada em prol da inovação e da formação contínua da nossa equipa, que nos tem permitido antecipar as necessidades dos nossos clientes.

Estamos todos de parabéns e acredito que além dos colaboradores, todos os que nos leem e apoiam neste duro caminho, que trilhamos diariamente, se congratulam por mais um aniversário da JORDÃO.

Assumindo-se como um contacto privilegiado junto dos nossos stakeholders, com quem queremos fomentar a relação institucional, a COOL vai já na sua 13ª edição. O “Mar”, muito se tem falado das potencialidades deste recurso e da riqueza de Portugal ao possuir uma das maiores zonas económicas exclusivas da Europa.

Para garantir a conservação dos produtos que o mar nos oferece, a JORDÃO tem procurado desenvolver os melhores equipamentos para o setor da restauração.

O sushi é um dos alimentos que maiores exigências requer em termos de refrigeração, tal como podemos ler no artigo sobre o sushiman português: chef Paulo Morais, e a JORDÃO conta com soluções específicas para a conservação deste alimento.

A eficiência energética é outro dos temas em foco e um dos objetivos que diariamente perseguimos, tanto na nossa vida industrial como em todos os aparelhos que produzimos. É este o caminho traçado e seguido por todos os que trabalham na JORDÃO, tal como nos explica Rosa Moreira, responsável pelo Departamento de Engenharia e Aplicações, em mais um artigo que preparámos para esta edição.

O projeto “Hiper do Futuro” da Sonae foi um dos grandes vencedores do Prémio Excelência – Inovação no Retalho, promovido pela APED. Endereço os meus sinceros parabéns e agradeço, em nome da JORDÃO, a oportunidade que nos foi dada de participar com os nossos equipamentos neste projeto inovador.

Estes são apenas alguns dos artigos que pode encontrar na COOL. Boas leituras! Obrigado pela vossa atenção e confiança.

Dear Friends,

In June JORDÃO celebrated its 32nd anniversary. Over three decades that reflect the company's sustained growth in the national and international market, fruit of the strategy adopted towards innovation and the continuous training of our team, which has enabled us to meet the needs of our clients.

We're all to be congratulated and I believe that apart from the staff, all of our readers and those who have supported us along the tough road we've been treading on daily basis are to be congratulated for yet another JORDÃO anniversary.

Seen as a privileged contact with our stakeholders, with whom we want to foster an institutional relationship, COOL is now in its 13th issue.

The “Sea”. The potentials of this resource and Portugal's wealth in possessing one of the largest exclusive economic zones in Europe, have been much debated.

To ensure the preservation of the products that the sea offers us, JORDÃO has sought to develop the best equipment for the catering sector. Sushi is one of the foods that requires the highest demands when it comes to refrigeration, as can be read in the article about the Portuguese sushiman: Chef Paulo Morais, and JORDÃO has specific solutions for conserving this food.

Energy efficiency is another of the themes in focus and one of the goals that we pursue on a daily basis, as much in our industrial life as in all the equipment that we produce. This path that has been outlined and followed by all of us working at JORDÃO is explained by Rosa Moreira, who heads the Department of Engineering and Applications, in another article that we've prepared for this issue.

The “Hyper of the Future” project from Sonae was one of the grand winners of the award sponsored by APED Excellency - Innovation in Retail. I would like to address my sincere congratulations and thanks, in the name of JORDÃO, for the opportunity given to us to take part in this innovative project.

These are just some of the articles that are to be found in COOL. Good reading!

Thank-you for your attention and confidence.



Isidro Lobo
Diretor-Geral da José Júlio Jordão, Lda.

PARA GARANTIR A CONSERVAÇÃO DOS PRODUTOS QUE O MAR NOS OFERECE, A JORDÃO TEM PROCURADO DESENVOLVER OS MELHORES EQUIPAMENTOS PARA O SETOR DA RESTAURAÇÃO.

TO ENSURE THE PRESERVATION OF THE PRODUCTS THAT THE SEA OFFERS US, JORDÃO HAS SOUGHT TO DEVELOP THE BEST EQUIPMENT FOR THE CATERING SECTOR.

Sumário

PAGE
12-15

PAGE
06-08



Reportagem

SEA ME: comer peixe com estilo
SEA ME: eating fish with flair

PAGE
10-11



Reportagem

A Loja das Conservas
The canned goods Shop



Destaque

Paulo Morais: o sushiman português
Paulo Morais: The Portuguese sushiman

PAGE
22-25



Em Foco

O compromisso sustentabilidade
JORDAO's commitment to sustainability

PAGE
26-29



Em Foco

Luís Flório à conquista do mercado internacional
Luís Flório conquers the international market

PAGE
30-32



Em Foco

JORDAO à volta do mundo
JORDAO around the world

Ficha Técnica

PAGE
34-35



Clientes

Multidis: uma empresa no Dakar

Multidis: a company in Dakar

PAGE
40-43



Lazer

A oeste, o Paraíso

Portugal's Silver Coast... a paradise for water sports lovers

Cool n.º 13 - setembro de 2014

Propriedade: José Júlio Jordão, Lda, Parque Industrial de Guimarães, Pav. E1, 4801-910 Guimarães-Portugal, Tel.: +351 253 470 700, www.jordao.com, cool@jordao.com

Coordenação: Mário Rodrigues

Edição e Produção: Valor Corporativo, Rua Maestro Pedro Freitas Branco, 23 r/c dto 1250-157 Lisboa Tel.: 213 960 575

Fotografia: Câmara Municipal da Nazaré/VEstrelinha, Jorge Alexandre Pereira, Jorge Simão, Lemmonier studio, Município de Óbidos

Tiragem: 2.500 exemplares

Periodicidade: Semestral

Impressão: RBM - Artes Gráficas, Lda. Alto da Bela Vista, 68 - Pav. 8 2735-336 Cacém

Os seus clientes, parceiros e fornecedores também podem receber a COOL.

Basta que nos envie as moradas através de cool@jordao.com preenchendo os campos abaixo.

Nome _____

Cargo _____

Empresa _____

Setor de Atividade _____

Cod.Postal _____

Localidade _____ Tel _____

Fax _____ Email _____

Cerca de 9.000 pessoas vão ler os artigos publicados na COOL. A revista da JORDAO COOLING SYSTEMS vai chegar aos quatro cantos do Mundo, comunicando com inúmeros intervenientes deste mercado.

Envie-nos as suas ideias, observações, os artigos que gostaria de ver publicados e sirva-se também desta ferramenta para comunicar com o seu target.

Poderá fazê-lo por e-mail através do endereço cool@jordao.com

JORDAO COOLING SYSTEMS®



PEFC™
PEFC/13-31-011

Certificado PEFC

Este produto tem origem em florestas com gestão florestal sustentável e fontes controladas

www.pefc.org



Foto: Lemmonier studio

"Desde sempre, existiram restaurantes dedicados ao peixe, contudo numa ótica estritamente portuguesa e tradicional. O que decidimos fazer de inovador foi tratar o peixe sem preconceitos e nas suas mais variadas formas, num local moderno e jovem", explica António Querido.

"There have always been specialised fish restaurants, although within a strictly and traditional Portuguese perspective. The innovative thing we've decided to do has been to treat fish without preconceived ideas and in their most varied of forms, in a modern and young environment", explains António Querido.

SEA ME: comer peixe com estilo

SEA ME: eating fish with flair

INAUGURADO EM 2010 NO CHIADO, EM LISBOA, O SEA ME - PEIXARIA MODERNA TROUXE UM CONCEITO INOVADOR À CIDADE. NUMA SIMBIOSE PERFEITA, O PROJETO UNE O TRADICIONAL AO MODERNO. UM VERDADEIRO SUCESSO QUE, EM BREVE, PODERÁ ULTRAPASSAR FRONTEIRAS.

LAUNCHED IN 2010 IN LISBON'S DOWN TOWN CHIADO DISTRICT, SEA ME - PEIXARIA MODERNA (MODERN FISH RESTAURANT) HAS BROUGHT AN INNOVATIVE CONCEPT TO THE CITY. IN A PERFECT SYMBIOSIS, THE PROJECT UNITES THE TRADITIONAL WITH THE MODERN. A RUN-AWAY SUCCESS THAT WILL SOON CROSS BORDERS.

O peixe sempre esteve presente na dieta dos portugueses. Os mentores do projeto SEA ME esperam que assim continue, mas de uma forma renovada. O objetivo é "tratar o peixe sem preconceitos e nas suas mais variadas formas, num local moderno e jovem", afirma António Querido, explicando à COOL que no SEA ME "é possível encontrar um grupo de amigos a degustar sashimi de lagosta, amêijoas à bulhão pato ou ostras de Setúbal, ao som de um DJ".

A par do SEA ME surgiu outro caso de sucesso: O Prego da Peixaria, que podemos encontrar no Príncipe Real, no Cais do Sodré e, até ao final do ano, no Saldanha. "Aproveitando este movimento de hegemonia das hamburguerias, decidimos que fazia sentido homenagear um produto tão português e, na nossa

Fish has always been present in the Portuguese diet. The mentor of the SEA ME project hopes that will continue, but in a more contemporary way. The goal is to "deal with fish without preconceptions and in the widest variety of ways, in a modern and youthful setting", says António Querido to COOL, explaining that at SEA ME "it is possible to hook up with a group of friends and enjoy lobster sashimi, typical "bulhão pato" clams or Setúbal oysters, to the sound of a DJ".

Along with SEA ME there's another success story: Prego da Peixaria in Príncipe Real, in Cais do Sodré and, by the end of this year, in Saldanha. "Surfing the wave of the hamburger craze, we decided it would make sense to pay tribute to a product that is

opinião, muito mal tratado ao longo dos anos. O prego faz parte da vida dos lisboetas, por isso, dizemos que os pregos são transversais a todas as idades, estatutos e tribos. O Prego da Peixaria recria esta vida boémia, que pode ser glamorosa, sem ser pretensiosa e dispendiosa”, considera o Managing Partner do grupo SEA ME. Além do tradicional prego, há hambúrgueres de salmão, choco, camarão e bacalhau, servidos em diferentes tipos de pão.

Tradição e modernidade de mãos dadas

António Querido considera que a união da tradição com a modernidade tem sido “o fio condutor” das marcas do grupo. “Tentaremos sempre dar uma roupagem nova a alguns pratos tradicionais, mas nunca esquecendo os princípios básicos de cada receita”.

O responsável considera também que há espaço para uma cozinha de fusão, nomeadamente entre a portuguesa e a japonesa. “Somos um país Atlântico, os nossos sabores na cozinha aproximam-se mais do salgado e avinagrado, temos muitas variedades de peixe e somos o país europeu com a mais longa ligação ao Japão. Temos, por isso, toda a legitimidade de misturar as duas cozinhas, além de uma localização natural perfeita, com uma costa impressionante e zonas perfeitas para a produção de arroz, por exemplo”.

Conservação do peixe

O peixe requer cuidados especiais em termos de refrigeração. Depois de arranjado, deve ser conservado num ambiente entre 1 e 2 graus, com um mínimo de humidade. É também importante ter um abatedor de temperatura, bem como uma máquina de vácuo para prolongar o tempo de armazenamento e um frigorífico só para peixe para poder estar a uma temperatura baixa e constante. O SEA ME conta com equipamento de refrigeração da JORDÃO, que se distingue pela sua “fiabilidade”.

