



Nº 08 | Semestral | Janeiro | 2012 | 2,5 euros

Guimarães  
é o centro  
da europa



## **Cartão BES/WWF. Contribui para a Natureza.**

Com o cartão BES/WWF não custa nada ajudar a conservar o planeta. 0,5% do valor das suas compras a crédito reverte para a WWF - a organização global de conservação da natureza - sem ter que pagar mais por isso. Adira ao Cartão BES/WWF e passe a palavra. O valor da anuidade é de €35 e reverte inteiramente para os projectos da WWF para a conservação da biodiversidade em Portugal. Se quiser contribuir mais, aceda a [www.panda.org](http://www.panda.org) e saiba como. Seja como for, sempre que comprar, está a ajudar.



[www.bes.pt](http://www.bes.pt) | [www.wwf.pt](http://www.wwf.pt)

© Michel Gunther / WWF-Canon © 1986 o Panda representa o logótipo da WWF ® World Wide Fund for Nature e Living Planet são marcas registadas da WWF

# Guimarães vai ganhar uma nova vida

## Guimarães is earning a new life

Caros Amigos e Clientes,

Começo por dar as boas-vindas a 2012 e assinalar alguns dos marcos mais importantes que vão acontecer ao longo do ano, como é o caso da iniciativa Guimarães Capital Europeia da Cultura, em destaque no número oito da Cool.

A cidade vai acolher diversos artistas e eventos culturais, sendo expectável que o seu sucesso transvase as nossas fronteiras cidadinas e ecoe por todo o mundo. Guimarães vai ganhar uma nova vida, o que merece uma palavra de apreço a quem comanda os destinos da nossa cidade, o Exmo. Sr. Dr. António Magalhães. Deixo, desde já, o convite para que todos se associem a esta festa e aproveitem tudo o que a cidade tem para oferecer.

Também em 2012 a Jordão vai celebrar o trigésimo aniversário ao serviço da indústria da refrigeração e realizará a reunião anual de "Agentes Jordão", que contará com a presença de clientes estrangeiros. Outro acontecimento que gostaria de salientar, e que para mim é motivo de grande orgulho, é o facto de receber este ano o emblema dos 50 anos de associado do Vitória de Guimarães!

E porque queremos entrar em 2012 com o pé direito, a oitava edição da Cool está recheada de boas notícias, de que são exemplo o regresso da Experimenta Design a Lisboa; o trabalho desenvolvido pela CADA Design Group para as lojas Continente Bom Dia; a presença da Jordão na maior feira dedicada à Hospitalidade – a HOST – e a parceria de 25 anos entre a Jordão e a Aquimadeira.

Por tudo isto vai valer a pena ler a Cool! Muito obrigado pela vossa preferência.

Dear Clients and friends,

Let me start by wishing you a very prosperous 2012 and point out some of the important events that will take place this year, such as Guimarães European Capital of Culture which we are highlighting in this, issue N° 8 of COOL.

The city will welcome a wide range of artists and host a variety of cultural events with the expectation that its success will cross frontiers and have a wide-reaching impact overseas and echo all over the world.

Guimarães is gaining a new life which deserves a few words of appraisal from the man who currently steers the direction of this historic medieval city - its Mayor, António Magalhães.

I would like to extend an invitation now to all, from everyone who is associated with this celebration, to come and enjoy all the wonderful attractions this exciting city has to offer. Jordão too will celebrate its anniversary in 2012 – its 30<sup>th</sup>. Thirty years of service to the refrigeration industry when it will hold its annual Jordão Agents meeting to which many foreign clients will attend.

Another event that I would like to highlight, something which I'm particularly proud of, is that this year I will receive my 50th anniversary membership insignia from Vitória de Guimarães Football Club!

And since we want to go into 2012 on the right foot, the eighth issue of COOL is full of good news, such as the return of Experimenta Design to Lisbon, for example; the project developed by the CADA Design Group for the Continente Bom Dia stores; Jordão's presence in the largest trade fair dedicated to the hospitality industry – HOST; and the 25-year partnership between Jordão and Aquimadeira.

It's worthwhile reading COOL for all these reasons! Thank you for your preference.



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

**TAMBÉM EM 2012 A  
JORDÃO VAI CELEBRAR O  
TRIGÉSIMO ANIVERSÁRIO AO  
SERVIÇO DA INDÚSTRIA DA  
REFRIGERAÇÃO E REALIZARÁ  
A REUNIÃO ANUAL DE  
"AGENTES JORDÃO"**

**JORDÃO TOO WILL  
CELEBRATE ITS  
ANNIVERSARY IN 2012 –  
ITS 30<sup>TH</sup>. THIRTY YEARS  
OF SERVICE TO THE  
REFRIGERATION INDUSTRY  
WHEN IT WILL HOLD ITS  
ANNUAL JORDÃO AGENTS  
MEETING**

# Sumário

PAGE  
06-11



## Reportagem

Guimarães: Capital Europeia da Cultura 2012

Guimarães European Capital of Culture 2012



## Destaque

Experimenta Design

Experimenta Design

PAGE  
12-15

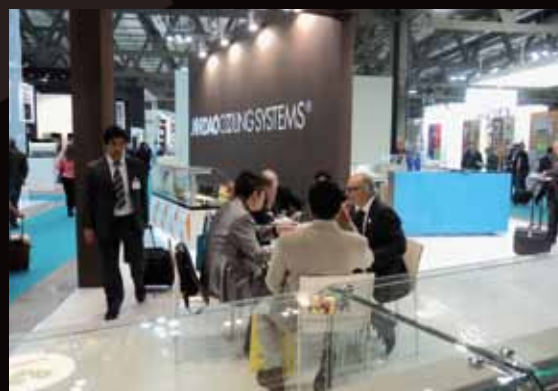
PAGE  
22-25



## Em Foco

CADA Design: All about retail

CADA Design: All about retail



## Em Foco

JORDAO inova na HOST 2011

JORDAO innovates at HOST 2011

PAGE  
26-29

# Ficha Técnica

PAGE  
30-33



## Clientes

**Aquimadeira: de uma ilha para o mundo**

Aquimadeira: from an island to the world

PAGE  
39-43



## Lazer

**Serra da Estrela "Alta, imensa, enigmática"**

Serra da Estrela "High, immense, enigmatic"

Cool n.º 8 - Janeiro de 2012

**Propriedade:** José Júlio Jordão, Lda, Parque Industrial de Guimarães, Pav. E1, 4801-910 Guimarães-Portugal, Tel.: 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:** Francisco Machado, Jaime Machado, Câmara Municipal da Covilhã, Câmara Municipal de Belmonte, Francisco Sá Bandeira, Fundação Cidade de Guimarães, José Maia Freitas, Luísa Ferreira 2011, Photo © Emanuel Brás, Rodrigo Peixoto

**Tiragem:** 3.000 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 \_\_\_\_\_

Sector de Atividade \_\_\_\_\_

Cod.Postal \_\_\_\_\_

Localidade \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_

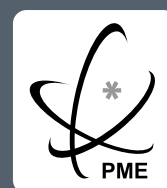
Fax \_\_\_\_\_ Email \_\_\_\_\_

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®**



excelência'11



Certificado PEFC

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

www.pefc.org

PEFC™  
PEFC/13-31-011



GUIMARÃES 2012  
CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA



## Guimarães: Capital Europeia da Cultura 2012

DEZ ANOS DEPOIS DE TER SIDO CLASSIFICADA PELA UNESCO COMO PATRIMÓNIO CULTURAL DA HUMANIDADE, GUIMARÃES VAI SER CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA (CEC). AO LONGO DE UM ANO, VÁRIAS INICIATIVAS LIGADAS À MÚSICA, CINEMA, FOTOGRAFIA, ARTES PLÁSTICAS, ARQUITETURA, LITERATURA, PENSAMENTO, TEATRO, DANÇA E ARTES DE RUA VÃO DAR UMA NOVA VIDA A GUIMARÃES.

PARA A ORGANIZAÇÃO O ÊXITO DO EVENTO, QUE CONTOU COM UM INVESTIMENTO DE 111 MILHÕES DE EUROS, NÃO SE TRADUZIRÁ NO NÚMERO TOTAL

DE VISITANTES, MAS SIM SE TOCAR A VIDA DE CADA PESSOA. “SE GUIMARÃES 2012 MUDASSE A VIDA A UMA PESSOA E AJUDASSE A MELHORAR A DE MUITAS OUTRAS, PODERÍAMOS JÁ CELEBRAR ESTE ANO COMO UM SUCESSO ÍMPAR”, AFIRMOU CARLOS MARTINS, DIRETOR EXECUTIVO DA FUNDAÇÃO CIDADE DE GUIMARÃES, À COOL, EXPLICANDO QUE O EVENTO SERÁ MARCADO SOBRETUDO POR “EXPERIÊNCIAS E VIVÊNCIAS”. AO LONGO DESTA ANO, RUME A GUIMARÃES E DESCOBRA UMA NOVA CIDADE!



## Guimarães European Capital of Culture 2012

TEN YEARS AFTER HAVING BEEN CLASSIFIED BY UNESCO AS CULTURAL HERITAGE OF HUMANITY, GUIMARÃES WILL BE EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE (ECC). FOR A YEAR, VARIOUS INITIATIVES LINKED TO MUSIC, CINEMA, PHOTOGRAPHY, SCULPTURAL ARTS, ARCHITECTURAE, LITERATURE, THOUGHT, THEATRE, DANCE AND STREET ARTS WILL BRING NEW LIFE TO GUIMARÃES. THE EVENT'S SUCCESS FOR THE ORGANISERS - AN EVENT WHICH INVOLVED 111 MILLION EUROS WORTH OF INVESTMENT - WILL NOT JUST BE

ABOUT THE TOTAL NUMBER OF VISITORS, BUT IF IT TOUCHES THE LIFE OF EACH PERSON. "IF GUIMARÃES 2012 CHANGES THE LIFE OF ONE PERSON AND HELPS IMPROVE THE LIVES OF MANY OTHERS, THEN WE CAN ALREADY JUDGE THIS YEAR AS A ROARING SUCCESS", CARLOS MARTINS, THE EXECUTIVE DIRECTOR OF THE GUIMARÃES CITY FOUNDATION TOLD COOL, EXPLAINING THAT THE EVENT WOULD ABOVE ALL BE MARKED BY "EXPERIENCES AND LIFESTYLES". IN THIS YEAR, HEAD FOR GUIMARÃES AND DISCOVER A NEW CITY!



GUIMARÃES 2012

CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA



Em 2012 todos os caminhos vão dar a Guimarães. A cidade portuguesa vai ser o centro da Europa ao reunir diversos artistas e iniciativas únicas, dando a conhecer as manifestações culturais de Guimarães e acolhendo as de outros países europeus. La Fura dels Baus, Pat Metheny, Mathilde Monnier, Sanja Mitrovic, Koen Augustijnen, Olga Mesa, Hofesh Shechter, Pedro Burmester, Ute Lemper, Ivan Lins, Né Barros, Cristina Branco, Chico César, Buraka Som Sistema, Legendary Tigerman e Rita Redshoes são apenas alguns dos artistas convidados. A preparar o maior evento da cidade estão cerca de cinquenta profissionais aos quais se juntam artistas e comissários bem como entidades parceiras, como a autarquia. O envolvimento da população é também muito importante para o sucesso da iniciativa e, até agora, a resposta da comunidade local tem sido muito positiva. De acordo com Carlos Martins, "a comunidade associativa e artística tem estado, maioritariamente, presente na preparação de 2012 e no que aconteceu em 2011, como é exemplo o programa associativo "Tempos Cruzados", parte integrante da programação de Guimarães 2012". O Diretor Executivo da Fundação Cidade de Guimarães adiantou ainda que tem havido "um trabalho já longo – desde 2009 – da área de Comunidade de Guimarães 2012 com as escolas e populações urbanas e rurais que têm tido, até aqui, um relacionamento mais distanciado com a produção e o consumo culturais". A organização espera agora que a população não só de Guimarães mas de todo o país participe "neste movimento que dá mais cultura à cidade e mais cidade à cultura".

Envolvimento é, por isso, uma "palavra-chave do plano estratégico desta Capital Europeia", declarou Carlos Martins à Cool, explicando que os programadores estabeleceram, desde o início, um contacto aprofundado com as diferentes estruturas e agentes culturais de Guimarães, desde o Museu Alberto Sampaio, Paço dos Duques e Sociedade de Martins Sarmiento, até às diversas associações que intervêm habitualmente na vida cultural da cidade.

O programa cultural de Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura, que conta com um orçamento de cerca de 41 milhões de euros, integra assim "uma visão holística do papel da cultura e da criatividade na contemporaneidade", refere

In 2012 all roads will lead to Guimarães. The Portuguese city will be at the centre of Europe, bringing together various artists and unique initiatives, showcasing the cultural sides of Guimarães and welcoming those from other European destinations. La Fura dels Baus, Pat Metheny, Mathilde Monnier, Sanja Mitrovic, Koen Augustijnen, Olga Mesa, Hofesh Shechter, Pedro Burmester, Ute Lemper, Ivan Lins, Né Barros, Cristina Branco, Chico César, Buraka Som Sistema, Legendary Tigerman and Rita Redshoes are just some of the artists invited.

Around 50 professionals are preparing for the city's biggest ever event, including well known artists and commissioners as well as partnership entities, such as the municipal council. The involvement of the locals is also very important for the







Fundação Cidade de Guimarães

Carlos Martins, acrescentando que a programação é "sensível às condições sociais, geográficas e económicas onde se desenvolve".

### O que vai acontecer em 2012?

Cidade, Cultura e Europa são os temas do programa de iniciativas e atividades previstas para este ano. Numa primeira fase, os visitantes são convidados a explorar a cidade "num percurso de experiências que é também um desafio para descobrir novas relações com o espaço através da programação: é o tempo da proliferação de pequenos eventos, dos acabamentos dos novos projetos, da relação de um para um com os objetos, da descoberta de novos espaços", explica Carlos Martins, afirmando que a partir de março, o programa entra num ciclo de resultados de criação, "onde apresentamos os processos de tra-



Fundação Cidade de Guimarães

success of the venture and, up until now, the local community's reaction has been very positive. According to Carlos Martins, "local associations and the artistic community have been largely involved in the preparations for 2012 and events in 2011, like for example the associated programme 'Crossed Times' an integral part of the Guimarães 2012 programme." The Executive Director of the Guimarães City Foundation also added that there has been "a lot of hard work – since 2009 – in the Guimarães Community area with schools as well as urban and city residents who have, up until now, had a more distant relationship with cultural production and consumption." The organisers now hope that the whole country, not just the people of Guimarães, will take part "in this 'movement' which will bring more culture to the city and more of the city to culture."

Which is why involvement is the "key word in this European Capital's strategic plan", Carlos Martins told COOL, explaining that the programme's designers had established, from the start, a wide-reaching contact with Guimarães' various cultural agents and organisations, including the Alberto Sampaio Museum, the Ducal Palace and the Martins Sarmiento Society, as well as the various associations that regularly get involved in the city's cultural life.

The Guimarães European Capital of Culture 2012 cultural programme, which has a budget of around 41 million euros, integrates "an all-round view of the role of culture and creativity in contemporary life", says Carlos Martins, adding that the programme is "aware of the economic, geographic and social conditions where it is being developed."

### What is happening in 2012?

The City, Culture and Europe are the themes of the programme of initiatives and activities slated for this year. In the first phase, visitors are invited to explore the city "in a journey of experiences that will also provide a challenge to discover new relationships with the area through the programme: it is a time of spreading small events, completing new projects, examining the relationship of each and every one with objects, and discovering new spaces", Carlos Martins explains, stating that as of March, the programme will enter a new cycle, looking at the results of what has been created, "where we will present the working processes, reflect on history and memory, and reap the results: artists in residence, open doors, essential structures that will remain as landmarks for the future, such as the Fábrica ASA or the Arts Platform that will definitely open its doors, the Studio Orchestra Foundation that will be active throughout the district, and the artistic activities that will find their way with the public." Guimarães' cultural dimension, in its relationship with the country and Europe, will gather pace in the summer months, with street activities; with everyone coming to the city being



continuação ▶▶▶▶▶▶▶▶

balho, refletimos sobre a história e a memória e colhemos os frutos: artistas em residência, portas abertas, estruturas essenciais que ficarão como marco para o futuro, como a Fábrica ASA ou a Plataforma das Artes que abrirão as suas portas em pleno, a Fundação Orquestra Estúdio estará ativa em todo o concelho e a atividade artística encontrará o seu caminho junto do público". A dimensão cultural de Guimarães, na sua relação com o país e a Europa, crescerá assim com os dias longos, com atuações na rua, estando todos convidados a entrar na cidade e a participar nos vários eventos agendados.

No verão, a relação da cidade com o mundo estará em destaque. "Será também tempo para fruir da relação com o espaço público e alargar o âmbito da programação para momentos celebratórios de grande público. Regressaremos à cidade para posicionar Guimarães no centro da reflexão e ação da metáfora europeia", refere o responsável. O objetivo é apenas um: colocar Guimarães como pivot da discussão sobre a cultura e a Europa num contexto de cidades de pequena dimensão que pretendem liderar uma agenda de desenvolvimento. Na fase final do programa haverá ainda tempo para fazer o balanço deste ano intenso e pensar no futuro.

### Uma nova cidade

A iniciativa quer também contribuir para a regeneração da cidade, contando para tal com um investimento de 70 milhões de euros. "Um dos compromissos assumidos pelo próprio conceito subjacente a Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura é o de gerar continuidade. Por isso dizemos que não se trata de fazer acontecer uma celebração, mas sim de potenciar a regeneração económica, social e urbana de um território, o que, por definição, pressupõe resultados estruturantes e com impacto continuado no tempo", afirma Carlos Martins.

Neste momento existem vários projetos em curso e em finalização que "suprem a necessidade de infraestruturação pública, cultural, tecnológica, criativa e, até, ecológica da cidade. Desde praças a estrear, como o Toural, até fábricas convertidas em pólos criativos: a ASA e o já estreado Centro para os Assuntos da Arte e Arquitetura (CAAA), passando pela construção da Casa da Memória e da Plataforma das Artes, não faltará em Guimarães, em 2012 e depois, a possibilidade de se experimentar espaços e edifícios com usos e conteúdos que interpelem quem somos, e o que seremos, quer como indivíduos quer como cidadãos", adianta.

### Guimarães e Maribor: Capitais Europeias da Cultura em 2012

A cidade portuguesa partilhará o título de Capital Europeia da Cultura com Maribor e, por isso, o programa de Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura tem vários projetos em comum com esta cidade eslovena. Destaque para o projeto "Mast of Europe", em que uma caravana de artistas percorrerá, em sentido inverso, o trajeto Guimarães/Maribor, cruzando-se em Marselha, Capital Europeia da Cultura em 2013. Ao longo do percurso serão feitas apresentações artísticas e de promoção das CEC de Guimarães e Maribor.

O projeto "Cartas do Mundo" foi uma das iniciativas lançadas nas duas cidades. Aos alunos com idades entre os 8 e os 18 anos, que frequentam escolas das duas cidades, foi sugerido que escrevessem cartas sobre temas específicos, imaginando-se emigrantes ou imigrantes. Os oito vencedores vimaranenses viajaram para Maribor em junho de 2011, e os vencedores de Maribor terão também a oportunidade de conhecer Guimarães.

Além do intercâmbio com a cidade de Maribor, Guimarães 2012 terá um papel central na relação da cidade e da CEC com a Europa e com a lusofonia, em especial com o Brasil, com o objetivo de ser um espaço de apresentação e relação da cultura de outros países com Guimarães. ■

invited to take part in the various scheduled events.

The city's relationship with the world will also be highlighted in the summer. "There will be time to also enjoy society's relationships with public spaces and widen the programme's scope for big public celebratory events. We will return to the city and place Guimarães in the centre of action and reflection within a European context," he said. There's just one goal: to place Guimarães as a centrepiece for discussion on culture and Europe within the context of small-sized cities that want to push a development agenda. In the programme's final phase there will also be time to draw conclusions from this intense year and look to the future.

### A new city

The initiative also aims to contribute towards regenerating the city, with a 70 million euro investment to this end. "One of the commitments assumed by the actual concept underpinning Guimarães European Capital of Culture 2012 is to create continuity. That's why we are saying that it isn't just about organising a celebration, but rather encouraging the economic, social and urban regeneration of an area which, by definition, suggests structural results which will have a continued impact over time", says Carlos Martins.

There are various projects underway and which are being completed that will "meet the needs for restructuring and interlinking the city's public, cultural, technological, creative and even ecological infrastructure. From new squares which will be opened, such as Toural, to factories converted into creative centres: to the ASA and the already opened Centre for Art and Architecture Affairs (CAAA), and the building of the Casa da Memória (Memory House) and the Arts Platform, there will be no lack of projects in Guimarães in 2012 and later, the possibility of experimenting with spaces and buildings with uses and contents that explore who are we and who we will become, both as individuals and citizens", he adds.

### Guimarães and Maribor: European Capitals of Culture in 2012

The Portuguese city will share the title of European Capital of Culture with Maribor, which is why the Guimarães European Capital of Culture programme is running various projects in common with this Slovenian city. Particular emphasis goes to the 'Mast of Europe' project, in which a caravan of artists from the two cities will travel in the opposite direction between Guimarães/Maribor, meeting up in Marseille, which will be European Capital of Culture in 2013. Throughout the journey there will be artistic presentations and activities promoting the European Capitals of Culture, Guimarães and Maribor.

The 'World Letters' project was one of the initiatives launched in the two cities. Pupils aged between eight and 18, who attend schools in the two cities, were invited to write letters on specific themes, thinking of themselves as immigrants or émigrés. The eight Guimarães winners travelled to Maribor in June, 2011, while the Maribor winners will also get the opportunity to discover Guimarães.

In addition to the exchange with the city of Maribor, Guimarães 2012 will have a key role in the city's relationship and the European Capital of Culture with Europe and the Portuguese-speaking world, especially Brazil, with the goal of being a presentation area and one for creating cultural relations between Guimarães and other countries. ■



# Experimenta Design

## Experimenta Design

ENTRE 28 DE SETEMBRO E 27 DE NOVEMBRO, A EXPERIMENTA DESIGN REGRESSOU A LISBOA, COM VÁRIOS EVENTOS, ENTRE EXPOSIÇÕES, CONFERÊNCIAS, DEBATES E INTERVENÇÕES URBANAS PROTAGONIZADAS POR 164 PARTICIPANTES, ORIUNDOS DE 18 PAÍSES DE QUATRO CONTINENTES. O PORTUGUÊS FERNANDO BRÍZIO FOI UM DOS DESIGNERS EM DESTAQUE COM A EXPOSIÇÃO “DESENHO HABITADO”. NA SUA SEXTA EDIÇÃO, A EXPERIMENTA DESIGN CONCENTROU-SE NA ZONA DA BAIXA CHIADO. GUTA MOURA GUEDES, PRESIDENTE DAQUELA QUE É CONSIDERADA A MAIOR INICIATIVA DE DESIGN EM PORTUGAL E UMA DAS MAIS IMPORTANTES A NÍVEL EUROPEU, EXPLICOU QUE O OBJETIVO PASSOU NÃO SÓ POR CONCENTRAR RECURSOS E CONCERTAR ESFORÇOS, MAS TAMBÉM POR LEVAR À REDESCOBERTA “DA CIDADE, DO SEU PATRIMÓNIO ARQUITETÓNICO E ESPAÇOS PÚBLICOS, A PAR DA EXPERIÊNCIA ÍMPAR DOS SEUS RITMOS, CHEIROS E SONS”. NO TOTAL, FORAM 61 DIAS DEDICADOS AO DESIGN QUE DEVERÃO ESTAR DE VOLTA JÁ NO PRÓXIMO ANO.