Há também uma preocupação especial com a sustentabilidade ambiental. O grupo procura utilizar peixe da nossa costa e que não se encontre em vias de extinção. A razão principal é “contribuir para que, daqui a 100 anos, estejam disponíveis as mesmas variedades e a mesma qualidade a que hoje estamos habituados”.

just so Portuguese and, in our opinion, one that has been very downplayed over the years. The ‘prego’ (traditionally a bread roll with pork fillet) is part of the Lisbon way of life, we’d go as far to say that it cuts across all ages, classes and tribes. The Prego da Peixaria has recreated this Bohemian lifestyle, which can be glamorous without being expensive or pretentious”, says the SEA ME Group Managing Partner. Apart from the traditional ‘prego’, there are salmon, cuttle fish, prawn and codfish burgers served in different types of bread.

A hands-on approach to tradition and modernity

António Querido considers that the union of tradition with modernity has proved to be the common denominator for the group’s brands. “We will always aim to give a makeover to some traditional dishes, while never forgetting the basic principles of each recipe”.

The owner also believes that there is room for fusion cuisine, namely one between Portuguese and Japanese. “We’re an Atlantic country, our culinary flavours are closer to savoury and vinegary flavours, we have many variety of fish and we’re the European country with the longest link to Japan. Which is why we have every right to mix the two cuisines, not to mention a naturally perfect location, with an impressively long coast and perfect zones for rice production, for example.

Fish Conservation

Fish requires special care in terms of refrigeration. After being gutted and filleted, it has to be preserved in an environment of between 1 and 2 degrees, with a minimum of humidity. It is also important to have a chiller, as well as a vacuum machine to extend storage time and a fridge. SEA ME relies on JORDÃO refrigeration equipment, which stands out for its reliability.

There is also a special concern with environmental sustainability. The group seeks to use fish from our coast and species that are not under threat of extinction. The main reason is to “contribute to ensuring that in 100 years time the same varieties and quality that we are used to today will be available.”

Coming challenges

A short while after its launch, SEA ME and Prego da Peixaria were warmly received by the public. In António Querido’s opinion, the secret lies in the initial dream of building up a restaurant group capable of developing innovative concepts. “Today, the driver behind a successful food establishment is not born out of necessity, but rather a number of factors (gastronomic choice, service, interior décor) capable of turning the buying experience visit into a unique one. We don’t open restaurants, we create concepts!”

The success of the project has spurred the team into growing in a sustained way, its expansion being on the cards, namely to Porto and Madrid, “dynamic cities with a young population, where our concepts fit in perfectly.” Opening an outlet in Spain will be the

No Sea Me há uma reinterpretação das antigas peixarias. Mas, ao mesmo tempo, funciona como marisqueira, cervejaria e sushi bar.

With Sea Me we’ve created is a fresh take on traditional fish restaurants. But, at the same time it works as a sea food, pub and sushi bar.



continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶



Foto: Lemmonier studio

"O produto é e será sempre a estrela dos nossos conceitos, para isso temos que apostar na sazonalidade e na produção local, tanto quanto possível!", considera o Managing Partner do Grupo SEA ME.

"The product is and always will be the star of our concepts, which is why we have to focus on seasonality and local produce wherever and whenever possible", says the SEA ME Group Managing Partner.

Próximos desafios

Pouco depois da inauguração, o SEA ME e o Prego da Peixaria foram muito bem recebidos pelo público. Na opinião de António Querido, o segredo deve-se ao sonho inicial de construir um grupo de restauração capaz de desenvolver conceitos inovadores. "Hoje, o driver de visita a um espaço alimentar não é exclusivo de uma necessidade, mas sim de um conjunto de fatores (proposta gastronómica, serviço, interiores) capazes de tornar a experiência de compra única. Nós não abrimos restaurantes, nós criamos conceitos!".

O sucesso do projeto tem motivado a equipa a crescer de forma sustentada, estando prevista a sua expansão, nomeadamente para Porto e Madrid, "cidades dinâmicas e jovens, em que os nossos conceitos se encaixam na perfeição". A concretizar-se a abertura de uma loja em Espanha, será o primeiro passo rumo à internacionalização. Na opinião de António Querido, este "deve ser o caminho para qualquer empresa. Os portugueses são empreendedores, têm espírito de sacrifício e têm paixão por tudo aquilo que fazem e a restauração não é exceção".

No entanto, nesta fase, a estratégia passa por consolidar a presença em Lisboa e melhorar operacionalmente alguns dos conceitos existentes, pelo que não existe ainda uma data definitiva para a abertura dos novos espaços.

Além do SEA ME e do Prego da Peixaria, o grupo conta com A Frigideira de Bairro direcionada para petiscos portugueses em "street food", estando a ser preparada "a abertura de dois novos conceitos, no primeiro semestre de 2015, completamente diferentes do que temos desenvolvido até hoje e que certamente irão marcar tendências nos próximos anos", acredita António Querido.

O grupo está ainda a preparar a criação da primeira "fish school" em Portugal. O objetivo é criar "uma verdadeira escola de peixe, em que se ensina aos alunos a forma correta de abrir um peixe ou uma ostra, quais as épocas ideais para determinada espécie, as melhores formas de conservação e confeção, entre outros aspetos". ■

first step in the direction of internationalisation. According to António Querido, this "should be the path for any company. The Portuguese are entrepreneurs, they have the spirit of sacrifice and have a passion in all that they do and catering is no exception". However, in this phase, the strategy lies in consolidating its presence in Lisbon and improving the operational capacity of some existing concepts, although there is not a definite date set yet for opening new restaurants.

Apart from SEA ME and Prego da Peixaria, the group also has A Frigideira de Bairro specialising in Portuguese finger food in a street food concept, "with the opening of two new concepts" being prepared for launch in the first half of 2015, which are completely different to the ones developed to date and which will certainly create trends in the coming years" António Querido thinks.

The group is also preparing the setting up of the first "fish school" in Portugal. The goal is to create "a true fish cuisine school, where the students will be taught how to correctly fillet a fish or prepare oysters, the ideal seasons for particular species, the best ways of preserving and preparing them, among other aspects". ■



Foto: Lemmonier studio

"Toda a equipa está motivada a continuar a crescer de forma sustentada e esse crescimento passa por experimentar novas localizações, tendo em conta a reduzida dimensão de Lisboa, quando comparada com outras capitais europeias", revelou António Querido.

"The entire team is motivated to continue growing in a sustained way and this growth involves experimenting new locations, taking into account the smallness of Lisbon, when comparing it to other European capitals", reveals António Querido.



Preço base por pessoa em camarote duplo interior:

2.050€

Taxas: 750€
Preço total: 2.800€

Partida de Lisboa
a 17 de Janeiro



O preço inclui: Preço por pessoa em camarote duplo; avião Lisboa/Singapura/Lisboa (via Istambul com a Turkish Airlines); transferes em Singapura (aeroporto/barco; barco/hotel/aeroporto); 3 noites de estadia em Singapura em hotel 4* em APA; Cruzeiro de 14 noites no camarote seleccionado, em pensão completa (bebidas não incluídas).

O preço não inclui: Gratificações a pagar directamente a bordo (130€, por pessoa). Bebidas e extras pessoais. Excursões. Seguro de viagem e cancelamento (consulte-nos). Despesas de reserva (30€ por processo).

Cruzeiro nos Mares de Sandokan

Indonésia & Malásia

A bordo do barco
Celebrity Millennium

**Cruzeiro de 14 noites
+ 3 noites em Singapura**

BRNAV1 NR. 2281

halcon.pt
707 200 201

HALCON
VIAGENS

A Loja das Conservas

The canned goods Shop

PRESTES A COMPLETAR O PRIMEIRO ANO DE VIDA, A LOJA DAS CONSERVAS NASCEU NO CAIS DO SODRÉ PELAS MÃOS DA ANICP (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS INDUSTRIAIS DE CONSERVAS DE PEIXE) PARA DAR A CONHECER AOS PORTUGUESES UMA DIVERSIDADE DE CONSERVAS DE QUALIDADE E UMA FORMA INTELIGENTE DE COMER PEIXE. A INICIATIVA TEM SIDO UM SUCESSO, MUITO PELA UNIÃO DAS DEZASSEIS CONSERVEIRAS, QUE COLOCARAM A CONCORRÊNCIA DE LADO PARA DAR VIDA A ESTE PROJETO.

ABOUT TO COMPLETE ITS FIRST YEAR IN BUSINESS, THE LOJA DAS CONSERVAS (THE CANNED GOODS SHOP) STARTED LIFE IN CAIS DO SODRÉ BY THE ANICP (NATIONAL ASSOCIATION OF FISH PRESERVATION INDUSTRIES), TO INTRODUCE THE PORTUGUESE TO A WIDE RANGE OF QUALITY PRESERVES AND A SMART WAY OF EATING FISH. THE INITIATIVE HAS BEEN A SUCCESS, IN GREAT MEASURE DOWN TO 16 PRESERVERS WHO HAVE SET COMPETITION ASIDE TO INJECT LIFE INTO THIS PROJECT.



Foto: Jorge Alexandre Pereira

No verão, a Loja das Conservas é visitada sobretudo pelos estrangeiros.

In the summer, the Loja das Conservas is visited mostly by foreigners.

Conservas de cavala, bacalhau, polvo, truta fumada, mexilhões, enguias e carapaus, em azeite, tomate picante ou molho de alho são apenas algumas das iguarias que podemos encontrar na Loja das Conservas, além das tradicionais conservas de atum e sardinha. "São conservas menos vulgares, mas que se revelam agradáveis surpresas. Os clientes arriscam experimentar e regressam para comprar mais", conta Sara Costa à COOL. A responsável pela loja considera que "a indústria tem feito um esforço para apostar na inovação" e o esforço tem sido recompensado. "As pessoas estão, cada vez mais, recetivas às novidades e procuram produtos de qualidade".

O reavivar do interesse pelas conservas surge "num momento em que se assiste ao regresso aos produtos base". No entanto, "as conservas podem também ser um produto sofisticado, saudável e de qualidade, contrariando a ideia de que são apenas um alimento de recurso", refere a responsável.

Internacionalização para breve

O balanço destes primeiros meses "é francamente positivo", considera Sara Costa, que adianta que, em breve, a Loja das Conservas irá iniciar a expansão do conceito com unidades

Canned mackerel, codfish, octopus, smoked trout, mussels, eels and sprats; in olive oil, spicy tomato sauce or garlic sauce, are just some of the delicacies to be found at the Loja das Conservas, in addition to the traditional canned tuna and sardine. "These are canned goods that are not so common but ones that reveal pleasant surprises. Customers take a chance and try them and come back to buy more", Sara Costa tells COOL. The shop manageress believes that the industry has made an effort to invest in innovation" and the effort has paid off. "People are increasingly more receptive to new things and are looking for quality products".

The resurgence in interest in canned goods has arisen "at a time when people are going back to basic products". However, "canned goods can also be a sophisticated, quality and healthy product, bucking the idea that they are just an essential and basic foodstuff," says the manageress.

Internationalisation in the pipeline

The balance of these first months "is frankly positive", says Sara Costa, who adds that soon the Loja das Conservas will start to



Foto: Jorge Alexandre Pereira

A simpatia dos trabalhadores é um dos cartões de visita da Loja das Conservas.

The pleasantness of the staff is one of the Loja das Conservas' calling cards.

próprias e com presença em outros espaços comerciais através de corners, numa primeira fase em Lisboa e depois em todo o país. "Consideramos que faz sentido expandir este conceito e disponibilizar as nossas conservas a todos os portugueses", refere a responsável pela loja.

Mas, o sucesso do projeto poderá levá-lo ainda mais longe, tal como nos confidenciou Sara Costa. "Dias depois da inauguração, um empresário francês, que conta com uma cadeia de lojas em Paris, adorou o conceito e desafiou-nos para estarmos presentes com um corner num dos seus espaços comerciais". A primeira aventura internacional da Loja das Conservas tem início em setembro e Sara Costa acredita no sucesso da aposta, já que os franceses são grandes consumidores deste produto e reconhecem a qualidade das conservas nacionais.