BETWEEN SEPTEMBER 28<sup>TH</sup> AND NOVEMBER 27<sup>TH</sup>, EXPERIMENTA DESIGN (EXPERIMENTAL DESIGN) RETURNED TO LISBON WITH VARIOUS EVENTS, INCLUDING EXHIBITIONS, CONFERENCES, DEBATES AND LECTURES ON URBAN LIVING WITH 164 PARTICIPANTS TAKING PART FROM 18 COUNTRIES AND FOUR CONTINENTS. THE PORTUGUESE DESIGNER FERNANDO BRÍZIO WAS ONE OF THE DESIGNERS IN THE SPOTLIGHT WITH HIS EXHIBITION ‘DESENHO HABITADO’ (‘INHABITED DESIGN’). IN ITS SIXTH YEAR, EXPERIMENTA DESIGN TOOK PLACE IN LISBON’S BAIXA CHIADO AREA. GUTA MOURA GUEDES, PRESIDENT OF WHAT IS CONSIDERED THE LARGEST DESIGN INITIATIVE IN PORTUGAL AND ONE OF THE MOST IMPORTANT AT A EUROPEAN LEVEL, EXPLAINED THAT THE GOAL WAS NOT JUST TO CONCENTRATE RESOURCES AND FOCUS EFFORTS, BUT ALSO TO LEAD TO THE REDISCOVERY “OF THE CITY, ITS ARCHITECTURAL HERITAGE AND PUBLIC SPACES, ON A PAR WITH THE UNIQUE EXPERIENCE OF ITS HUSTLE AND BUSTLE, SMELLS AND SOUNDS.” SIXTY-ONE DAYS WERE DEVOTED TO DESIGN IN ALL, IN AN INITIATIVE WHICH IS SET TO RETURN NEXT YEAR.

Luísa Ferreira 2011

Desde a primeira edição, em 1999, a Experimenta Design tem vindo a divulgar os trabalhos de criadores nacionais e estrangeiros, promovendo o design e a produção cultural contemporânea através da discussão, experimentação e reflexão crítica. A sexta edição da Bienal não foi exceção. Com o tema inesperado e até mesmo provocador “Useless”, a Experimenta Design regressou a Lisboa pondo em causa a utilidade dos objetos do nosso quotidiano e a sua relação com a funcionalidade. Por definição, o design deverá responder a uma necessidade. No entanto, vivemos cercados de milhares de objetos, cuja utilidade tem vindo a ser cada vez mais posta em causa devido sobretudo à crise económica, à problemática energética e à sustentabilidade ambiental.

“Serão todos eles um desperdício de tempo e recursos?” questiona Guta Moura Guedes, respondendo logo de seguida “muitos sê-lo-ão certamente, mas outros são tão necessários quanto o sono, esse tempo ocioso preenchido de sonhos”. O programa da Experimenta Design teve assim como objetivo, através de várias exposições, conferências, debates e intervenções urbanas, reavaliar conceitos e preconceitos ligados à utilidade e à sua ausência.

Since the first time it was held in 1999, Experimenta Design has been a platform to disseminate the works of national and international creators, promoting design and contemporary cultural production through discussion, experimentation and critical reflection. This, the sixth in this twice-yearly event, was no exception. With the surprising and even provocative theme ‘Useless’, Experimenta Design returned to Lisbon calling into question the usefulness of objects in our daily life and their relationship with functionality. By definition, design should meet a need. However, we live surrounded by thousands of objects, whose usefulness has come to be increasingly called into question particularly because of the economic crisis, the problem of energy and environmental sustainability.

“Could they actually be a waste of time and resources?” asks Guta Moura Guedes, replying straight away that “many of them certainly are, but others are as necessary as sleep, this idle time filled with dreams.” The Experimenta Design programme therefore had the aim, through various exhibitions, conferences, urban debates and lectures, to re-evaluate concepts and prejudices linked to usefulness and the absence of it.



GUTA MOURA GUEDES - 2009 © Francisco Sá Bandeira

Vivemos cercados de milhares de objetos. "Serão todos eles um desperdício de tempo e recursos?" questiona Guta Moura Guedes, respondendo logo de seguida "muitos sê-lo-ão certamente, mas outros são tão necessários quanto o sono, esse tempo ocioso preenchido de sonhos".

We live surrounded by thousands of objects. "Could they actually be a waste of time and resources?" asks Guta Moura Guedes, replying straight away that "many of them certainly are, but others are as necessary as sleep, this idle time filled with dreams."

Para lançar o debate sobre a utilidade e a inutilidade, a organização convidou D. Manuel Clemente, bispo do Porto, que foi distinguido com o Prémio Pessoa em 2009. Os designers norte-americanos Heather Shaw e Michael Rock, o holandês Marcel Wanders, a dupla coreana Sulki e Min, o português Fernando Brízio e o brasileiro Marcelo Rosenbaum foram também convidados como oradores para as conferências e debates que se realizaram durante a Experimenta Design.

#### Exposições em destaque

A exposição "Useless?" apresentou duas narrativas curatoriais que exploraram estas questões. "Useless? Uma Perspetiva Explodida", do norte-americano Jonathan Olivares, levou-nos numa viagem ao "sem uso" através de uma diversidade de objetos que incluíram excertos de programas de televisão e até o "cockpit" de um avião, desafiando os visitantes a pensar na sua própria definição de "sem uso". Em "Use-

To open up the debate on usefulness and uselessness, the organisation invited His Excellency Manuel Clemente, Bishop of Porto, who won the Pessoa Prize in 2009. The United States designers Heather Shaw and Michael Rock and Dutch Marcel Wanders, the Korean duo Sulki and Min, the portuguese Fernando Brízio, and the Brazilian Marcelo Rosenbaum were also invited as speakers to the conferences and debates that were held during Experimenta Design.

#### Featured Exhibitions

The exhibition 'Useless?' presented two curatorial narratives exploring these issues. 'Useless? A Perspective Blown Apart' by the American Jonathan Olivares, took us on a journey to 'uselessness' through a wealth of objects which included bits of television programmes and even the cockpit of an airplane, challenging visitors to think about their own definition of 'uselessness'. In 'Useless? Demand', by duo



"Useless? Uma Perspectiva Explodida", do norte-americano Jonathan Olivares, levou-nos numa viagem ao "sem uso".

'Useless?' 'A Perspective Blown Apart' by the American Jonathan Olivares, took us on a journey to 'uselessness'.

less? A Procura", a dupla Hans Maier-Aichen (Alemanha) e Max Bruinsma (Holanda) criticou as lógicas da economia de mercado e como estas realidades ditam, em vez de seguir, a funcionalidade dos objetos. Capas de álbuns em vinil, vernizes de unhas e um conjunto de paus farejados foram algumas das coleções particulares apresentadas em "Sidelines". Com curadoria da historiadora de design britânica, Emily King, a exposição pretendeu questionar noções de valor e utilidade em relação ao ato de colecionar.

"Utilitas Interrupta" refletiu sobre grandes projetos de infraestruturas que apesar de corresponderem a grandes sonhos da Humanidade, foram abandonados e esquecidos. Joseph Grima, responsável pela curadoria desta exposição, considera que "a utilidade é muito subjetiva e uma coisa que é útil num contexto pode ser completamente inútil noutra".

A Experimenta Design divulgou ainda projetos independentes que comprovam a vitalidade da comunidade criativa portuguesa. Joana Lessa, Paulo T. Silva, André Gonçalves, Mariana Costa e Silva, Gonçalo Campos, Nuno Coelho, Vanessa Costa, Bernardo Gaeiras, Pedro Soares Neves, João Valente e Filipe Alarcão foram apenas alguns dos designers convidados.

### Exposições concentradas no centro da cidade

Pela primeira vez na história da Experimenta Design, os principais eventos decorreram no centro da cidade, o que permitiu que os carros ficassem em casa e que os visitantes efetuassem o percurso a pé. Assim, com exceção da Fundação Calouste Gulbenkian, que recebeu a exposição do projeto "Action for Age: Intergeneracionalidade", a Bienal concentrou-se nas zonas do Chiado, Baixa, Avenida da Liberdade, Amoreiras e Sé. Além de contribuir para a redução da pegada de carbono, a concentração geográfica, levou a uma redescoberta da cidade.

Na sua sexta edição, a Experimenta Design optou também por desenvolver parcerias com espaços culturais de Lisboa menos conhecidos ou com renovadas instituições, como é o caso do antigo Tribunal da Boa-Hora, onde se realizou o "Lounging Space", o verdadeiro coração da Bienal e principal interface de comunicação com os seus visitantes.

Hans Maier-Aichen (Germany) and Max Bruinsma (Holland) criticised the logic of the market economy and how these realities dictate consumption, rather than examining the usefulness of objects. Vinyl album covers, nail varnish and a collection of scented sticks were some of the particular collections presented in 'Sidelines'. With the history of design curator, British expert Emily King, the exhibition intended to question notions of value and usefulness in relation to the act of collecting.

"Utilitas Interrupta" (Abandoned Utilities) reflected on the big infrastructure projects which despite meeting great dreams of humanity, were abandoned and forgotten. Joseph Grima, the curator for this exhibition, believes that "Usefulness" is very subjective and something that is useful in one context can prove completely useless in another."

Experimenta Design also publicised some independent projects which demonstrate the vitality of the Portuguese creative community. Joana Lessa, Paulo T. Silva, André Gonçalves, Mariana Costa e Silva, Gonçalo Campos, Nuno Coelho, Vanessa Costa, Bernardo Gaeiras, Pedro Soares Neves, João Valente and Filipe Alarcão were just some of the designers invited.

### Exhibitions centred in the city centre

For the first time in the history of Experimenta Design, the key events took place in the city centre, which meant people could leave their cars at home and visitors could visit the events on foot. The exception being the Calouste Gulbenkian Foundation which hosted the exhibition project 'Action for Age: Intergenerationality', the rest of the twice-yearly event took place in the Lisbon city centre areas of Baixa Chiado, Avenida da Liberdade, Amoreiras and Sé. Apart from contributing towards reducing the carbon footprint, by concentrating the events in the city centre contributed towards visitors rediscovering the city.

Experimenta Design also opted to develop partnerships with Lisbon cultural venues that are less well known as well as with institutions which have been redeveloped or done up, as was the case with the former Boa-Hora Court House which hosted 'Lounging Space', the actual heart of the Biennial and the main communication exchange with its visitors.