Maioria da produção é exportada

No verão, a loja é visitada sobretudo por estrangeiros, sendo que muitos já conhecem as conservas nacionais, até porque cerca de 65% da produção das conserveiras destina-se à exportação. O foco na exportação teve início na década de 70, quando se verificou uma alteração radical nos hábitos de consumo e as conservas caíram em desuso. A indústria foi obrigada a readaptar-se e a aposta no mercado internacional foi a solução natural.

De acordo com os dados da Direção-Geral de Recursos Naturais, Segurança e Serviços Marítimos (DGRM), em 2013 exportaram-se mais de 52 mil toneladas de conservas, no valor de mais de 218 milhões de euros, o que representou um crescimento de 18,6% em quantidade e de 17,7% em valor, face a 2012. "Estes valores representam cerca de 65% das vendas de conservas. Não é, portanto, difícil apurar-se uma estimativa do volume de negócios do setor em 2013, que deverá ter rondado os 335 milhões de euros, representando o mercado interno cerca de 117 milhões de euros", adiantou Castro e Melo, secretário-geral da ANICP.

"Semana da Marca"

Como forma de dinamizar a Loja das Conservas, esta iniciativa permite que, durante uma semana, cada uma das conserveiras possa utilizar o espaço para promover os seus produtos. A Poveira inaugurou a iniciativa, tendo organizado um conjunto de eventos na loja, incluindo show cookings e tertúlias. A ação foi "um sucesso e os clientes adoraram", referiu Sara Costa, revelando que a "Semana da Marca" regressa em setembro. ■

expand the concept with its own shops and a presence in other retail outlets through corner stands, focusing on Lisbon in the first phase and later all over the country. "We think it makes sense to expand this concept and make our canned goods available to all the Portuguese", she says.

But the project's success could take it even further says Sara Costa. "Days after the launch, a French entrepreneur, who has a chain of shops in Paris, loved the concept and threw down the gauntlet for us to have a stand in one of its shops." Loja das Conservas' first foray into international markets will start this September and Sara Costa believes in the project's success given that the French are big consumers of this product and recognise the quality of national canned goods.

The majority of production is exported

In the summer the shop is visited by foreigners overall, many already being familiar with national canned goods and around 65% of production destined for overseas. The focus on exporting began in the 1970s when a radical change in consumption habits was seen and canned goods fell out of fashion. The industry had to re-adapt and focusing on the international market was the natural solution.

According to data from the Directorate-General of Natural Resources, Security and Maritime Services (DGRM), in 2013 more than 52,000 tonnes of canned goods were exported, worth more than 218 million euros, representing a growth of 18.6% in quantity and 17.7% in value, compared to 2012. "These amounts represent around 65% of canned good's sales. It is not, however, difficult to gage an estimated turnover of business for the sector in 2013, which should have stood at around 355 million euros, of which the internal market represented around 117 million euros", says Castro e Melo, General Secretary of the ANICP.

"Brand Week"

As a way of boosting the Loja das Conservas, this initiative means that for a week each one of the canned goods producer can use the space set aside to promote their products. Poveira launched the initiative, having organised a number of events in the shop, including show cooking and workshops. The event was "a success and the customers loved it", said Sara Costa, revealing that "Brand Week" will return in September. ■

A close-up portrait of Paulo Morais, a middle-aged man with a shaved head and a grey goatee, looking directly at the camera with a slight smile. He is wearing a dark, possibly black, collared shirt. The background is a soft, out-of-focus grey.

Paulo Morais:
o sushiman português
the Portuguese sushiman

Destaque Paulo Morais - o sushiman português

continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶

também crescer muito profissionalmente”, explicou Paulo Morais. Depois de um projeto com três amigos que não correu como o esperado, Paulo rumou ao QB Essence, em Oeiras, onde dava aulas de cozinha. Além da cozinha japonesa, pôde explorar toda a cozinha asiática, nomeadamente os sabores chineses, vietnamitas, coreanos e tailandeses.

Umái: o projeto dos chefs Paulo Morais e Anna Lins

Em 2010, decidi arriscar e, na companhia da sua mulher, a chef Anna Lins, inaugurou o restaurante Umái, em São Bento, Lisboa. Três anos depois, nasceu o Umái Chiado. A crise redefiniu a estratégia do casal, que optou por manter apenas o Umái Chiado, um restaurante não só de sushi, mas de cozinha asiática.

“Ser gestor é muito complicado. Toda a gestão de staff, de fornecedores e pagamentos ao Estado é cansativa. Se antes trabalhava uma média de 50 horas por semana, agora são cerca de 80!”, desabafa, explicando que se, por alguma razão, o número de refeições decresce, a margem fica muito reduzida, dificultando a gestão do restaurante. No entanto, ser gestor também se traduz em poder escolher o peixe que utiliza na preparação dos seus pratos, o que lhe dá “algum gozo, senão fosse isso, já teria desistido”.

Além do sushi, o Umái Chiado é procurado pelos seus pratos mais emblemáticos como a coxa de pato, vieiras em espuma de caril, cornucópias e bacalhau assado com miso. “Cada vez mais, acreditamos que o Umái irá evoluir para uma cozinha de autor. Ainda assim, e tal como transmitimos aos nossos alunos, antes de avançarmos para uma cozinha de autor, é necessário conhecer bem as bases e saber trabalhá-las”.

No Umái Chiado podemos encontrar sushi tradicional, mas também criações de Paulo Morais, “sempre com peso e medida”, porque o sushi “é, acima de tudo, um equilíbrio entre os ingredientes todos que o compõem”, afirma, explicando que “o arroz avinagrado é a base, a partir daí, tudo é possível desde que se mantenha a harmonia entre o arroz e os ingredientes que se adicionem”.

O sucesso do sushi

Na opinião de Paulo Morais, o grande interesse pelo sushi deve-se a vários fatores. Além de ser uma comida bastante saudável e visualmente muito atraente, na Europa, EUA e América do Sul vários restaurantes apostaram em corners dedicados ao sushi. Os media também o ajudaram a popularizar, com várias referências em filmes e telenovelas.

“É impossível ter sushi a um preço tão baixo, quando os peixes utilizados para a sua confeção são muito caros”, explica Paulo Morais.

“It is impossible to offer sushi at such low prices, when the fish used to make it cost so much”, explains Paulo Morais.

Seven years later and after a brief experience in an Algarve restaurant, he returned to Lisbon to work at the Bica do Sapato, where he was for four years. “Because it is a very cosmopolitan restaurant with very demanding clients, every week I had to come up with new menus, which made me grow a lot professionally”, explained Paulo Morais.

After a project with three friends that didn’t go as expected, Paulo went to QB Essence, in Oeiras where he gave cookery classes. Apart from Japanese cuisine, he was able to explore all Asian cooking, namely Chinese, Vietnamese, Korean and Thai flavours.

Umái: a project by chefs Paulo Morais and Anna Lins

In 2010, he decided to take a risk and, with his wife, Chef Anna Lins, opened the restaurant Umái in São Bento, Lisbon. Three years later Umái Chiado opened. The crisis redefined the couple’s strategy, who opted to keep Umái Chiado only, a restaurant which doesn’t only serve sushi but also Asian cuisine.

“Running a restaurant is very complicated. All of the staff management, the suppliers, and payments to the State are tiring. If before I worked an average of 50 hours a week, now it’s around 80!”, he admits, explaining that if, for some reason, the number of meals decreases, the margins would be greatly reduced, making the management of the restaurant difficult. However, being the manager also means being able to choose the fish that he uses in the preparation of his dishes, which he really enjoys - if it wasn’t for this he would have already thrown in the towel.

Apart from sushi, Umái Chiado is sought after for its more signature dishes such as duck legs, scallops in foamed curry sauce, cornucopias and oven-baked codfish with miso beans. “Increasingly we believe that Umái will develop a signature cuisine. Even so, and as we tell our trainees, before moving forward with signature cuisine, one has to know the basics ingredients well and how to use them”.

At Umái Chiado one can find traditional sushi, but also creations by Paulo Morais, “but always carefully measured out”, because “sushi is, above all, a balance between all the ingredients that make it up”, he states, explaining that the “vinegar rice is the base from which everything is possible providing harmony is maintained between the rice and the ingredients that are added”.

The success of sushi

In Paulo Morais’ opinion, the great interest shown in sushi is down to various factors. Apart from being a fairly healthy food which is visually very attractive, in Europe, the United States and South America various restaurants have gone in for ‘corners’ dedicated to sushi. The media too has helped to make it popular, with various references in films and soap operas.

In Portugal, various sushi restaurants have arisen, which is “very positive since it has made it easier to get access to specific ingredients used in Japanese cuisine.” The price wars between restaurants has been the less positive side since it leads to lowering prices, which ends up by having a knock-on effect on the quality of the sushi. “It is impossible to offer sushi at such low prices, when the fish used to make it cost so much,” explains Paulo Morais.

When it comes to food conservation, sushi should be kept in refrigerated environments and the fish used in its preparation requires special attention too. Umái Chiado uses a Japanese manufactured freezer that can produce temperatures of -60 degrees, a temperature that can kill possible fish parasites, while at the same time ensuring the fish is fresh when defrosted.





O chef Paulo Morais e a sua mulher, a chef Anna Lins, dão vida ao Umai.

Chef Paulo Morais and his wife, Chef Anna Lins make Umai the restaurant that it is.

Em Portugal, têm surgido vários restaurantes de sushi, o que "é muito positivo pois tornou-se mais fácil ter acesso a determinados ingredientes utilizados na cozinha japonesa". A guerra de preços entre os restaurantes tem sido o lado menos positivo, uma vez que leva à baixa de preços, o que acaba por se repercutir na qualidade do sushi. "É impossível ter sushi a um preço tão baixo, quando os peixes utilizados para a sua confeção são muito caros", explica Paulo Morais.

No que diz respeito à conservação alimentar, o sushi deve estar em ambientes refrigerados e o peixe utilizado na sua confeção requer também cuidados especiais. O Umai Chiado conta com um frigorífico de fabrico japonês que atinge 60 graus negativos, temperatura que permite matar eventuais parasitas de peixes, ao mesmo tempo, que garante a frescura do peixe quando descongelado.

Partilha de conhecimento

Para se manter atualizado sobre cozinha japonesa e asiática, o chef Paulo Morais pesquisa, lê e, sempre que pode, viaja e visita outros restaurantes. "Acho que é muito importante viajar e é um dos meus objetivos para 2014".

Paulo Morais gosta também de partilhar os seus conhecimentos. Neste momento, é o chef responsável pela Sushi School, no Amoreiras Plaza, em Lisboa, e dá workshops de cozinha asiática no Feed Me.

Aos seus alunos faz questão de transmitir os muitos cuidados necessários a ter na confeção do sushi e de os alertar para a possibilidade de o peixe poder estar contaminado com parasitas ou metais pesados. Aconselha-os também a optar por espécies que não se encontrem em risco de extinção, uma preocupação seguida pelo Umai Chiado, onde o atum não é utilizado devido ao excesso de captura deste peixe. ■



Quais são os desafios atuais do Umai? "Muito trabalho, humildade, saber trabalhar em equipa e partilhar conhecimentos", respondeu Paulo Morais à COOL.

What are the current challenges facing Umai? "Lots of work, humility, knowing how to work as a team and sharing knowledge", replied Paulo Morais to COOL.

Sharing knowledge

In order to keep up to date with the latest trends in Japanese and Asian cuisine, Chef Paulo Morais researches, reads, whenever possible, travels and visits other restaurants. "I think that it's very important to travel and it's one of my goals for 2014".

Paulo Morais also likes to share his knowledge. At the moment, the chef is in running the Sushi School in Amoreiras Plaza, in Lisbon, and gives workshops on Asian cooking at Feed Me.

He makes a point of transmitting to his pupils the necessary care and attention in making sushi and to warn them of the possibility that the fish could be contaminated with parasites or heavy metals. He also advises them to opt for species that aren't facing extinction, a concern followed by Umai Chiado, where tuna is not used due to the excessive overfishing of this species. ■



Para a conservação e exposição de sushi, a JORDÃO desenvolveu um modelo específico com a SONAE MC para o Continente de Cascais.

Trata-se de um expositor self-service, da gama FUTURO, que permite aos sushimen colocar o sushi acabado de preparar, para livre escolha dos consumidores.

Lateralmente, o móvel da JORDÃO oferece ainda espaço para exposição (não refrigerada) de condimentos próprios da cozinha japonesa.

For the preservation and display of sushi, JORDÃO developed a specific model with SONAE MC for the Continente hypermarket in Cascais.

This is a self service display cabinet from the FUTURO range, which enables sushimen to make the freshly prepared sushi available for the ready selection of consumers.

Laterally-wise, the JORDÃO counter offers even more display space (non-refrigerated) for the specific condiments for Japanese cuisine.



PLUG-IN

Delicious flavoured ice-cream whenever you want it! PLUG-IN is a display cabinet concept for promotional and seasonal marketing campaigns. Easy to install, it means that at any time and in almost any place it can be used to showcase delicious ice-creams.

Em stock



DAISY

Imagine uma gama de expositores dedicada ao retalho alimentar com soluções para tudo: DAISY.

Versões aquecidas, refrigeradas e neutras para: talho, charcutaria, queijos, saladas, pizzas, pão (também em versão roll-in), pastelaria, bebidas, legumes, fruta... Uma gama completa de expositores, que realçam as melhores características dos alimentos, disponível em vitrinas, semi-verticais e balcões de apoio, incluindo um módulo específico para pessoas com mobilidade reduzida.



DAISY

Imagine a range of display cabinets dedicated to food retail with solutions for everything: DAISY Heated, refrigerated and neutral versions for: meat counters, the delicatessen, cheese counters, salads, pizzas, bread (also in a roll-in version), patisserie, drinks, vegetables, fruit...a complete range of displays that show off the food's best characteristics, available in glass display cabinets, semi-vertical cabinets and support counters, including a specific module for people with reduced mobility.

Em stock



FRESCO

Visibilidade, Funcionalidade & Versatilidade. FRESCO é a nova gama de expositores da JORDÃO para a restauração moderna. A gama foi desenhada sob 3 conceitos: Visibilidade do alimento para potenciar a venda. Funcionalidade e facilidade de uso para um serviço excelente. Versatilidade nas versões especializadas para a exposição alimentar em ambientes refrigerados, aquecidos e neutros; nos formatos: vitrinas, grab'n'go, semi-verticais e verticais. Versatilidade também na escolha das cores e revestimentos, que podem ser customizados, em função de cada negócio.

FRESCO

Visibility, functionality & versatility. FRESCO is the new range of display counters from JORDÃO for modern catering. The range was designed with 3 concepts: Showcasing food to boost sales. Functionality and ease of use for excellent service. Versatility in the specialised versions for food display in refrigerated, heated and neutral environments; in glass, grab'n'go, semi-vertical and vertical formats. Versatility too in the choice of colours and finishes, which can be customised for suit every business.

Tortilla española derrochada
Ensalada de queso de cabra
Sopa de melón y menta
Crema de maíz
Paella marinera
Bacalao confitado con queso y tomate
Añas casinudo con mango y
Salmón de ternera con jarrón y
de rillet y aire de piment
Salmón de cerdo con frutas rojas
Mousse de golfo
Chorrocalo con frutas rojas y helado de frías



O compromisso Sustentabilidade

JORDÃO's commitment to sustainability

NO PRÓXIMO ANO, ENTRA EM VIGOR A NOVA LEGISLAÇÃO DA UE SOBRE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA DO EQUIPAMENTO DE REFRIGERAÇÃO COMERCIAL. O GRANDE OBJETIVO É REDUZIR AS EMISSÕES DE GASES COM EFEITO DE ESTUFA. ROSA MOREIRA, RESPONSÁVEL PELO DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA E APLICAÇÕES (DEA), EXPLICOU À COOL O QUE A JORDÃO TEM VINDO A FAZER PARA CUMPRIR OS NOVOS REGULAMENTOS E MELHORAR A SUA EFICIÊNCIA.

NEXT YEAR NEW EU LEGISLATION COMES INTO FORCE COVERING COMMERCIAL REFRIGERATION EQUIPMENT ENERGY EFFICIENCY. THE MAIN GOAL IS TO CUT GREENHOUSE GAS EMISSIONS. ROSA MOREIRA, WHO HEADS THE DEPARTMENT OF ENGINEERING AND APPLICATIONS (DEA) EXPLAINED TO COOL THAT JORDÃO HAS MADE CHANGES TO MEET THE NEW REGULATIONS AND IMPROVE ITS EFFICIENCY.

Desde que a JORDÃO iniciou atividade, há já mais de três décadas, várias mudanças tecnológicas ocorreram. De que forma a empresa tem vindo a adaptar-se a estas evoluções?

As mudanças tecnológicas surgem da necessidade de tornar os processos mais fiáveis, mais produtivos e, neste contexto, com a preocupação de fazer cumprir as orientações para a sustentabilidade ambiental.

A JORDÃO, no que diz respeito à evolução dos gases refrigerantes, procura antecipar-se às medidas assumidas pelas entidades reguladoras, nomeadamente as definidas nos protocolos de Quioto e Montreal quanto à proteção da camada de ozono e ao aquecimento global.



Since JORDÃO initiated its business activity, more than three decades ago now, various technological changes have taken place. In what way has the company adapted to these changes? Technological changes arise out of the need to make processes more reliable, productive and, in this context, the concern to meet environmental sustainability guidelines.

JORDÃO, when it comes to the development of refrigerant gases, seeks to pre-empt the measures adopted by regulatory entities, namely those defined by the Kyoto and Montreal agreements regarding the protection of the ozone layer and preventing global warming.

The company began its activities with the CFC R22, and in 1998, went on to use the HFC R134a and R404A. Throughout the years, it has invested heavily in training, so as to ensure the correct use and sealing of the thermodynamic system, minimising leaks into the environment. Since the use of R404A is controlled and will be totally banned, JORDÃO is presenting Glycol, R290 and CO₂ as alternatives. The installation of a R290 gas delivery system is also under way (propane) and the development of thermodynamic systems for CO₂.

Next year new EU legislation comes into force covering commercial refrigeration equipment energy efficiency. Europe will have to progressively scale down its use of fluoride gases (F-gases), namely hydro-chlorofluorocarbons (HFCs). What are the main goals of this new legislation?

According to the United Nations Fourth Assessment Report from the Intergovernmental Panel on Climate Change, so as to



Comparando os procedimentos atuais com os métodos utilizados há 30 anos, Rosa Moreira destaca como principais diferenças “os equipamentos de carga de refrigerante, as regras de segurança no processo produtivo e no manuseamento do gás, assim como a conceção e a produção do equipamento agora sustentados pelo sistema de qualidade”.

Comparing current procedures with methods used 30 years ago, Rosa Moreira highlights as the main differences “the refrigeration equipment, the safety rules in the production process and the handling of gas, as well as the conception and production of the equipment now backed up by the quality system”.

dos com efeito de estufa e o estabelecimento de limites quantitativos à colocação de hidrofluorcarbonetos no mercado.

Que principais medidas tem a JORDÃO de cumprir a partir de 2015?

Investir em tecnologia para a utilização de novos refrigerantes e em formação técnica; efetuar pesquisas de mercado; perceber quais as expectativas dos clientes pois variam conforme o mercado (comunitário / extracomunitário); verificar, validar e, se necessário, alterar os equipamentos de modo a cumprir os requisitos de eficiência energética e ter em conta que o objetivo é etiquetar os equipamentos com classe energética competitiva, não bastando estar dentro do limite legal.

Que medidas têm vindo a ser seguidas pela JORDÃO para que a sua atividade não prejudique o meio envolvente?

Algumas das medidas passam pela certificação dos equipamentos e pela aposta em soluções mais eficientes. No intuito de garantir o cumprimento da normalização em vigor, a JORDÃO tem protocolos com entidades que certificam todos os equipamentos em função do mercado a que se destinam – marcação CE, ETL, SASO, INMETRO e GOST. Estas certificações garantem ao utilizador final que o equipamento é seguro e cumpre os requisitos ambientais aplicáveis.

Durante a validação de funcionamento, o DEA afina a seleção e aplicação dos componentes, sendo um dos objetivos a redução do consumo de energia. Tendo por base de trabalho as diretivas comunitárias: 2009/125/EC, relativa aos requisitos Ecodesign, e 2010/30/EU, relativa à etiquetagem energética, o DEA, dedica-se, neste momento, à eficiência de cada móvel.

Na sua opinião, ao explorar mercados fora da Europa, a JORDÃO poderá partir em desvantagem em relação a empresas extracomunitárias que não tiveram necessidade de ajustar os seus produtos aos novos regulamentos?

É, de facto, a conclusão a que chegamos quanto às con-



A nova legislação sobre a eficiência energética do equipamento de refrigeração comercial entra em vigor no próximo ano.

The new legislation on energy efficiency of commercial refrigeration equipment comes into force next year.



Investimento em tecnologia e formação técnica, certificação dos equipamentos e aposta em soluções mais ecológicas são algumas das medidas que a JORDAS# 771;O tem vindo a desenvolver para cumprir os novos regulamentos e melhorar a sua eficiência# 770;ncia.

Investment in technology and technical training, certification of equipment and investment in greener solutions are some of the measures that JORDAN has developed to meet the new regulations and improve their efficiency.

sequências da implementação dos próximos regulamentos. Quer as mudanças ao nível dos refrigerantes quer o desenvolvimento de equipamentos mais eficientes obrigam os fabricantes a adaptarem as suas linhas de produção, a comprarem componentes mais caros, a desenvolverem sistemas de controlo mais exigentes e a realizarem investigação. Um equipamento mais eficiente é um equipamento mais caro. Ficarà ao critério do utilizador final optar por um equipamento amigo do ambiente. Esta tomada de decisão do utilizador profissional não está regulamentada.

Por outro lado, os novos equipamentos permitem uma redução significativa do custo do ciclo de vida do produto, havendo real retorno do investimento inicial. Este é um facto que tem impulsionado a adesão e compra de equipamentos mais eficientes pelos principais operadores do mercado.

Considera, que esta nova legislação europeia poderá resultar, a longo prazo, num acordo global para a proibição do uso de HFC?

Deveria resultar nesse acordo, mas tenho dúvidas porque depende da política económica de cada país. Na minha opinião, os fatores económicos prevalecem sobre a proteção ambiental. Se a proibição não se concretizar a nível global, a Europa não poderá competir nos mercados extracomunitários.

Especialistas na área ambiental, acreditam que os novos regulamentos vão incentivar a indústria europeia na procura de soluções alternativas. É da mesma opinião?