### **"Desenho Habitado" de Fernando Brízio**

O antigo Convento da Trindade foi o palco da apresentação da primeira exposição retrospectiva de um dos mais importantes designers portugueses da atualidade. Percorrendo a vastidão do seu trabalho desde 1993, "Desenho Habitado" reuniu desenhos originais, catálogos, fotografias, maquetes, animações, objetos únicos nunca antes divulgados e outros desenvolvidos propositalmente para esta exposição. A exposição contou ainda com pormenores do percurso pessoal do designer português, nomeadamente filmes e livros inspiradores e entrevistas documentais realizadas pela filha, a realizadora Salomé Lamas.

A produção de Fernando Brízio assenta na relação desafiante entre objeto e utilizador, e na criação de projetos multidimensionais que não se esgotam numa única função. Exemplo disso é a sua peça "Furo", que não é apenas uma taça para a sala ou escritório. Cada perna é um lápis de cor e com as extremidades afiadas viradas para fora, "Furo" transforma-se numa máquina de desenhar, dando largas à criatividade.

Fernando Brízio é licenciado em Design de Produto pela Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, cidade onde vive e trabalha. Tem vindo a desenvolver objetos produzidos industrialmente bem como séries limitadas artesanais, a par de exposições, cenários e espaços interiores e exteriores para várias empresas e entidades. É também professor e coordenador do Mestrado em Design Industrial da Escola Superior de Artes e Design das Caldas da Rainha. Atualmente, é o único português representado numa galeria internacional, a Galerie Kreo de design contemporâneo, em Paris. ■

### **'Inhabited Design' by Fernando Brízio**

The former Convento da Trindade convent was the stage for the first retrospective exhibition by one of the most important of today's Portuguese designers. Covering the vast portfolio of his work since 1993, 'Inhabited Design' brought together original designs and drawings, catalogues, photographs, models, cartoons, unique one-off objects never before put on display and others specially developed for this exhibition. The exhibition also included details of the Portuguese designer's personal journey, namely inspirational films and books and documented interviews by his daughter, the film producer Salomé Lamas.

Fernando Brízio's output is based on the challenging relationship between object and user, and in the creation of multidimensional projects that serve for more than one purpose. An example of this is his piece 'Furo', which is not just a bowl for the living room or office. Each leg is a coloured pencil with the sharpened points turned outwards, 'Furo' becomes a design instrument, giving creativity a broader scope.

Fernando Brízio is a graduate in Product Design from Lisbon University's Faculty of Fine Arts. He lives and works in the city. He has developed industrially produced products as well as limited edition handicrafts, as well as exhibitions, interior and outdoor spaces and sets for various companies and organisations. He is also a lecturer and coordinator at the Caldas da Rainha Higher College of Art and Design where he runs an Industrial Design Masters course. He is currently the only Portuguese with work in an international gallery, the Kreo Gallery of Contemporary Design, in Paris. ■



"Restarted Dress" de Fernando Brízio.

"Restarted Dress" by Fernando Brízio.

# Em stock

## **LUCIS combina elegância e tecnologia**

Proposta para ambientes cuidados e emocionantes, Lucis é um guarda-jóias para a exposição dos alimentos mais delicados, combinando esta subtileza com uma tecnologia "state-of-the-art". LUCIS distingue-se pela excepcional visibilidade da exposição e pela sensação de proximidade dos produtos ao consumidor graças a uma tecnologia perfeita e à iluminação LED mais eficiente e rica que exalta a cor e o sabor das especialidades alimentares mais preciosas.

## **LUCIS combines elegance and technology**

A product for environments which are cultivated and inspire emotions, Lucis is a jewel box for showcasing the most sophisticated foods, combining subtlety with state-of-the-art technology. LUCIS stands out for its exceptional showcase visibility and for bringing products increasingly closer to the consumer thanks to a perfected technology and efficient and rich LED lighting which brings out the colour and anticipates the flavour of the rarest food dainties.







# Em stock

## PLENUS

A JORDAO COOLING SYSTEMS apresenta Plenus, uma gama “plug-in” de murais, vitrinas e caixas de apoio para o comércio alimentar de pequena e média dimensão. Por ser uma gama de dimensões compactas adequa-se igualmente a ações promocionais: como “merchandisers” ou provas de degustação, entre outras. Esta gama foi desenvolvida a pensar na facilidade de instalação e de utilização no dia-a-dia. O design inovador, a tecnologia de frio rigorosa e a fiabilidade da construção, mantêm-se como sempre ao seu serviço.

## PLENUS

JORDAO COOLING SYSTEMS presents Plenus, a range of plug-in wall and glass display cabinets and support stands for small and medium-sized businesses in the catering industry. And because they are a compact range of small-sized displays, they are also suitable for promotional activities: for example, as merchandise sample display cabinets and for sampling sessions, among others. This range was developed with ease of installation and daily use in mind. And their innovative design, rigorous refrigeration technology and robust construction means they will always prove reliable and never let you down.





Em stock



### **TRADITION**

TRADITION revive a tradição e a elegância clássica de outros tempos. Uma linearidade moderna harmoniosamente quebrada por molduras numa escolha de acabamentos lacados ou em madeira. Estilo cuidado para um serviço perfeito graças às diferentes versões da gama e aos opcionais que permitem desenhar a melhor solução para cada negócio.

### **TRADITION**

TRADITION brings back the conventions and classic elegance of times gone by. A modern line harmoniously broken by frames in a choice of wood or lacquered finishes. A style cultivated for perfect service thanks to the different models in the range and optional extras so that the perfect product can be tailor-made for each business.





# CADA Design: All about retail

**CRADA EM 1993, A EMPRESA INGLESA CADA DESIGN ASSISTIU A VÁRIAS MUDANÇAS NO SECTOR DO RETALHO E NO MUNDO. SE HÁ 18 ANOS O DESIGN ERA VISTO COMO TENDO POUCA IMPORTÂNCIA PARA O SUCESSO DE UMA EMPRESA, HOJE É VISTO COMO UMA VANTAGEM COMPETITIVA. COM O AUMENTO DO PROTAGONISMO DO DESIGN, A CADA DESIGN CRESCERU, DESENVOLVENDO A SUA ATIVIDADE UM POUCO POR TODO O MUNDO E EM PORTUGAL COLABOROU COM A SONAE MC. ENTREVISTAMOS O DESIGNER RESPONSÁVEL PELO DESENVOLVIMENTO DAS NOVAS LOJAS CONTINENTE BOM DIA, DAVID CALLCOTT, QUE FEZ O BALANÇO DA ATIVIDADE DA CADA DESIGN E TRAÇOU OS PRINCIPAIS OBJETIVOS DA EMPRESA PARA OS PRÓXIMOS ANOS.**

**FOUNDED IN 1993, THE BRITISH COMPANY CADA DESIGN HAS KEPT UP WITH THE VARIOUS CHANGES IN THE RETAIL SECTOR AND THE WORLD. IF 18 YEARS AGO DESIGN WAS SEEN AS HAVING LITTLE IMPORTANCE FOR A COMPANY'S SUCCESS, THEN TODAY IT IS VIEWED AS A COMPETITIVE EDGE. WITH THE INCREASE IN THE IMPORTANCE OF DESIGN, CADA DESIGN HAS GROWN, DEVELOPING ITS ACTIVITY ALL AROUND THE WORLD, WHILE IN PORTUGAL IT HAS FORMED A PARTNERSHIP WITH SONAE MC. WE INTERVIEWED THE DESIGNER WHO IS IN CHARGE OF DEVELOPING THE NEW-LOOK CONTINENTE BOM DIA STORES, DAVID CALLCOTT, WHO WEIGHS UP THE ACTIVITY BALANCE OF CADA DESIGN AND OUTLINES THE COMPANY'S MAIN GOALS FOR THE NEXT FEW YEARS.**

**Quando foi a CADA Design criada? Poderia falar-nos um pouco sobre a evolução da empresa e as principais atividades desenvolvidas?**

A CADA Design foi criada em 1993, em virtude das condições do sector do retalho na altura. Acreditámos que a união entre a criatividade e o pensamento intelectual beneficiaria a indústria. Nesse momento, havia ainda pouco interesse pela área de consultoria multidisciplinar e o design de retalho era visto como uma disciplina criativa com pouco impacto no sucesso comercial da empresa.

Atualmente, as principais atividades desenvolvidas pela CADA Design incluem branding, identidade corporativa, design de retalho e catering, packaging e design digital.

**Com quantos colaboradores conta a CADA Design neste momento?**

A CADA Design conta com 30 colaboradores e a CADA Design Índia com mais 15.

**Além dos projetos desenvolvidos no Reino Unido, em que mercados o CADA Design Group desenvolve a sua actividade?**

Índia, Médio Oriente, Europa e EUA.

**Quais os principais projetos que o CADA Design Group desenvolveu ou está a desenvolver para o segmento da restauração?**

Além das novas lojas "Continente Bom Dia", em Portugal, a CADA Design é responsável pelo "Harrods Foodhalls", "Pret a Manger" e "Itsu", no Reino Unido; "Charbonnel et Walker", no Reino Unido e nos EUA; "Galerias Lafayette Gourmet Foodhalls", em França e "Dean and DeLuca", nos EUA, Médio Oriente e Coreia do Sul.



Harrods Foodhalls

**Quais as principais preocupações dos clientes?**

Os clientes têm como principais preocupações, contar com boas plataformas de retalho para a apresentação dos seus produtos e assegurar uma correta perceção do seu posicionamento no mercado, estando sempre atentos às novas tendências.

**Na sua opinião, que desafios se apresentam ao CADA Design Group?**

A crescente utilização dos computadores foi o maior desafio do Grupo, e esta evolução tem tido consequências. Somos agora mais rápidos, as mudanças acontecem a um ritmo mais célere e a diversidade do design é também muito maior.



Atualmente, as principais atividades desenvolvidas pela CADA Design incluem branding, identidade corporativa, design de retalho e catering, packaging e design digital.

In our days, CADA Design's main activities include branding, corporate identity, retail design and catering, packaging and digital design.

**When was CADA Design created? Could you tell us a little about the company's development and the main activities undertaken?**

CADA Design was founded in 1993, in response to the state of the retail sector at the time. We believed that a union between creativity and intellectual thought would benefit the industry. At that time, there was still precious little interest in multidiscipline consultancy, and retail design was seen as a creative discipline which had little impact on a company's commercial success.

Today, the main activities developed by CADA Design include branding, corporate identity, retail design, and catering, packaging and digital design.

**How many staff members does CADA Design have at present?**

CADA Design has 30 staff while CADA Design India has a further 15.

**Apart from projects developed in the United Kingdom, in which markets is the CADA Design Group operating in?**

India, the Middle East, Europe, the USA.

**What are the main projects that the CADA Design Group has developed or is developing for the restaurant sector?**

Apart from the new 'Continente Bom Dia' stores in Portugal, CADA Design is behind designs for 'Harrods Foodhalls', 'Prêt à Manger' and 'Itsu' in the United Kingdom; 'Charbonnel et Walker', in the United Kingdom and United States; 'Galleries Lafayette Gourmet Foodhalls', in France, and 'Dean and DeLuca' in the United States, Middle East and South Korea.

**What are your clients' main concerns?**

Clients are mainly concerned in having good retail platforms from which to showcase their products and ensure an accurate perception of their positioning in the market, while always being aware of new trends.

**In your opinion, what challenges is the CADA Design Group facing?**

Growing computer use has been the group's biggest challenge and this development has had consequences. We're living at a faster pace, changes occur at a faster rhythm while there's also a greater diversity in design.



Itsu sushi bar



David Callcott

Outro desafio é a internacionalização. Vivemos num mundo global, contando hoje com projetos um pouco por todo o mundo.