Não tenho qualquer dúvida de que a indústria está à procura de alternativas aos HFC e também aos próprios fluidos naturais atualmente em crescimento – amónia, CO₂, R290, R600. Estes são “limpos” mas exigem níveis de segurança elevados, devido à sua toxicidade, ao facto de serem inflamáveis e à elevada pressão de trabalho. Acredito que as investigações em curso vão resultar em novas alternativas de gases não inflamáveis: XP10, 1234yf. ■

On the other hand, the new equipment enables a significant reduction in terms of cost regarding the useful life of the product, meaning a substantial return on up-front investment. This has been something that has boosted take-up and purchase of more efficient equipment by the main market operators.

Do you think that this new European legislation could result, in the long-term, in a global agreement for banning the use of HFCs? That should happen with this agreement, but I am doubtful because it depends on the economic policy of each country. In my opinion, economic factors prevail over environmental protection. If prohibition is not achieved at a global level, Europe will not be able to compete in non-EU markets.

Specialists in the environmental area believe that the new regulations will encourage the European industry to seek alternative solutions. Do you agree?

I've no doubt that the industry is seeking alternatives to the HFCs and also to the use of actual natural fluids which is growing - ammonia, CO₂, R290, R600. These are “clean” but require high safety levels because of their toxicity, the fact they are inflammable and work under high pressure. I believe that the research under way will result in new alternatives to non inflammable gases: XP10, 1234yf. ■

COM UMA VASTA EXPERIÊNCIA NO SEGMENTO DA RESTAURAÇÃO, O ARQUITETO LUÍS FLÓRIO ESTÁ A DESENVOLVER PROJETOS NO MERCADO EUROPEU, A PAR DO MERCADO NACIONAL. O GRANDE OBJETIVO PASSA POR CONQUISTAR E CONSOLIDAR A PRESENÇA NO EXTERIOR

WITH A VAST EXPERIENCE IN THE RESTAURANT'S SECTOR, ARCHITECT LUÍS FLÓRIO IS DEVELOPING PROJECTS IN THE EUROPEAN, AS WELL AS THE NATIONAL MARKET. HIS MAIN GOAL IS TO CONQUER AND CONSOLIDATE HIS PRESENCE ABROAD.



Luís Flório à conquista do mercado internacional

Luís Flório conquers the international market



A pastelaria "Sweet Ice", em Sines, é um dos projetos do arquiteto Luís Flório no setor da restauração.

The patisserie "Sweet Ice", in Sines, is one of the projects by architect Luís Flório for the restaurant sector.

A arquitetura sempre foi uma paixão. "Desde muito cedo comecei a desenhar e a interessar-me pelas artes plásticas. Não tive, por isso, dúvidas no momento de escolher o meu caminho profissional", confidenciou à COOL.

Entre os seus principais projetos na área da restauração está a pastelaria "A Brasileira", em Coimbra. O arquiteto partiu dos símbolos e ícones existentes para recrear a lógica do passado numa atitude contemporânea, "sem nunca esquecer o local e o quanto ele representou e quer representar na memória da cidade". Na pastelaria "Amazónia", em Oliveira de Frades, Luís Flório teve uma abordagem diferente. "É uma lógica bem mais contemporânea, desligada de qualquer vestígio do passado. Aqui a atitude é dar qualidade espacial, tornar o espaço confortável, promovendo uma nova funcionalidade e atitude". Nestes projetos, o arquiteto optou por utilizar equipamento da JORDÃO. "Além de inegável mais-valia técnica, alia o desenho à função, o que nem sempre é fácil, mas que, para nós arquitetos, é absolutamente fundamental".

He was always passionate about architecture. "From very early on I began designing and being interested in the plastic arts. Which is why I didn't have any doubts when it came to choosing my path. From among his main projects in the catering area is the patisserie "Brasileira" in Coimbra. The architect started off by using the existing symbols and icons to recreate the logic of the past with a contemporary feel, "without ever forgetting the site and how much it meant and means to the city." Luís Flório used a different approach in the patisserie "Amazónia". "We used a far more contemporary logic, which wasn't linked to any trace of the past. Here the attitude was to give a special quality, making the interior more comfortable, fostering a new functionality and attitude." In these projects, the architect opted to using JORDÃO equipment. "Apart from it being an undeniable technical asset, it links design to function, which isn't always easy, but is absolutely vital for us architects."



Na pastisserie “A Brasileira”, em Coimbra, o arquiteto procurou recriar a lógica do passado numa atitude contemporânea. O equipamento é da JORDÃO.

At the patisserie “A Brasileira”, in Coimbra, the architect sought to recreate the logic of the past with a contemporary attitude. The equipment is from JORDÃO.

Atualmente, o atelier de Luís Flório, que conta com quatro colaboradores, está a apostar na internacionalização, com o desenvolvimento de projetos noutros países europeus.

Na sua opinião, a arquitetura portuguesa é tida como uma referência. “Por esse mundo fora, no setor da restauração há excelentes exemplos, mas estamos de igual para igual e, não querendo ser absolutamente nacionalista, muitas vezes, estamos muitos furos acima”.

“Liberdade total” para criar

Quando desenvolve um projeto, o principal objetivo passa por corresponder às expectativas dos clientes, ou seja, “tornar o espaço mais confortável, inovador, uma referência no local onde se encontra e uma mais-valia para os utilizadores”.

Em termos de desenho, o arquiteto revela que tem “liberdade total” para criar. Os espaços por si projetados refletem a sua “visão socio-económica”, a forma como encara a “sociedade contemporânea sem esquecer o passado”.

The Luís Flório atelier which has a team of four, is currently focusing on internationalisation, with the development of projects in other European countries.

In his opinion, Portuguese architecture is seen as a benchmark. “Outside, there are excellent examples in the restaurant sector, but we’re on an equal par, and not wanting to be completely nationalistic, often we’re rather streets ahead”.

“Total freedom” to create

When developing a project, the main goal is to meet client expectations, in other words, “make the space more comfortable, innovative, a reference in the location where it is and an asset for users”.

In terms of design, the architect reveals that he has “total freedom” to create. The spaces designed in themselves reflect his “socio-economic vision”, the way in which he sees “contemporary society without forgetting the past”.



Architecture in Catering

In the catering sector, Luís Flório believes that architecture “is going to continue to develop, but with economic constraints”. Even so, he believes that “well thought out and designed spaces will continue to be important.”

The architect states that “there’s a revivalist trend”, however, he says that those new projects that go forward “will lose force and will clearly be ephemeral”. Luís Flório agrees with António Ribeiro, lead singer of the Portuguese band UHF, who once said that “to be in fashion one has to be systematically outside of it” and explains: “I believe that if we think like this our designs will have a less ephemeral character”. The Portuguese architect also takes environmental aspects into consideration when he designs a project and believes that “increasingly there is a greater awareness on the subject”. ■



“Doce ao Quadrado”, em Tomar, é um dos projetos que Luís Flório está, neste momento, a desenvolver.

“Doce ao Quadrado” in Tomar, is one of the projects that Luís Flório is, at the moment, developing.

Arquitetura na Restauração

No segmento da restauração, Luís Flório considera que a arquitetura “irá continuar a desenvolver-se, mas com condicionantes económicas”. Ainda assim, acredita que “cada vez mais, irão existir espaços bem pensados e desenhados”.

O arquiteto afirma que “há uma tendência revivalista”, no entanto, refere que “os projetos perdem força e serão seguramente efémeros” se a seguirem. Luís Flório concorda com António Ribeiro, vocalista dos UHF, que um dia disse que “para estar na moda é necessário sistematicamente estar fora dela” e explica: “acredito que, se pensarmos desta forma, as nossas propostas têm um carácter menos efémero”. O arquiteto português tem também em conta os aspetos ambientais quando delinea um projeto e acredita que “cada vez mais, há uma maior consciencialização sobre o tema”. ■



Na pastelaria “Amazónia”, em Oliveira de Frades, o arquiteto procurou “tornar o espaço confortável, promovendo uma nova funcionalidade e atitude”.

At the patisserie “Amazónia”, in Oliveira de Frades, the Portuguese architect sought to “make the space comfortable, fostering a new functionality and attitude”.



JORDÃO à volta do mundo

JORDÃO around the world

APOSTADA EM DIVULGAR A SUA PROPOSTA ALÉM-FRONTEIRAS, A JORDÃO CONTINUA A MARCAR PRESENÇA NAS FEIRAS MAIS IMPORTANTES DO SETOR. A ESTRATÉGIA PASSA POR APRESENTAR NOVOS PRODUTOS E COMUNICAR UMA IMAGEM FORTE COM O GRANDE OBJETIVO DE ALARGAR A REDE DE DISTRIBUIÇÃO A NOVOS MERCADOS. ALEMANHA, DUBAI, SINGAPURA, BRASIL E RÚSSIA SÃO ALGUNS DOS LOCAIS ONDE A JORDÃO ESTEVE OU VAI ESTAR ESTE ANO.

A EuroShop foi o primeiro evento do ano em que a JORDÃO participou. Entre os dias 16 e 20 de fevereiro, a empresa apresentou as suas principais novidades em Dusseldorf, na Alemanha, a par de mais de dois mil expositores de 57 países.

Dedicada ao retalho, a EuroShop 2014 teve como tema em destaque a Eficiência Energética, tendo sido abordada a utilização de novos gases de refrigeração, bem como de sistemas de refrigeração e iluminação mais eficientes.

A JORDÃO considerou este evento ideal para apresentar a nova gama FUTURO, composta por vitrinas e semi-verticais com soluções de refrigeração e aquecimento para todos os setores do retalho ali-

COMMITTED TO DIVULGING ITS PRODUCTS ABROAD, JORDÃO CONTINUES TO ATTEND THE MOST IMPORTANT SECTOR TRADE FAIRS. THE STRATEGY IS TO PRESENT NEW PRODUCTS AND COMMUNICATE A STRONG IMAGE WITH THE MAIN OBJECTIVE OF WIDENING ITS DISTRIBUTION NETWORK IN NEW MARKETS. GERMANY, DUBAI, SINGAPORE, BRAZIL AND RUSSIA ARE SOME OF THE PLACES WHERE JORDÃO HAS BEEN OR WILL BE THIS YEAR.

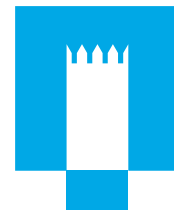
EuroShop was the first event of the year attended by JORDÃO. Between February 16 and 20 the Portuguese company presented its main new ranges in Düsseldorf, Germany, along with 2,000 exhibitors from 57 countries.

Dedicated to retail market, Euroshop 2014's main theme was Energy Efficiency, having touched on the use of new refrigeration gases, as well as more efficient refrigeration and lighting systems.

JORDÃO considered this the ideal event to present its new range FUTURO, made up of serve-over and semi-vertical cabinets with refrigeration and heating solutions for all sectors of modern

Quality Tours

Agência de Viagens e Turismo



Os serviços da Quality Tours ajudá-lo-ão a descobrir Portugal e o mundo de uma forma memorável. Sempre com garantia de qualidade, o atendimento personalizado será uma constante. Os nossos clientes são nossos convidados e têm o direito ao melhor atendimento possível. Quality Tours será a sua companhia ideal. Experimente os nossos serviços e será surpreendido!

Quality Tours... Qualidade sem limites...

QUALITY TOURS / AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO S.A.

Largo Martins Sarmento, nº 89, r/c esqº.
4800-432 Guimarães, Portugal
T +351 253 527 144 · F +351 253 527 146
www.qualitytours.pt / geral@qualitytours.pt

Quality Tours will help you explore Portugal and the world in a memorable way. We offer high quality and personalised services. Our clients are our guests and they deserve the best. Quality Tours will be a perfect host. Try our services and you will be surprised.

Quality Tours...Quality without limits...

RNAV T N°2495
<http://visitportoandnorth.travel>
www.facebook.com/qualitytoursportugal





Multidis:

uma empresa no Dakar

a company in Dakar

NO SENEGAL, ENCONTRA-SE UMA EMPRESA COM A QUAL A JORDÃO TEM UMA PARCERIA HÁ JÁ TRÊS ANOS. ESPECIALIZADA NA DISTRIBUIÇÃO DE EQUIPAMENTOS NO SETOR DA RESTAURAÇÃO, A MULTIDIS CONTA COM A AJUDA DA EMPRESA PORTUGUESA PARA DAR RESPOSTA A UM MERCADO EM CRESCIMENTO NA ÁFRICA SUBSAARIANA.

THERE'S A COMPANY IN SENEGAL WITH WHICH JORDÃO HAS HAD A PARTNERSHIP FOR THREE YEARS NOW. SPECIALISING IN THE DISTRIBUTION OF EQUIPMENT IN THE CATERING SECTOR, MULTIDIS ENJOYS THE HELP OF THE PORTUGUESE COMPANY TO MEET THE NEEDS OF A MARKET THAT IS GROWING IN SUB-SAHARA AFRICA.

Criada em 1996, a Multidis começou por focar-se na área de sistemas de climatização, tendo depois diversificado a sua área de atuação. Neste momento, entre as atividades da empresa encontra-se a distribuição e instalação de equipamentos profissionais no canal Horeca, nomeadamente de refrigeração. "Além de procedermos à instalação deste tipo de equipamento em hotéis e restaurantes, estamos também a ter uma colaboração muito ativa em projetos de cafeterias de luxo e cadeias internacionais de franchising, que estão em grande desenvolvimento no nosso país", refere Ali Khalaf, responsável pela Multidis.

A atuação da empresa, que conta com dez colaboradores, centra-se no mercado senegalês e em países vizinhos. De acordo com Ali Khalaf, o setor da hotelaria, restauração e catering está em pleno crescimento no Senegal. Existem diversos projetos inovadores em curso, que visam responder às necessidades dos consumidores, que estão, cada vez mais, exigentes. Os mentores destes projetos estão, por isso, focados em criar espaços únicos, que

Created in 1996, Multidis began to focus on the air conditioning systems area, having then diversified its area of operation. At the moment, among the company's activities is distribution and the installation of professional equipment on the Horeca channel, namely refrigeration. "In addition to installing this type of equipment in hotels and restaurants, we've also got a very active cooperation in luxury cafeteria projects and international franchising chains, which are developing at a fast pace in our country", says Ali Khalaf, who heads Multidis.

The company's business area - it has 10 staff - is centred on the Senegalese market and neighbouring countries. According to Ali Khalaf, the hotel, restaurant and catering sectors are growing substantially in Senegal. There are various innovative projects under way which aim to meet the needs of consumers, who are increasingly more demanding. The mentors of these projects are, therefore, focused on creating unique spaces, which stand out for their quality. "The desire to develop this

se distingam pela qualidade. "A preocupação em desenvolver este setor não se restringe ao Senegal. Abrange todos os países da África subsaariana e, claro, que acabamos por beneficiar com este salto qualitativo", reconhece Ali Khalaf.

Questionado sobre quais serão os principais desafios da empresa, o responsável considera que, tendo em conta que este setor se tornará, cada vez mais, "complexo e competitivo", cabe à Multidis continuar a apostar na oferta de equipamentos e serviços de qualidade e focar a sua estratégia nos países da África subsaariana.

Parceria com a JORDÃO

O primeiro contacto com a empresa portuguesa surgiu em 2011 na maior feira internacional do setor da restauração, a Host, que ocorre de dois em dois anos, em Milão.

A Multidis procurava uma marca que produzisse expositores refrigerados e sabia que a JORDÃO era reconhecida pelos seus equipamentos de elevada qualidade. Aproveitou, por isso, para conhecer a empresa durante o certame italiano.

A decisão de avançar com a parceria deveu-se a várias razões, explicou Ali Khalaf à COOL.

Desde o início, a relação entre as duas empresas "foi ótima e a JORDÃO demonstrou verdadeiramente interesse em trabalhar connosco. A excelente relação preço / qualidade, particularmente ajustada ao nosso mercado, bem como o leque alargado de produtos fez pender a balança a favor da JORDÃO". Para Ali Khalaf, esta parceria pode definir-se em duas palavras: sincera e duradoura. ■



Ali Khalaf, responsável pela Multidis, considera que a empresa senegalesa tem de continuar a apostar na oferta de equipamentos e serviços de qualidade e focar a sua estratégia nos países da África subsaariana.

Ali Khalaf, director of Multidis, believes that the Senegalese company has to continue to invest in a range of quality equipment and services and focus its strategy in sub-Saharan African countries.



A Multidis é especializada na distribuição e instalação de equipamentos profissionais no setor Horeca.

Multidis is specialised in the distribution and installation of professional equipment in the Horeca sector.

sector isn't restricted to Senegal. It embraces all the sub-Saharan countries and, of course, we've ended up by benefiting from this leap in quality," Ali Khalaf recognises.

Asked about what the main challenges the company will face, the director thinks that taking into consideration that this sector will become increasingly more "complex and competitive", it is down to Multidis to continue investing in the range of quality equipment and services and focus its strategy in sub-Saharan Africa.

Partnership with JORDÃO

The first contact with the Portuguese company arose in 2011 at the largest international fair in the catering sector, Host, which runs every other year in Milan.

Multidis was looking for a brand that would produce refrigerated display cabinets and knew that JORDÃO was recognised for its top quality equipment. Which is why it took the chance to get to know the company at the Italian fair.

The decision to proceed with the partnership was down to various reasons, explained Ali Khalaf to COOL.

From the start, the relationship between the two companies "was excellent and JORDÃO showed a real interest in working with us. The excellent price/quality ratio, particularly adjusted for our market, as well as the wide range of products has swung the balance in JORDÃO's favour". For Ali Khalaf, this partnership can be summed up in two words: sincere and long-lasting. ■

Rosário Teixeira e Clara Coelho

Rosário Teixeira & Clara Coelho

MAIS DO QUE COLEGAS NO DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO DA JORDÃO, ROSÁRIO TEIXEIRA E CLARA COELHO SÃO AMIGAS. HÁ JÁ QUASE TRINTA ANOS NA EMPRESA, AS DUAS PROFISSIONAIS TÊM “MUITO ORGULHO” ONDE TRABALHAM.

MORE THAN COLLEAGUES AT THE JORDÃO'S ADMINISTRATIVE AND FINANCIAL DEPARTMENT, ROSÁRIO TEIXEIRA AND CLARA COELHO ARE FRIENDS. HAVING CLOCKED UP ALMOST 30 YEARS AT THE COMPANY, THE TWO PROFESSIONALS HAVE “LOTS OF PRIDE” IN WHERE THEY WORK.

Natural de Caldas de Vizela, Rosário tem 51 anos e formação em Contabilidade. Assim que surgiu uma vaga nesta área, Rosário não pensou duas vezes e candidatou-se para trabalhar na JORDÃO, onde se encontra até hoje. Considera que, devido à evolução dos programas informáticos, hoje basta “parametrizar e depois tudo acontece”. No entanto, reconhece que a formação é fundamental e na qual “a empresa investe muito”.

Rosário sempre gostou de números e, por isso, sente-se realizada com a sua profissão, tendo adquirido “conhecimento não só na área profissional, como também nas áreas pessoal e interpessoal”. A JORDÃO distingue-se sobretudo pelo sucesso, estabilidade, segurança e pelo ambiente de trabalho, sendo “uma das melhores empresas para trabalhar em Portugal” disse à COOL, confessando sentir “orgulho por fazer parte desta equipa”. Rosário destaca também as atividades outdoor que visam fomentar o espírito de equipa, recordando com saudade as que contaram com a presença do senhor José Júlio Jordão. Há já quase trinta anos na JORDÃO, Rosário considera “muito gratificante e enriquecedor” acompanhar o crescimento da empresa. Nos próximos anos, quer continuar a contribuir para o sucesso da JORDÃO.

Casada e com dois filhos, aproveita todo o tempo livre para estar com a família e com amigos, ir à praia e descansar.

Clara Coelho tem na JORDÃO “uma família”

Clara Coelho nasceu em Guimarães e tem 49 anos. Na JORDÃO desde 1990, Clara teve “a sorte de conhecer um grande homem e o melhor patrão do mundo, o senhor José Júlio Jordão”.

Durante vinte anos, Clara trabalhou no departamento de Recursos Humanos, tendo depois ingressado na área administrativa e financeira. Todos estes anos na empresa permitiram que os laços entre os colegas se estreitassem e hoje sente que tem na JORDÃO “uma família”. Clara reconhece também o papel de Armando Peixoto, diretor de Recursos Humanos, no seu percurso profissional, bem como o papel do Engenheiro Isidro Lobo no sucesso alcançado pela JORDÃO. ■

Raised in Caldas de Vizela, Rosário is 51 and trained in accountancy. As soon as a vacancy opened up in this area, Rosário didn't think twice and applied to work at JORDÃO, where she still is today. She thinks, thanks to the development of computer programmes, today she simply has to “parametrize and then everything happens”. However, she recognises that training is vital and in that the “company invests a lot”.

Rosário always liked numbers which is why she feels satisfied with her profession, having acquired “knowledge not only in her professional area, but also in her personal and interpersonal areas.” JORDÃO stands out above all for its success, stability, security and working environment, being “one of the best companies to work in Portugal” said COOL, confessing to feel a sense of “pride in belonging to this team”. Rosário also points out the outdoor activities which aim to encourage a team spirit, recalling with fond memories those which included founder José Júlio Jordão.

Almost thirty years at JORDÃO, Rosário feels it's been “very satisfying and enriching” to follow the company's growth. In the next few years, she wants to continue to contribute to JORDÃO's success.

Married with two children, she makes the most of her free time to be with her family and friends, going to the beach and relaxing.

Clara Coelho has “a family” in JORDÃO

Clara Coelho was born in Guimarães and is 49 years. At JORDÃO since 1990, Clara had the “luck to know a great man and the best boss in the world, José Júlio Jordão”.

For 20 years, Clara worked at the Department of Human Resources, later moving on to the administrative and financial area. All these years at the firm has meant that the bonds between colleagues have become stronger and today she feels that in JORDÃO she has “a family”.

Clara also recognises the role played by Armando Peixoto, Director of Human Resources, in her professional path, as well as the role of Engineer Isidro Lobo in the success that JORDÃO has attained. ■

Rosário considera que parte da sua felicidade e estabilidade deve-se ao facto de fazer parte da equipa da JORDÃO e deixa uma mensagem aos colegas "todos unidos e partilhando os mesmos objetivos seremos mais fortes".

Rosário believes that part of her happiness and stability is down to the fact that she is part of the JORDÃO team and imparts a message to her colleagues "by being all united and sharing the same goals together we'll be stronger."

"A Rosário mais do que colega de trabalho, é uma amiga", confidenciou Clara à COOL.

"Rosário is more than just a work colleague, she's a friend" Clara tells COOL.





“Hiper do Futuro” vence prémio de inovação “Hyper of the Future” wins innovation award

O projeto “Hiper do Futuro” da Sonae, que contou com a colaboração da JORDÃO, foi um dos grandes vencedores da primeira edição do Prémio Excelência – Inovação no Retalho, promovido pela Associação das Empresas de Grande Distribuição (APED).