### Quais são os principais objetivos do CADA Design Group para os próximos anos?

Investir na internacionalização. A nossa aposta em estarmos presentes na Índia permitiu já que projetos na categoria de design de supermercados fossem premiados. Embora em fase experimental, é um plano em que acreditamos e uma estratégia geográfica. Estamos a três horas de distância do Dubai e a três horas de Hong Kong, permitindo maior proximidade a estes mercados, maior flexibilidade e servir novos clientes.

### Quais são as mais-valias distintivas do CADA Design Group que explicam o sucesso da empresa?

Considero que quanto maior for o desafio melhor será o resultado. Aprendemos ao longo dos anos a respeitar as diferenças étnicas e as necessidades culturais. Acredito que é por isso que somos tão fortes internacionalmente e a razão pela qual o nosso trabalho tem sido tão bem recebido pelos consumidores locais. Ultrapassar obstáculos, quer sejam prazos a cumprir, dificuldades técnicas ou problemas no local de construção, também está na essência do que fazemos.

### Quais são as suas perspetivas em relação à evolução da empresa e do sector?

Através do desenvolvimento internacional não estamos dependentes da economia de qualquer região. Ironicamente, um dos países, onde tivemos mais trabalho, foi a Irlanda, durante a última recessão.

Os orçamentos para Marketing, Investigação e Desenvolvimento são os primeiros a sofrer cortes e quanto mais se prolonga a crise económica pior é, uma vez que a área do retalho não pode parar de evoluir. Felizmente, quando os mercados começam a recuperar, estes orçamentos são também os primeiros a subir e seis meses depois da recessão a cadeia de fornecedores recuperou.

Assim, consideramos que houve maior atividade comercial no Reino Unido no primeiro semestre de 2011 do que no conjunto dos anos de 2009 e 2010.

Como sector estamos a tornar-nos cada vez mais centrais na estratégia dos nossos clientes. O design é visto como uma alavanca importante para o sucesso comercial das empresas e, em alguns casos chega mesmo a ser a grande vantagem competitiva. ■

Another challenge is internationalisation. We're living in a global village, with projects today all over the world.

**What are CADA Design Group's main goals for the next few years?**  
Investing in globalisation. Our decision to invest in India has already resulted in supermarket design projects being given awards. Although in an embryonic phase, its part of a global strategy which we believe in. We are three hours away from Dubai and Hong Kong, allowing for greater proximity to these markets, greater flexibility and the chance of reaching new clients.

### Which of CADA Design Group's most distinctive assets explain the company's success?

I believe that the greater the challenge the better the result. We've learnt throughout the years to respect different ethnicities and cultural requirements. I think that's why we're so strong internationally and the reason why our work has been so well received by local consumers. Another thing that has been a key to what we do is our ability to overcome obstacles, whether in meeting deadlines, technical difficulties or problems on the ground where we're operating.

### What are your expectations in relation to the company's and the sector's development?

Because of our international development we're not held hostage to any specific region's economy. Ironically, one of the countries where we've had most work during the recession is Ireland. Marketing and R&D Design are the first budgets to suffer cuts and the longer the economic crisis, the worst things are, especially since the retail area can't stop developing. Happily, when markets begin to recover, these budgets are also the first to improve and six months after the recession the supply chain recovered.

So, we think there has been greater commercial activity in the United Kingdom in the first half of 2011 than in 2009 and 2010 put together.

As a sector, we are becoming more and more central to our clients strategic approach. Design is now perceived as an important commercial lever and in some instances it is the competitive advantage. ■





CADA Design responsável pelo design das lojas Continente Bom Dia

CADA Design is behind the design for the Continente Bom Dia stores

**Após um concurso lançado pela Sonae MC para desenvolver o novo conceito das lojas Bom Dia Continente, a proposta da CADA Design, da autoria do designer David Callcott, foi a vencedora. Depois de aprovada, seguiu-se um intenso trabalho de adaptação do conceito à realidade das lojas a construir ou remodelar. A Jordão esteve envolvida no desenvolvimento das especificações requeridas e na entrega de equipamentos nos serviços de cafetaria, charcutaria, padaria, talho e takeaway.**

A Sonae MC está no mercado com o Continente Bom Dia desde 1997. Existem 26 unidades comerciais nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto. A mais recente estratégia da empresa passou por criar um novo conceito, propondo “uma abordagem moderna e competitiva para o segmento de supermercados, fortalecendo a presença da insígnia Continente Bom Dia, numa perspetiva de complementaridade com o Continente e com o Continente Modelo, com as quais partilhará o mesmo posicionamento de preços baixos e qualidade de produto e serviço”, explicou a Sonae MC à Cool.

A criação de um espaço acolhedor, fiel às raízes nacionais mas contemporâneo, atrativo, ergonómico e que estimulasse todos os sentidos do cliente era o objetivo da Sonae MC que, ao mesmo tempo, não queria que a qualidade e o conforto pusessem em causa a produtividade de toda a operação. David Callcott, designer da CADA Design, seguiu estas orientações, tendo também em conta que os produtos deveriam ser vistos como o elemento mais importante das lojas.

Uma das preocupações do projeto foi a implementação de soluções de redução dos consumos de água e de energia e a utilização de diversos materiais recicláveis.

Até agora, “as reações de todos os clientes são muito positivas”, revela a Sonae MC. ■

After a competition launched by Sonae MC to develop the new concept of the Continente Bom Dia stores, CADA Design's design plan by designer David Callcott, was the winner. After approval, there followed a lot of hard work adapting the concept to the reality of the shops being built or redesigned. Jordão was involved in developing the required specifications and delivery for equipment in cafeteria, deli, bakery, butcher shop and takeaway services.

Sonae MC has been in the market with Continente Bom Dia since 1997. There are 26 commercial shops in the Lisbon and Porto metropolitan areas. The company's latest strategy has been to create a new concept, proposing a “modern and competitive approach for the supermarket segments, strengthening the Continente Bom Dia's brand presence within a complimentary perspective with Continente and Modelo, with which it will share the same low-cost, quality product and services positioning”, Sonae MC explains to COOL.

The creation of a welcoming area, one that is faithful to national roots but is contemporary, attractive and user-friendly and which can stimulate all the senses of the customer was Sonae MC's goal, while at the same time without the quality and comfort sacrificing the operation's productivity. David Callcott, CADA Design designer has followed these guidelines, also taking into account that the products should be seen as the most important elements in the shops.

One of the project's concerns was to introduce energy and water saving measures and using a wide range of recyclable materials.

Up until now, “the reactions from clients have been very positive”, Sonae MC reveals. ■

# JORDAO COOLING SYSTEMS

A JORDAO COOLING SYSTEMS ESTEVE MAIS UMA VEZ PRESENTE NAQUELA QUE É CONSIDERADA A MAIS IMPORTANTE FEIRA MUNDIAL DEDICADA À INDÚSTRIA DA "HOSPITALIDADE". ENTRE 21 E 25 DE OUTUBRO, A EMPRESA PORTUGUESA REGRESSOU A MILÃO, ITÁLIA, PARA APRESENTAR AS SUAS MAIS RECENTES SOLUÇÕES NA HOST 2011 A PROFISSIONAIS DOS QUATRO CANTOS DO MUNDO.

NO TOTAL, FORAM MAIS DE 125 MIL VISITANTES ORIUNDOS DE 153 PAÍSES QUE NÃO FALTARAM A MAIS UMA EDIÇÃO DO CERTAME ITALIANO, QUE ESTE ANO CONTOU COM VÁRIAS INICIATIVAS PARALELAS, ONDE TEMAS COMO A SUSTENTABILIDADE ESTIVERAM EM GRANDE DESTAQUE, COMPROVANDO QUE A INDÚSTRIA ESTÁ CADA VEZ MAIS ATENTA A PRODUTOS INOVADORES E AMBIENTALMENTE SUSTENTÁVEIS.

JORDAO COOLING SYSTEMS WAS ONCE AGAIN PRESENT AT WHAT IS CONSIDERED TO BE THE MOST IMPORTANT WORLD TRADE FAIR DEDICATED TO THE HOSPITALITY INDUSTRY. BETWEEN OCTOBER 21ST AND 25TH, THE PORTUGUESE COMPANY RETURNED TO MILAN, ITALY, TO PRESENT ITS LATEST PRODUCTS AT HOST 2011 TO PROFESSIONALS FROM THE FOUR QUARTERS OF THE WORLD.

THERE WAS A TOTAL OF 125,000 VISITORS FROM 153 COUNTRIES WHO MADE SURE THEY DIDN'T MISS OUT ON THE ITALIAN TRADE FAIR, WHICH THIS YEAR FEATURED VARIOUS PARALLEL INITIATIVES IN WHICH THEMES LIKE SUSTAINABILITY WERE IN FOCUS, GOING TO SHOW THAT THE INDUSTRY IS INCREASINGLY AWARE OF INNOVATIVE AND ENVIRONMENTALLY-FRIENDLY PRODUCTS.

## JORDAO inova na HOST 2011

### JORDAO innovates at HOST 2011

Inovação foi a palavra-chave na quinta participação consecutiva da JCS na HOST. De acordo com Isidro Lobo, Diretor Geral da empresa de Guimarães, esta terá sido a feira em que a JORDAO esteve "mais forte do que nunca, com mais produtos inovadores". Ao longo dos cinco dias do evento foram apresentadas quatro novas linhas de balcões e vitrinas: a SEASIDE e a KUBO para o serviço de cafetaria e bar; a DAISY, gama de vitrinas e gôndolas, para o retalho alimentar e para a restauração moderna; e a VISTA, vitrinas compactas multinível totalmente refrigeradas que servem os canais Horeca e Alimentar. A forte aposta da empresa portuguesa na HOST 2011 justifica-se por continuar a ser um ponto de referência e de encontro do sector a nível mundial. Isidro Lobo considera que este evento se assumiu como "uma plataforma importante para a estratégia de exportação

Innovation was the key word in what was JORDAO'S fifth attendance in a row at HOST. According to Isidro Lobo, managing director of the Guimarães firm, this may have been the fair in which JCS had its "strongest presence ever, with even more innovative products." Throughout the five day event four new glassed counter and display cabinet lines were presented: SEASIDE and KUBO for bar and cafeteria service; DAISY, a range of window display cabinets and gondolas, for food retail and the modern restaurant trade; VISTA, compact multi-level window display cabinets which are totally refrigerated which serve the Horeca and Alimentar channels.

The Portuguese company's strong presence at HOST 2011 is warranted because the fair continues to be a reference and



A forte aposta da empresa portuguesa na HOST 2011 justifica-se por continuar a ser um ponto de referência e de encontro do sector a nível mundial.

The Portuguese company's strong presence at HOST 2011 is warranted because the fair continues to be a reference and meeting point for the sector worldwide.

e de diversificação de mercados da JORDAO COOLING SYSTEMS", onde foi possível, além de apresentar os novos produtos, dar visibilidade à marca e fomentar o relacionamento com os representantes da empresa nacional.

#### **Balanço "muito positivo"**

A receptividade do mercado internacional aos produtos inovadores da JORDAO já tem quase 30 anos, data do primeiro mercado de exportação, a Holanda, país com o qual a empresa portuguesa continua a trabalhar. Para Isidro Lobo, "o design tem tido um lugar muito



De acordo com Isidro Lobo, Diretor Geral da empresa de Guimarães, esta terá sido a feira em que a JORDAO esteve "mais forte do que nunca, com mais produtos inovadores".

According to Isidro Lobo, managing director of the Guimarães firm, this may have been the fair in which JORDAO had its "strongest presence ever, with even more innovative products."



meeting point for the sector worldwide. Isidro Lobo believes that this event serves as an "important platform for the company's export strategy and for widening JORDAO COLLING SYSTEM'S markets", where it was possible, apart from presenting new products, to give the brand exposure and foster relationships with the representatives of the national firm.

#### **On Balance 'Very Positive'**

The international market has already been receptive to JORDAO'S innovative products for almost 30 years, the time



A empresa portuguesa contou com a visita de profissionais dos quatro cantos do mundo.

The Portuguese firm enjoyed visits by professionals for all over the world.



importante no processo de Inovação da empresa, sendo estratégico para a sua sustentabilidade”.

A receptividade às novas linhas durante a HOST não foi diferente. Todos os novos produtos foram muito bem recebidos pelo mercado com destaque para a gama de vitrinas VISTA. Ninguém ficou indiferente à modernidade e leveza das linhas desta nova gama, cujo design marcante fez centrar muitas atenções. Trata-se de um produto desenvolvido internamente num timing muito curto e que ilustra o “state of the art” da JORDAO.

A empresa portuguesa contou com a visita de profissionais dos quatro cantos do mundo, “o que é de assinalar numa altura de retração”, refere o responsável pela empresa. Os contactos e oportunidades tiveram origens muito diversas, sendo que o Norte de África e a Ásia foram regiões bastante ativas.

Em relação a possíveis negócios resultantes do evento, em Itália, Isidro Lobo afirmou à Cool que neste momento, a empresa está a estudar as oportunidades e acredita que “o resultado vai ser positivo, como aconteceu em todas as edições anteriores do certame”. Tendo em conta a actual situação económica mundial, o evento refletiu sobretudo um ambiente expectante, mas com interesse e bastante movimento. Para a JORDAO foi mais uma oportunidade de apresentar os seus produtos e a marca ficou ainda mais forte. Além disso, a feira apresentou-se como ponto de encontro da empresa com representantes e compradores, funcionando como uma plataforma para o estabelecimento de possíveis novos negócios. O balanço de mais uma participação na HOST foi, assim, “muito positivo”.

when it first exported abroad, to Holland, a country with which the Portuguese firm continues to work. Isidro Lobo thinks that “design has had a very important place in the company’s innovation process, being a strategy for its sustainability.”

The interest shown in its new ranges during HOST was no different. All of the new products were very well received by the market, particularly the range of VISTA display cabinets. No one was indifferent to this new range’s modern appearance and soft lines, its striking design being the centre of attention. This is a product that was developed internally and within a short time-frame and one which illustrates JORDAO’S state-of-the-art talents. The Portuguese firm enjoyed visits by professionals for all over the world, “something to be emphasised during a recession”, says the company’s MD. The contacts and opportunities hailed from very diverse sources, particularly from North Africa and Asia, both of which showed an active interest.

With regards to possible business deals resulting from the event in Italy, Isidro Lobo told COOL that at the moment the company is studying opportunities and believes that “the result will be positive, as has happened in all the previous editions of this event.”

Taking into account the current world economic situation, the event above all reflected a wait-and-see atmosphere, but one with a lot of anticipation, interest and footfall. For JORDAO it was yet another opportunity to present its products while the brand is stronger than ever. In addition, the fair represented a meeting point for the company with representatives and buyers, serving as a platform to set up possible new business deals. On balance, JORDAO’S attendance at yet another HOST was “very positive.”



### Sustentabilidade em destaque

No total mais de 125 mil profissionais de 153 países estiveram em Milão para visitar as cerca de 1 600 empresas que marcaram presença na HOST 2011. A feira italiana foi novamente um "marketplace" internacional extraordinário para as Indústrias da Hospitalidade, onde as empresas puderam divulgar os seus novos produtos e lançar iniciativas. O evento permitiu ainda que expositores e profissionais conhecessem as novas tendências e soluções inovadoras, que respondem às mais recentes necessidades e exigências do mercado.

Assim, além de poderem visitar as empresas mais relevantes do sector que estiveram em Milão, os profissionais puderam também participar nas várias iniciativas agendadas para os cinco dias da 37ª edição da HOST. Encontros, "workshops", conferências e seminários foram apenas algumas das ações realizadas, onde foram divulgadas as mais modernas técnicas e soluções de conservação de alimentos. Foram ainda abordados temas como tecnologia, materiais inovadores, sustentabilidade, eficiência energética, tendências de design e gestão, exemplificados com casos práticos. De acordo com a organização da feira italiana, a formação dos profissionais é fundamental para tirar o melhor partido das inovações e, por isso, a importância da realização destas iniciativas paralelas ao evento principal.

Estas iniciativas permitiram concluir que a indústria está cada vez mais atenta não só à qualidade e design dos produtos, mas também à utilização de materiais inovadores e ambientalmente sustentáveis. Em 2013 a feira bienal regressa a Milão, entre os dias 25 e 29 de outubro. ■

### Sustainability in focus

There were a total of 125,000 professionals from 153 countries in Milan all told, visiting around 1,600 companies which were at HOST 2011. The Italian fair was again an extraordinary international market place for the Hospitality Industries, one where companies could show off their new products and launch initiatives. The event also enabled exhibitors and professionals to find out about the latest trends and innovative products matching the latest market needs and demands.

Also, apart from being able to visit the most relevant companies in the sector that were in Milan, the professionals could also take part in various initiatives time-tabled for the five days at the 37<sup>th</sup> edition of HOST. Meetings, workshops, conferences and seminars were just some of the activities running, where the latest technology and products for food conservation could be seen. Themes such as technology, innovative materials, sustainability, energy efficiency, trends in design and management were also in the limelight, demonstrated with practical cases. According to the Italian fair organisers, the training of professionals is vital to get the best of the innovations which is why it was so important to carry out these activities alongside the main event.

These activities enabled the conclusion to be drawn that the industry is increasingly aware not only of product quality and design, but also the use of innovative and environmentally sustainable materials.

In 2013 the twice-yearly fair will return to Milan, between October 25<sup>th</sup> and 29<sup>th</sup>. ■

# Aquimadeira: de uma ilha para o mundo from an island to the world

**15 DE NOVEMBRO DE 1983 MARCOU O INÍCIO DA ATIVIDADE DA EMPRESA MADEIRENSE AQUIMADEIRA. COM SEDE NO FUNCHAL, A AQUIMADEIRA FAZ HOJE PARTE DO GRUPO QUE INTEGRA MAIS DUAS EMPRESAS, A HIPERFRIO, FUNDADA EM 1996 NUMA PERSPETIVA ESTRATÉGICA DE EXPANSÃO E DIVERSIFICAÇÃO, E A RITEL, FUNDADA EM 1984. AS TRÊS EMPRESAS JUNTAS CONTAM COM UM ACUMULADO DE MAIS DE 70 ANOS DE EXPERIÊNCIA.**

**A INSULARIDADE NUNCA FOI UM OBSTÁCULO E HOJE O GRUPO, QUE SE DEDICA À CONCEÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES PARA HOTELARIA, CONTA COM OPERAÇÕES EM ANGOLA, VENEZUELA E POLÓNIA, TENDO COMO GRANDE OBJETIVO LANÇAR-SE EM NOVOS MERCADOS.**

O Grupo português dedica-se à conceção e desenvolvimento de soluções para hotelaria e similares, que inclui o projeto e conceção dos espaços, a comercialização dos equipamentos, sua montagem e assistência técnica. Ao longo dos anos, tem vindo a ganhar experiência e "know-how" nas áreas de Hotelaria, Frio Industrial e Comercial e Grandes Instalações Frigoríficas.

**THE MADEIRA-BASED COMPANY AQUIMADEIRA BEGAN ITS COMMERCIAL ACTIVITIES ON NOVEMBER 15<sup>TH</sup>, 1983. AQUIMADEIRA, WHICH HAS ITS HEADQUARTERS IN FUNCHAL, TODAY FORMS PART OF THE GROUP WHICH ALSO DETAINS A FURTHER TWO COMPANIES: HIPERFRIO, FOUNDED IN 1996 AS PART OF A DIVERSIFICATION AND EXPANSION STRATEGY, AND RITEL, SET UP IN 1984. THE THREE COMPANIES TOGETHER HAVE CLOCKED UP MORE THAN 70 YEARS OF EXPERIENCE.**

**STAYING SOLELY LOCALLY FOCUSED WAS NEVER AN OPTION FOR THE PORTUGUESE GROUP WHICH TODAY CONCENTRATES ON THE CONCEPTION AND DEVELOPMENT OF PRODUCTS FOR THE HOTEL INDUSTRY, AND HAS OPERATIONS OVERSEAS IN ANGOLA, VENEZUELA AND POLAND, AND AIMS TO EXPAND INTO NEW MARKETS.**

The Portuguese Group's activities for the hotel and catering industry include designing interior spaces and selling and installing equipment, as well as offering technical assistance. Throughout the years, it has gained experience and know-how in the hotel industry, commercial and industrial refrigeration and large-scale refrigeration installations.



Sara Costa (AQ), Isidro Lobo (JCS), João Rodrigues (AQ), Pedro Silva (JM) e Paula Neves (AQ), na inauguração dos Pingo Doce Dolce Vita e Anadia, Funchal.

Sara Costa (AQ), Isidro Lobo (JCS), João Rodrigues (AQ), Pedro Silva (JM) and Paula Neves (AQ), at the inauguration of Pingo Doce's stores in Dolce Vita Shopping and in Anadia Shopping, in Funchal, Madeira.

Em conjunto, a Aquimadeira, a Hiperfrio e a Ritel "têm capacidade técnica para fazer acontecer qualquer estabelecimento, unidade industrial ou instalação na área alimentar: restaurantes, bares, hotéis, hospitais, escolas, lares de idade sénior, creches, infantários, lavandarias industriais, padarias, supermercados, hipermercados, entrepostos frigoríficos, fábricas de transformação alimentar, etc. Temos inclusivamente capacidade técnica para executar qualquer chave na mão na área alimentar incluindo construção civil", explicam os responsáveis pelo Grupo à Cool.

O sucesso do Grupo deve-se sobretudo à cultura e missão empresarial que conduz a equipa a uma dedicação e empenho incansáveis perante o cliente. "O nosso lema é servir o cliente e nunca deixá-lo sem resposta ou solução. Debatem-nos todos os dias com um incansável trabalho junto de todos os intervenientes da cadeia de valor para no fim servir o cliente, a nossa razão de existir", explicam os responsáveis.

### Da insularidade para a internacionalização

O facto da sede da empresa ser na Madeira, nunca foi um obstáculo. "Na Aquimadeira e nas empresas do Grupo sempre houve capacidade de antecipar, sonhar e fazer acontecer. A nossa cultura organizacional sempre teve como alicerces a dedicação e empenho ao cliente, onde quer que ele esteja. E foi pela mão dos nossos clientes que decidimos levar para bem longe o nosso conhecimento adquirido há quase 30 anos".

Além de ter uma delegação em Lisboa, o Grupo conta com operações fora do país há já mais de dez anos. A aposta na internacionalização não se deveu, por isso, à crise em Portugal, mas antes ao desenvolvimento que a Aquimadeira registou nos seus primeiros anos de atividade e à perspetiva estratégica de expansão e diversificação da atividade. Os responsáveis deram início à internacionalização pela via do mercado da Polónia e, neste momento, o Grupo está presente não só neste país com a empresa Ilhopol, mas também em Angola com a empresa Hipangol e na Venezuela com a empresa Aquiven. Nestes países, o Grupo português dispõe de uma equipa comercial e técnica e uma carteira de clientes tanto no sector dos equipamentos hoteleiros como na área da refrigeração comercial e industrial.