A iniciativa da APED tem como grande objetivo valorizar o investimento realizado pelas empresas na inovação ao nível dos produtos e das marcas, do serviço ao cliente e da sustentabilidade, no setor do Retalho, em Portugal. O “Hiper do Futuro” é, na opinião da APED, um projeto que cria excelência no serviço aos consumidores e, por isso, venceu o prémio de Inovação no Serviço ao Cliente.

O Continente do Cascaishopping foi o escolhido para a implementação do novo conceito da Sonae, que tem como objetivo “reinventar a experiência de compra dos consumidores, acrescentando emoções e sensações positivas”. ■

Sonae’s project “Hyper of the Future” (“Hiper do Futuro”), which involved the participation of JORDÃO, was one of the grand winners of the first annual Excellency - Innovation in Retail Award, sponsored by the Portuguese Association of Wholesale Distribution (Associação das Empresas de Grande Distribuição - APED).

The APED initiative’s main objective is to add value to the investment made by companies in innovation at the products, brands, customer services and sustainability levels in the Retail sector in Portugal. The “Hyper of the Future” is, in the opinion of APED, a project that creates excellency in the service of consumers which is why it won the award for Innovation in Customer Service.

The hypermarket Continente at CascaiShopping centre was chosen to implement the new Sonae concept, the objective of which is to “reinvent the consumer buying experience, adding positive emotions and sensations”. ■

JORDÃO na senda da inovação JORDÃO on the road to innovation

Com o objetivo de disponibilizar aos clientes os sistemas de refrigeração mais eficientes, a JORDÃO acaba de lançar portas frontais para toda a sua gama de murais (expositores verticais). Além de iluminação LED, esta solução conta com um sistema termodinâmico ajustado para uma necessidade térmica inferior conferida pela aplicação de portas frontais, o que permite uma redução do consumo energético em 55%.

De acordo com Rosa Moreira, responsável pelo Departamento de Engenharia e Aplicações, os clientes sensibilizados para a problemática ambiental são quem mais procura esta nova solução. Na sua opinião, o mercado está muito impulsionado pelo preço, tornando-se difícil para os fabricantes justificar o valor destes equipamentos. Ainda assim, “os regulamentos previstos propõem eliminar os produtos menos eficientes pelo aumento gradual dos requisitos mínimos obrigatórios e, ao mesmo tempo, incentivar as vendas de equipamentos mais eficientes através de etiquetas energéticas obrigatórias”, o que resulta numa redução significativa dos custos quer para as empresas quer para os utilizadores.

No âmbito da sua política de inovação, a JORDÃO, em parceria com a Universidade do Minho, tem em curso estudos para continuar a melhorar a eficiência energética dos seus equipamentos. ■

With the aim of providing its clients with more efficient refrigeration systems, JORDÃO has just launched front doors for its entire range of wall displays (vertical cabinets). Apart from the LED, this solution has a thermodynamic system especially for reduced temperature requirements because of the use of front doors, which allow for a 55% energy consumption.

According to Rosa Moreira, who heads the Department of Engineering and Applications, clients who are aware of environmental issues are the ones that are interested in this new solution. In her opinion, the market is very influenced by price, making it difficult for manufacturers to justify the cost of this equipment. Even so, “the foreseen regulations aim to eliminate less efficient products by the gradual increase in minimum obligatory requirements and, at the same time, boost the sales of more efficient equipment by using obligatory energy labels”, resulting in a significant reduction in costs for both companies and users.

As part of its innovation policy, JORDÃO, in partnership with the University of Minho, has studies under way so as to continue improving the energy efficiency of its equipment. ■

JORDÃO premeia criatividade

A JORDÃO vai lançar brevemente um concurso dedicado ao segmento do Food Service.

A iniciativa, direcionada a todos os criativos, tem como objetivo envolver o público-alvo na criação de novas ideias para um dos produtos estrela da empresa.

A JORDÃO espera receber propostas de decoração inovadoras para a gama FRESCO. Apresentada em Milão, na última edição da HOST, a maior feira internacional do setor da restauração, a nova gama foi especialmente criada para a restauração moderna.

As melhores propostas submetidas serão depois selecionadas para a fase de construção de protótipo.

O anúncio do vencedor terá lugar no primeiro trimestre de 2015, num evento especial, onde também serão apresentados todos os protótipos construídos na segunda fase do concurso. ■

JORDÃO rewards creativity

JORDÃO will briefly launch a competition especially for the Food Service sector.

The initiative, aimed at all creative people, aims to invite the target public to come up with new ideas for one of the company's star products.

JORDÃO hopes to proceed proposals for innovative design for its FRESCO range. Unveiled in Milan, at the last edition of HOST, the largest international fair for the catering sector, the new range was especially created for the modern restaurant sector.

The best proposals submitted will later be selected for the prototype construction phase.

The winner will be announced in the first quarter of 2015, at a special event, where all the prototypes constructed in the second phase of the competition will also be presented. ■

Melhor Empresa para Trabalhar

A JORDÃO está, mais uma vez, entre as melhores empresas para trabalhar em Portugal. Os dois estudos realizados, um pelo Diário Económico em conjunto com a Heidrick & Struggles, e o outro pela revista Exame, em parceria com a Accenture, colocam a JORDÃO no topo do ranking das PME nacionais. Neste último estudo, a empresa vimaranense alcançou a primeira posição no setor da Indústria e Energia.

A presença assídua na lista das melhores empresas para trabalhar deve-se à estratégia da empresa em considerar os recursos humanos o seu principal ativo. De acordo com Isidro Lobo, a JORDÃO adotou uma política de proximidade entre a gestão e os colaboradores. "Estamos disponíveis para acompanhar os seus anseios e projetos", afirmou o Diretor Geral da JORDÃO, que considera que "a participação dos colaboradores no dia-a-dia da empresa tem permitido que se sintam satisfeitos e continuem a acreditar que a JORDÃO é uma das melhores empresas para trabalhar". ■



Best Company to Work

JORDÃO is, once again, amongst the best companies to work for in Portugal. The two studies carried out, one by the Portuguese business daily Diário Económico in partnership with Heidrick & Struggles, and the other by the magazine Exame, with Accenture, have placed JORDÃO at the top of the national SMEs ranking. In this latest study, the Guimarães company reached first position in the Industry

and Energy sector.

The hard fought for presence on the list of the best companies to work is down to the company's strategy in considering human resources its main asset. According to Isidro Lobo, JORDÃO has adopted a policy of close ties between management and staff. "We're here to listen to their concerns and support their projects", said the JORDÃO CEO, who believes that the "participation of the staff in the day-to-day running of the company has meant that they feel satisfied and continue to believe that JORDÃO is one of the best companies to work for". ■

Prémios EBA atribuem título de Campeã Nacional à JORDÃO

EBA Awards present National Champion title to JORDÃO

A JORDÃO recebeu a distinção na categoria "Foco no Cliente". Atribuído pela European Business Awards (EBA), este prémio distingue as organizações europeias que melhoraram a sua rentabilidade, colocando o cliente no centro do seu negócio.

Para a JORDÃO, ser "Campeã Nacional" é o reconhecimento internacional do modo como encara a política da empresa no mercado. "O cliente é o nosso parceiro para a vida e, por isso, é o enfoque da nossa atividade", considera Isidro Lobo, que admite que este prémio aumenta também a responsabilidade da empresa. ■



Sponsored by



JORDÃO received this distinction in the "Focus on the Client" category. Awarded by the European Business Awards (EBA) - this award distinguishes the European organisations that have improved their profitability, putting the client in the centre of their business.

For JORDÃO, being the "National Champion" is international recognition for the way the company's policy is viewed in the market. "The client is our partner for life, which is why they are the focus of our activity", says Isidro Lobo, who admits that this award also raises the company's responsibility benchmark. ■

A oeste, o Paraíso

Portugal's Silver Coast ... a paradise for water sports lovers

A apenas dezasseis quilómetros de Peniche, a Reserva Natural das Berlengas merece uma visita.

Just sixteen kilometres from Peniche, the Berlengas Natural Reservation warrants a visit.

PARA FECHAR O VERÃO COM CHAVE DE OURO, AGENDE UM FIM DE SEMANA PROLONGADO PARA CONHECER OU REVISITAR A REGIÃO OESTE. A POUCOS QUILOMETROS A NORTE DE LISBOA, ESTENDE-SE UMA COSTA DE AREAIS FINOS E ÁGUAS TRANSPARENTES IDEAIS PARA QUEM PROCURA OS ARES REVIGORANTES DO ATLÂNTICO, MAS TAMBÉM PARA OS AMANTES DO SURF, BODYBOARD, WINDSURF E MERGULHO. DESCUBRA A VIDA DAS CIDADES E VILAS DO OESTE CONHECIDAS PELAS SUAS TRADIÇÕES MARÍTIMAS E PISCATÓRIAS E, CLARO, ESTÁ NO LOCAL CERTO PARA SABOREAR UM BELO PRATO DE PEIXE ACABADINHO DE PESCAR, QUE PODERÁ SER ACOMPANHADO PELOS VINHOS DA REGIÃO.

TO ROUND OFF A TRULY GOLDEN SUMMER, BOOK A LONG WEEKEND TO DISCOVER OR REDISCOVER THE WESTERN REGION - PORTUGAL'S SILVER COAST. JUST A FEW KILOMETRES NORTH OF LISBON, THIS COAST OF FINE, SANDY BEACHES AND CRYSTAL CLEAR WATER STRETCHES FOR MILES AND MILES AND IS PERFECT FOR THOSE SEEKING THE ENERGIZING ATLANTIC AIR AND LOVERS OF SURFING, BODY BOARDING, WINDSURFING AND DIVING. DISCOVER THE SILVER COAST'S PICTURESQUE TOWNS AND VILLAGES FAMOUS FOR THEIR MARITIME AND FISHING TRADITIONS AND, OF COURSE, THIS IS JUST THE RIGHT SPOT TO ENJOY A FINE DISH MADE WITH FRESH LOCALLY CAUGHT FISH WASHED DOWN WITH WINES FROM THE REGION.

Inicie o fim de semana com uma visita à Reserva Natural das Berlengas. Em Peniche, existe transporte marítimo diário entre maio e setembro, a partir das 10h00. Dezasseis quilómetros apenas separam a cidade de Peniche do arquipélago das Berlengas, constituído pelos ilhéus Estelas, Farilhões e Berlenga. Com uma área terrestre de cerca de 100 hectares, ainda em estado quase selvagem, conserva uma vegetação rasteira que inclui espécies únicas. Este é também o refúgio ideal para a nidificação de muitas espécies de aves, casos da gaivota, do falcão-peregrino e do airo, ave que se assemelha a um pequeno pinguim e que é o símbolo da Reser-

Start off the weekend with a visit to the Berlengas Natural Reservation. In Peniche there's a daily ferry service running between May and September from 10am. Just 16 kilometres separate the Berlengas archipelago - made up of the Estelas, Farilhões and Berlenga islands - from Peniche. With a land area of around 100 hectares, still almost completely wild, the islands have preserved a dense undergrowth that includes species that are unique to them. This is also the perfect refuge for many species of nesting birds including sea gulls, the peregrine falcon and the guillemot, a bird that resembles a small penguin and is the symbol of the reservation.

va. O coelho-bravo, o rato-preto e répteis como a lagartixa e o lagarto-ocelado são outros habitantes do arquipélago. A reserva marinha é de cerca de 1000 hectares, contando com uma fauna diversificada e que inclui sobretudo espécies como o robalo, o sargo e a dourada. Entre os mamíferos marinhos, podemos encontrar golfinhos e baleias. As suas águas translúcidas são ideais para os mergulhadores que, além da fauna e flora marinhas, vêm atraídos pelas muitas histórias misteriosas que envolvem barcos afundados nesta costa. É também possível realizar passeios de barco para conhecer algumas das grutas existentes na ilha, nomeadamente a gruta da Flandres, gruta Azul e gruta da Lagosteira.