Together, Aquimadeira, Hiperfrio and Ritel "have the technical capacity to carry out projects for any establishment, industrial unit and premises in the food area: Restaurants, bars, hotels, hospitals, schools, retirement homes, crèches, kindergartens, industrial dry cleaners, bakeries, supermarkets, hypermarkets, refrigeration plants, food manufacturing facilities, etc. Above all we have the total technical capacity to undertake any turnkey service in the catering sector, including the civil construction area", the group's directors explain to Cool.

The Group's success is owed above all to its company culture and mission which instils a team spirit and tirelessly pursues dedication and effort for its clients. "Our mission is to serve the client and never leave them without an answer or solution. We knuckle down to hard work on a daily basis with all those involved in the value chain with the aim of serving our clients, who are our reason for being", explain the directors.

### From a local to an international organisation

Being based in Madeira was never an obstacle for the group. "We've always had the ability to anticipate, create and make it happen at Aquimadeira. Our organisational culture has always been built on the foundations of being dedicated and going the extra mile for the client, wherever they are. It was through our clients that we decided to take our knowledge built up over almost 30 years far and wide."

"In addition to having a branch in Lisbon, the Group already has had operations abroad for over ten years. The fact that we're also focused abroad isn't down to the crisis in Portugal, but rather to the development that Aquimadeira had already seen in its first years in business, and to its strategic perspective for diversification and activity expansion." The directors started their internationalisation strategy via the Polish market and, at the moment, the group is not only present in that country with its company Ilhopol, but also is in Angola with the firm Hipangol and in Venezuela with the firm Aquiven. In these countries, the Portuguese Group has a commercial and technical team and a



O sucesso do Grupo deve-se sobretudo à cultura e missão empresarial que conduz a equipa a uma dedicação e empenho incansáveis perante o cliente.

The Group's success is owed above all to its company culture and mission which instils a team spirit and tirelessly pursues dedication and effort for the clients.

"A nossa experiência adquirida nos mais de 29 anos de trabalho e as obras efetuadas tanto no mercado regional (Madeira) como em Portugal Continental são a garantia e a confiança dada aos nossos clientes desses países, não só porque já nos conhecem ou são nossos clientes, mas também porque apresentamos obras feitas", explicam os responsáveis à Cool. A estratégia de internacionalização e expansão mantém-se nos planos do Grupo que quer continuar a apostar fortemente não só nestes países, mas também lançar-se em novos mercados. Em Portugal, os responsáveis sentem uma quebra do investimento com repercussões no volume de atividade da empresa. No entanto, apesar de admitirem que "a evolução do mercado será lenta e incerta", referem que o Grupo "sempre viveu e sobreviveu em momentos difíceis, respondendo sempre com o máximo de dedicação e empenho". E, por isso, asseguram que não vão deixar de trabalhar afincadamente o mercado português, sobretudo porque querem fazer parte das empresas que irão aumentar a riqueza de Portugal. "Somos portugueses e a nossa capacidade empreendedora está no sangue latino!", afirmam.

### Projetos em curso

Neste momento, o Grupo está a implementar e a lançar um novo modelo de gestão assente nas várias valências e competências criadas nas três empresas. Trata-se do projeto AHR Solutions, que passa pela reorganização e pela definição de uma estrutura matricial de gestão, que aproveita o "know-how" e a capacidade existente nas três empresas para lançar e apoiar as empresas criadas na Venezue-







la – a Industrial Aquiven; em Angola – a Hipangol; e na Polónia – a Ilhopol.

A responsabilidade social é uma das preocupações do Grupo e em curso está também um novo projeto. “Porque fazemos parte deste mundo e sentimos os problemas existentes, vamos participar em projetos de solidariedade social com o fornecimento de equipamento para pequenos bares e restaurantes em bairros sociais”, adiantaram os responsáveis à Cool.

#### **Parceria com a JORDÃO**

A parceria entre a Aquimadeira e a JORDÃO conta já com 25 anos. “O serviço de proximidade e excelência para com o cliente” da JORDÃO e o facto de ter “uma cultura organizacional idêntica à nossa” motivaram a Aquimadeira a escolher a empresa de Guimarães para desenvolver esta parceria.

Após mais de duas décadas de relação, a Aquimadeira salienta a qualidade do serviço prestado e que se tem traduzido “numa parceria de sucesso com resultados de satisfação dos nossos clientes. Temos crescido juntos e temos levado o nome do nosso país, juntos, além fronteiras”. A parceria com a JORDÃO é, por isso, “muito importante”, uma vez que “o produto e o serviço da JORDÃO permite à Aquimadeira e às empresas do Grupo estar no mercado com confiança e certeza de que têm as condições para oferecer o que o cliente pretende”. Na opinião da empresa madeirense “a JORDÃO é uma empresa atenta às tendências do mercado e tem capacidade de evolução e adaptação que responde precisamente ao que entendemos ser o parceiro de sucesso para os nossos projetos”. ■

portfolio of clients both in the hotel equipment sector and the commercial and industrial refrigeration area.

“Our experience acquired in more than 29 years of work and the projects carried out both in the regional market (Madeira) and mainland Portugal are the guarantee and the confidence given to our clients in these countries, not just because they already know us and are our clients, but also because we get the work done”, the directors explain to Cool. The group maintains its expansion and internationalisation strategy and aims to continue doing brisk business not only in these countries, but also to break into new markets.

In Portugal, the directors feel a fall in investment with knock-on effects for the company’s business turnover. However, despite admitting that “the market’s performance is slow and uncertain” they state that the group “always lived through and survived difficult times, meeting client requests with maximum dedication and effort.” And that’s why they’ve given their assurance that they will not stop working hard in the Portuguese market, mainly because they want to be a part of those companies that will increase Portugal’s wealth. “We’re Portuguese and our entrepreneurial ability is in our Latin blood!” they affirm.

#### **Projects underway**

At the moment, the group is implementing and launching a new management model based on various strengths and competencies created in the three companies. This is the AHR Solutions project which involves reorganisation and the definition of a matrix management structure which benefits from know-how and the existing capacity in the three companies to launch and support the companies set up in Venezuela – Industrial Aquiven; in Angola – Hipangol; and Ilhopol in Poland.

The Group is concerned with social responsibility and a new project is also underway. “Because we’re part of this world and feel the problems that exist, we’re going to take part in social welfare projects by supplying equipment to small bars and restaurants on social housing estates”, the directors told Cool.

#### **Partnership with JORDÃO**

The partnership between Aquimadeira and JORDÃO has been going for 25 years. “The excellent service and close relationship JORDÃO has with its clients” and the fact it shares “a culture organisation identical to ours” was the reason why Aquimadeira chose the Guimarães company to develop this partnership.

After more than two decades relationship, Aquimadeira stresses the quality of the service given which has resulted in a “successful partnership with clients satisfied with the results. We’ve grown together and together we’ve taken our country’s name abroad”.

The partnership with JORDÃO is, for this reason, “very important”, since “JORDÃO’s product and service enables Aquimadeira and the group’s companies to operate in the market with confidence and the certainty that it has all the conditions to offer the client what it needs.” In the Madeira company’s opinion “JORDÃO is a company that is aware of market trends and has the capacity for development and change which exactly meets our definition of what a successful partnership for our projects should be.” ■

# Maria José Cardoso: “Bem-vindos à Jordão!”

“Welcome to Jordão!”

RECECIONISTA E TELEFONISTA HÁ JÁ ONZE ANOS NA JORDÃO, MARIA JOSÉ SENTE-SE REALIZADA E SATISFEITA COM O SEU TRABALHO, E MOTIVADA PARA CONTINUAR A DAR O SEU CONTRIBUTO COM O MÁXIMO PROFISSIONALISMO.

MARIA JOSÉ, WHO HAS BEEN WORKING FOR JORDÃO AS THE RECEPTIONIST FOR 11 YEARS, ENJOYS HER WORK AND FINDS IT SATISFYING. SHE FEELS MOTIVATED IN CONTINUING TO GIVE HER CONTRIBUTION TO THE COMPANY WITH MAXIMUM PROFESSIONALISM.

Ser a primeira a dar as boas-vindas a quem contacta a Jordão, “é uma enorme responsabilidade”, como reconhece Maria José. O segredo é tentar fazer com que todas as pessoas se sintam bem recebidas. “Com o passar dos anos o excessivo formalismo deixa de fazer sentido e criam-se relações de estima e camaradagem, que facilitam bastante o meu trabalho”, acredita Maria José, que se sente muito satisfeita por desempenhar esta função.

Para Maria José, o maior desafio é chegar ao final do dia com a sensação de missão cumprida. “Outro desafio constante é o contacto com o estrangeiro, imposto pela grande diversidade de países com que trabalhamos”, revela.

## Ambiente de trabalho único

Natural de Azurém, concelho de Guimarães, Maria José nasceu a 3 de maio de 1964, concluiu o 12º ano e, antes de ingressar na Jordão, era responsável pelo departamento de compras de uma empresa têxtil. Maria José começou por preencher uma vaga temporária na receção da Jordão e, se o primeiro impacto foi de confusão, depressa se adaptou até porque foi “muito bem recebida desde o primeiro minuto”.

O percurso na Jordão é, por isso, “absolutamente positivo”. Maria José garantiu à COOL que se sente realizada e satisfeita com o seu trabalho. “Tenho muito orgulho em dizer que nunca senti a chamada angústia da segunda-feira, antes pelo contrário, nestes 11 anos sempre senti um grande prazer em vir trabalhar. Vejo o meu local de trabalho e os meus colegas com um carinho muito especial”, conta-nos Maria José que afirma que veste completamente a camisola, elogiando “o espírito de camaradagem inculcado pelo Sr. José Júlio Jordão e seguido pelo nosso Diretor Geral”.

Quando questionada sobre o que distingue esta empresa de outras, Maria José destaca o companheirismo, o respeito, as regalias e também os convívios organizados que são sempre acolhidos efusivamente, comprovando que as pessoas gostam de conviver para além das horas de trabalho. Maria José, que nos tempos livres gosta de ler, caminhar e utilizar a Internet como meio de informação, sente-se motivada para continuar a dar o seu contributo na Jordão com o máximo profissionalismo.

Aos colegas deixa uma mensagem especial: “temos uma ótima equipa de trabalho e estar na Jordão é um privilégio. Precisamos de prosseguir com o máximo profissionalismo e ânimo no desempenho das nossas funções”. ■

Being the first person to greet people who call or visit Jordão is “a huge responsibility” says Maria José. The secret lies in trying to make sure that everyone is made to feel welcome. “Over time excessive formalities have ceased to make sense and the manner now of creating relationships based on respect and friendliness have made my job easier”, Maria José thinks, adding that she really loves what she does.

Maria José says that the most important thing is getting to the end of the day feeling like she’s achieved her mission. “Another constant challenge is dealing with overseas callers and visitors, something that has become increasingly important due to the number of other countries Jordão does business with,” she reveals.

## A unique working environment

A native of Azurém, in the Guimarães district, Maria José was born on May 3rd, 1964, completed her secondary education, and before joining Jordão was in charge of the buying department for a textile company. Maria José started off by filling in on a temporary basis at Jordão’s reception and if things were somewhat confusing in the beginning, she soon found her feet and adapted because she was made to feel “very welcome from the very start.”

Her career progression at Jordão has therefore been “absolutely great”. Maria José told COOL that she really enjoys her work and feels fulfilled at Jordão. “I’m really proud to say that I’ve never felt those so-called Monday morning nerves, in fact it’s quite the opposite. Over the past 11 years I’ve always looked forward to coming to work. I’ve got a real soft spot for my colleagues and am fond of my workplace”, adds Maria José, who says she feels part of a team and admires the “spirit of camaraderie that was instilled by Mr. José Júlio Jordão which has been carried on by its current managing director.