No restaurante Mar e Sol, construído onde antes se encontrava o Mosteiro da Misericórdia da Berlenga, pode optar por uma caldeirada de peixe ou sardinhas assadas, tendo a certeza de que os peixes foram pescados ao largo da ilha. À tarde, pode visitar o Forte de São João Baptista, mandado edificar pelo rei D. João IV, no século XVII, e o farol do Duque de Bragança. Ainda antes de apanhar o barco de regresso a Peniche, descansa na praia do Carreiro do Mosteiro, próxima do cais.

De volta a Peniche, visite as Igrejas de São Pedro e da Misericórdia, o Santuário de Nossa Senhora dos Remédios e a Fortaleza de Peniche, que D. João III mandou construir em 1557. Funcionou como prisão política durante o Estado Novo e hoje alberga o Museu Municipal. Localizada na costa sul da península de Peniche, a gruta da Furninha é outro dos locais que pode visitar. Esta é a mais importante estação pré-histórica do concelho.

Aproveite os últimos raios de sol para jantar numa das muitas esplanadas que encontra na Avenida do Mar e aposte num prato de marisco. Para pernoitar tem várias opções, desde unidades de turismo

The cotton-tail rabbit, the black rat and reptiles such as the gecko and ocellated lizard are other occupants of this archipelago. The marine reservation covers around 1000 hectares, enjoying a wide range of fauna and which includes species like the sea bass, sharp snout bream and golden sea bream. From among the marine mammals are dolphins and whales.

Their transparent waters are ideal for divers who, apart from the marine flora and fauna, are attracted by the many mysterious stories involving sunken ships along this coast. One can also take boat rides to discover some of the caves that exist on the island, namely the Flandres, Azul and Lagosteira caves.

At the 'Mar e Sol' restaurant, built on the site which was once occupied by the Misericórdia da Berlenga Monastery (Berlenga Mercy Monastery), you can plump for a fish stew or grilled sardines, safe in the knowledge that that the fish was freshly caught just off the island. In the afternoon you can visit the John the Baptist Fort (Forte de São João Baptista), which was commissioned by King João IV in the XVIIth century and the Duke of Braganza lighthouse. Before catching the return boat back to Peniche, relax on the Carreiro do Mosteiro beach, by the quayside.

Back in Peniche, visit the churches of St Peter (São Pedro) and Mercy (Misericórdia), the Sanctuary of Our Lady of Remedies (Nossa Senhora dos Remédios) and the Fortress of Peniche (Fortaleza de Peniche) which King João III commissioned in 1557. It served as a political prison during the Salazar dictatorship of the New State and today it houses the Municipal Museum. Situated on the south coast of the Peniche Peninsular, the Furninha caves are another of the places you can visit. This is the most important pre-historic site in the district.

Foto: Câmara Municipal da Nazaré/VEstrelinha



O famoso "Canhão da Nazaré", na praia do Norte.

The famous Giant Wave from Nazaré



No interior das muralhas, encontra-se o castelo de Óbidos e um labirinto de ruas e casas brancas.

Inside the walls is Óbidos castle and a labyrinth of streets and white houses.



Fotos: Município de Óbidos

no espaço rural, a hospedarias, parques de campismo e hotéis. Uma peça com renda de bilros é sempre uma boa recordação.

As praias do oeste

No dia seguinte, e se o sol convidar, descubra as praias da região. A sul de Peniche encontra as praias da Areia Branca, S. Bernardino, Consolação e Supertubos, procurada por surfistas e bodyboarders de todo o mundo. A norte, Baleal, Praia d'El-Rey, Foz do Arelho, a baía de São Martinho do Porto, a praia da Nazaré e a praia do Norte, que ficou mundialmente famosa quando o surfista havaiano Garrett McNamara surfou uma onda com cerca de 30 metros, graças ao "Canhão da Nazaré", um fenómeno geomorfológico submarino que permite a formação de ondas gigantes e perfeitas.

Depois de um mergulho nas águas refrescantes da costa oeste, é tempo para conhecer a Nazaré. Comece por fazer um passeio descontraído pelas ruas estreitas e perpendiculares à praia. Percorra depois a marginal, onde poderá observar a antiga tradição de seca de peixe, no estendal de paneiros, onde as peixeiras, que ainda usam as tradicionais sete saias, colocam o peixe. No porto de Pesca e de Recreio, todos os dias, a partir das 17h00, poderá ver os barcos a descarregar a captura do dia.

Não deixe a Nazaré sem antes subir ao Sítio, no histórico ascensor, que oferece uma vista panorâmica inesquecível desta vila piscatória. Ao jantar delicie-se com peixe fresco grelhado.

A vila medieval de Óbidos

No último dia da escapadinha, siga em direção a sul. Óbidos merece sempre uma visita. No interior das muralhas, encontra-se o castelo e um labirinto de ruas e casas brancas. As Igrejas Matriz de Santa Maria, Misericórdia e São Pedro, o Pelourinho e, fora

Make the most of the last rays of the day's sun to have dinner on one of the many promenades to be found on Avenida do Mar and go in for a seafood dish. As for places to stay, there are various options, from rural tourism guest houses, inns, camping sites and hotels. Handicraft embroidered lace work always makes for an attractive souvenir.

The Silver Coast Beaches

The next day, if it's sunny, discover the region's beaches. To the south of Peniche are the Areia Branca, S. Bernardino, Consolação and Supertubos beaches sought after by surfers and bodyboarders from all over the world. To the north are Baleal, Praia d'El-Rey, Foz do Arelho, São Martinho de Porto Bay, Nazaré beach and Norte beach, the latter becoming world famous when the Hawaiian surfer Garrett McNamara surfed a 30 metre wave, thanks to the "Nazaré Canyon" an underwater geomorphological phenomena which facilitates the formation of perfect, huge waves. After a dip in the refreshing waters of the Silver Coast, it's time to discover Nazaré. Begin by taking a relaxed stroll through the narrow streets that run perpendicular to the beach. Then go along the coastal road where the old tradition of fish drying can be observed, laid out on fish racks, where the fishmongers, who still wear the traditional seven layered skirts, place the fish. Every day from 5pm in the Fishing Port and Marina, the fishing boats can be seen unloading the day's catch.

Don't leave Nazaré without first climbing up to the "Sítio" in the historic elevator, from where one gets an unforgettable panoramic view of this small fishing town. Enjoy fresh grilled fish for dinner.



Destino de golfe com os campos Praia d'el Rey, Royal Óbidos e Bom Sucesso

Golfers Paradise at the Golf Courses Praia d'el Rey, Royal Óbidos and Bom Sucesso

de muralhas, o Aqueduto e o Santuário do Senhor Jesus da Pedra, são alguns dos monumentos que pode conhecer. Durante as visitas, faça pequenas pausas nos bares da vila e prove a famosa ginjinha de Óbidos, de preferência num copinho de chocolate.

Muito próximo da vila medieval, os amantes do golfe podem desfrutar daquele que foi considerado um dos melhores percursos de golfe da Europa: o Praia d'El Rey, à beira-mar e com vista para as Berlengas.

Quem preferir os desportos náuticos pode rumar à Lagoa de Óbidos, que apresenta condições de exceção para a prática de vela, remo e windsurf, encontrando-se aqui escolas dedicadas ao ensino destas modalidades.

Lourinhã ou Bombarral: a escolha é sua

À tarde apresentamos duas opções. Se história é o seu forte, sugerimos a "Rota dos Dinossauros", na Lourinhã. O percurso tem início no Museu Municipal, que integra uma secção de paleontologia, reunindo uma das mais importantes coleções da Península Ibérica, nomeadamente ovos fósseis de Terópode do Jurássico superior, que contêm embriões e que são únicos no mundo. O percurso continua até às arribas do Forte de Paimogo, onde se encontram vestígios da presença de dinossauros.

Se preferir terminar a viagem pelo oeste de forma mais tranquila, nada melhor do que visitar o Buddha Eden, no Bombarral. Com cerca de 35 hectares, é o maior jardim oriental da Europa. Idealizado por Joe Berardo, o jardim é uma homenagem aos Budas gigantes esculpidos na rocha do vale de Bamyán, no centro do Afeganistão, que foram destruídos pelo Governo Talibã.

Reúne inúmeras peças evocativas da espiritualidade oriental, dos pagodes chineses às estátuas de Buda e aos guerreiros de terracota, tendo sido utilizadas mais de 6 mil toneladas de mármore e granito. No lago central, pode observar peixes koi e dragões esculpidos que se erguem da água.

Depois de um fim de semana repleto de paisagens únicas, percursos pedestres e muitos desportos náuticos, no Buddha Eden vai atingir o estado zen em segundos! ■

Links:

<http://www.cm-peniche.pt>
<http://www.cm-nazare.pt>
<http://www.cm-obidos.pt>
<http://www.cm-bombarral.pt>

<http://www.cm-lourinha.pt>
<http://www.rt-oeste.pt>
<http://www.visitportugal.com>

The medieval town of Óbidos

On the last day of your getaway, head south. Óbidos always warrants a visit. Inside the walls is the castle and a labyrinth of streets and white houses. The churches of Matriz de Santa Maria, Misericórdia and São Pedro, the Pillory and, outside the walls, the Aqueduct and Sanctuary of Senhor Jesus da Pedra, are some of the monuments worth seeing. While visiting them, make short stop-offs in the town's bars and try the famous Óbidos cherry liquor 'ginjinha', preferably in a little cup made of chocolate. Very close to the medieval town, golf lovers can enjoy what is considered to be one of the best golf courses in Europe: Praia d'El Rey, right by the sea and with a view of the Berlengas.

For water sports lovers, you can head for Lagoa de Óbidos, which boasts exceptional conditions for sailing, rowing and windsurfing with schools specialising in teaching these sports to be found here.

Lourinhã or Bombarral: the choice is yours

For the afternoon we present two options. If prehistoric history is your thing, we'd suggest the "Dinosaurs Route" at Lourinhã. The trip begins at the Municipal Museum which has a palaeontology section with some of the most important collections on the Iberian Peninsula, namely fossilised eggs of Upper Jurassic dinosaurs complete with embryos and are unique in the world. The route continues on as far as the Forte de Paimogo cliffs where fossil remains of dinosaurs are to be seen.

If you prefer ending your trip around the Silver Coast in a more sedate way, then there's nothing better than visiting the Buddha Eden in Bombarral. Spread out over 35 hectares, this is the largest oriental garden in Europe. The creation of art collecting tycoon Joe Berardo, the garden is a tribute to enormous Buddhas sculptured in the rock at the Bamyán Valley in central Afghanistan, which were destroyed by the Taliban Government.

It brings together countless pieces that evoke the spirituality of the east, from Chinese pagodas to Buddha statues and terracotta warriors, with over 6,000 tonnes of marble and granite having been used. In the central lake Koi carp can be seen and dragon sculptures that rise out of the water.

After a weekend full of unique landscapes, country walks and lots of water sports, you'll achieve that state of Zen within seconds! ■



GONDODOCE, Gondomar *projecto:* Arq. Paulo Merlini *fotografia:* João Machado

EQUIPAMENTO DE REFRIGERAÇÃO COMERCIAL

Desenhámos equipamento inovador de refrigeração comercial para clientes nacionais e internacionais desde 1982. Soluções *one-to-one* de vitrinas, balcões, merchandisers, para a exposição e conservação alimentar para os principais operadores do mercado, porque o negócio merece a melhor visibilidade.

www.jordao.com

IMAGINE, NÓS CONCRETIZAMOS.