When asked what she thought set this company apart from the others, Maria José highlights the fact that everyone gets on so well; the respect, the praise and also the organised social activities which are always warmly and enthusiastically attended, these all go to show that people like to get together and socialise outside of working hours. In her free time Maria José says she likes to read, go for walks and surf the Internet and she feels motivated to continue making her contribution to Jordão with the utmost professionalism.

A special message for her colleagues: “We’ve got a great team and being at Jordão is a privilege. We need to work with the utmost professionalism and spirit when carrying out our tasks.” ■

María José é a primeira a dar as boas-vindas a quem contacta a Jordão.

María José is the first to greet those who come into contact with Jordão.



### Arquiteto José Carlos Cruz vence concurso de ideias para o pavilhão dos Jogos Olímpicos de Londres

### Architect José Carlos Cruz wins competition for his design ideas for the London Olympic Games Information Pavilion

José Carlos Cruz está de parabéns. O arquiteto português, que na edição da Cool de maio de 2011, esteve em destaque pela grande diversidade de projetos de que é responsável não só em Portugal, mas um pouco por todo o mundo, volta a estar em foco ao liderar uma equipa portuguesa que venceu o primeiro prémio num concurso de ideias para o Pavilhão de Informações dos Jogos Olímpicos 2012, em Londres.

O concurso foi realizado à escala mundial e o projeto da equipa portuguesa, também constituída pelos arquitetos Inês Guedes, Miguel Santos e António Cruz, idealiza uma infraestrutura em plena capital londrina, em Trafalgar Square. Tendo como inspiração os anéis dos Jogos Olímpicos, o pavilhão foi concebido para ser um espaço com serviço de informações, mas também onde se pode relaxar, fazer compras ou apenas tomar café.

"Interação" é a palavra-chave que define o Pavilhão de Informações. Os visitantes são convidados a "jogar com a informação" disponibilizada nos ecrãs "touch screen" do edifício. A sustentabilidade foi outra das questões tidas em conta pela equipa portuguesa que optou pela utilização de materiais reciclados e de energia renovável. Os arquitetos sugeriram a instalação de painéis solares no telhado para gerar a energia utilizada no pavilhão.

De acordo com o júri do concurso, "o projecto soube captar o espírito dos Jogos Olímpicos, coexistindo harmoniosamente com toda a envolvente". ■



José Carlos Cruz is to be congratulated. The Porto architect, who was highlighted in the May 2011 issue of Cool for his vast array of projects, not only in Portugal, but also all over the world, is again in the spotlight for heading the Portuguese team that won first prize in a competition for ideas for the London Olympic Games 2012 Information Pavilion.

The competition was carried out globally and the Portuguese team's project - the team is made up of architects Inês Guedes, Miguel Santos and António Cruz - won the accolade for conceiving a structure right in the middle of the British capital's Trafalgar Square. Taking inspiration from the symbolic rings that make up the Olympic Games insignia, the pavilion was designed to be an area for information services as well as being a place to relax, do some shopping or have a cup of coffee.

'Interaction' is the watchword that defines the Information Pavilion. Visitors are invited to 'play with information' made available in the building's interactive touch screens. Sustainability was another issue in the forefront for the Portuguese team which opted for using recycled materials and renewable energy. The architects came up with using solar panels in the roof to generate the pavilion's energy needs.

According to the competition jury, "the project succeeded in capturing the spirit of the Olympic Games, harmoniously coexisting with the surroundings." ■

### JORDAO é PME Excelência 2011

A JORDAO foi distinguida como PME Excelência 2011, um estatuto de qualificação empresarial criado pelo IAPMEI, numa parceria com o Turismo de Portugal, o Barclays, o Banco Espírito Santo, o BES dos Açores, o BPI, a Caixa Geral de Depósitos, o Millennium bcp e o Santander Totta. A designação é atribuída a organizações que se evidenciaram pela qualidade dos seus resultados e elevados padrões competitivos, com rácios de solidez financeira e de rentabilidade acima da média nacional, e que contribuem ativamente para as dinâmicas de desenvolvimento e de emprego das várias regiões. ■



Excelência'11

### JORDAO is the SME 'Par Excellence' 2011

JORDAO has been awarded the prestigious SME Excellence 2011 - a business quality qualification created by the Portuguese government-supported association for small and medium-sized enterprises IAPMEI, in a partnership with the Portuguese Tourist Board - Turismo de Portugal, Banco Espírito Santo bank, BES Azores bank, and banks Caixa Geral de Depósitos, Millennium bcp and Santander Totta. The accolade is awarded to organisations that can demonstrate the quality of their results and high competitive standards, solid financial ratios and profitability which is higher than the national average. The organisations must also show they actively contribute to creating jobs and opportunities in various regions. ■



## Supermercado KERO em Luanda

A JORDAO regressa a esta cadeia de supermercados que acaba de abrir um novo estabelecimento em Luanda, Angola. Com uma área total de 8 500m<sup>2</sup>, trata-se do maior supermercado do continente africano. A comercialização e instalação dos equipamentos da JORDAO no supermercado Kero ficou a cargo da Hipangol, que pertence ao grupo da empresa madeirense Aquimadeira. Em destaque esteve a utilização das gamas TECNO para a secção de "self-service" e PASSION LUX para a secção de pastelaria. ■

## KERO supermarket in Luanda

JORDAO returns as a supplier for this chain of supermarkets which has just opened new premises in the Angolan capital Luanda. With an 8,500m<sup>2</sup> GLA, this is the largest supermarket on the African continent. Hipangol, which belongs to the Madeira group company Aquimadeira, has been charged with selling and installing the JORDAO equipment in the Kero supermarket. The showpiece equipment used in the establishment comes from JORDAO'S TECNO ranges for self-service catering and PASSION LUX for the patisserie section. ■



## Novo supermercado YATA em Hong Kong

As vitrinas Prestige da JORDAO estão presentes nas secções de "take away", charcutaria e "delicatessen" do supermercado YATA que abriu recentemente em Hong-Kong. Desenvolvido pelo operador Sun Hung Kai Properties, o novo supermercado contou com um investimento de 3,5 milhões de dólares, cerca de 2,7 milhões de euros. ■

## New YATA supermarket in Hong Kong

The glass displays of JORDAO'S PRESTIGE range will take centre stage in the take-away, delicatessen and cold meat sections at the new YATA supermarket which opened recently in Hong Kong. Developed by the Sun Hung Kai Properties operator, the new supermarket represents a US\$3.5 million (€2.7 million). ■

## Europain, Hotelympia e Gastro Fair no primeiro trimestre de 2012

## Europain, Hotelympia and Gastro Fair in the first quarter of 2012

Paris, Londres e Helsínquia são os três principais destinos da JORDAO no primeiro trimestre de 2012. A JORDAO vai estar representada através dos seus distribuidores locais nestas feiras europeias.



Paris, London and Helsinki are the three main destinations for JORDAO in the first quarter of 2012. JORDAO will be represented through its

distribuidores locais nestas feiras europeias. Entre as três feiras, a Europain é a que conta com maior eco internacional. Entre 3 e 7 de março, em Paris, serão apresentadas as mais recentes tendências no que diz respeito a equipamentos e produtos para padaria, pastelaria e "catering", tendo em conta a evolução do sector e dos próprios hábitos de consumo.

Dias antes, de 26 de fevereiro a 1 de março, terá lugar em Londres, a Hotelympia direcionada para o mercado das ilhas britânicas. Este é o maior evento dedicado à indústria da "hospitalidade" no Reino Unido. A JORDAO participará ainda na bienal Gastro, que decorrerá entre 14 e 16 de março no centro de exposições e convenções de Helsínquia, na Finlândia. O certame, focado nas áreas da restauração, hotelaria e "catering", é dirigido sobretudo ao mercado dos países nórdicos e Rússia. ■

Links:

[www.hotelympia.com](http://www.hotelympia.com)

[www.europain.com](http://www.europain.com)

[web.finnexpo.fi/Sites1/Gastro/Sivut/default.aspx](http://web.finnexpo.fi/Sites1/Gastro/Sivut/default.aspx)

distributors on the ground at these European fairs.

From amongst the three fairs, Europain is the fair which makes the biggest impact internationally. The very latest trends with regard to equipment and products for the bakery, patisserie and catering industries will be on display at the fair in Paris between March 3rd and 7th, reflecting changes in the sector and in consumer habits.

In the last week of February, until March 1st, the largest catering fair in the United Kingdom will take place in London – Hotelympia. It is the biggest event for the hospitality industry in Britain.

JORDAO will also take part in the twice-yearly Gastro fair which runs between March 14th and 16th at the Helsinki Exhibition and Convention Centre in the Finnish capital. This fair, focusing on the restaurant, hotel and catering industries, is aimed, above all, at the Nordic and Russian markets. ■

FOR 50 YEARS WE  
HAVE BEEN THE BEST  
AT WHAT WE DO.

NOW, AS SECOP WE  
CONTINUE TO SET THE  
STANDARD IN ADVANCED  
COMPRESSOR  
TECHNOLOGIES.

STILL SETTING  
THE STANDARD

**SECOP**



1956 **2012**



To find out more visit:  
[www.secop.com](http://www.secop.com)

**Formerly Danfoss Compressors**

“Alta, imensa, enigmática”  
“High, immense, enigmatic”

# SERRA DA ESTRELA

□ INVERNO CHEGOU E COMO NÃO QUEREMOS QUE FIQUE EM CASA A OUVIR A CHUVA A BATER NA JANELA, ESPERANDO POR DIAS MAIS SOALHEIROS, SUGERIMOS-LHE UM FIM DE SEMANA COM TUDO A QUE TEM DIREITO E NUM LOCAL ONDE PODE TIRAR PARTIDO DOS DIAS MAIS FRIOS DO ANO: A SERRA DA ESTRELA.

RUME ATÉ AO PONTO MAIS ALTO DE PORTUGAL CONTINENTAL E DESFRUTE DOS MUITOS DESPORTOS QUE PODE PRATICAR NA REGIÃO E QUE INCLUEM ESQUI, SNOWBOARD E PARAPENTE. COMBINE MOMENTOS PLENOS DE AVENTURA COM ATIVIDADES MAIS RELAXANTES COMO PASSEIOS PEDESTRES PELOS VALES GLACIÁRIOS, VISITAS A CASTELOS, MUSEUS E ALDEIAS HISTÓRICAS, COM TEMPO PARA PETISCAR O FAMOSO QUEIJO SERRA DA ESTRELA E PROVAR A AGUARDENTE DE MEL. OU, SIMPLEMENTE, CONTEMPLA AS PAISAGENS DESLUMBRANTES DO PARQUE NATURAL DA SERRA DA ESTRELA, A MAIOR ÁREA PROTEGIDA DE PORTUGAL E UMA DAS MELHORES RESERVAS BIOGENÉTICAS DA EUROPA. PREPARE-SE PARA VIVER DIAS INESQUECÍVEIS EM CONTACTO DIRETO COM A NATUREZA!

WINTER HAS ARRIVED AND SINCE WE DON'T WANT TO BE STUCK AT HOME LISTENING TO THE RAIN BEATING AGAINST THE WINDOW, WAITING FOR SUNNIER DAYS, WE PROPOSE A WEEKEND AWAY WITH ALL INCLUDED IN A PLACE WHERE THE COLDEST DAYS OF THE YEAR CAN BE ENJOYED TO THEIR BEST ADVANTAGE. SERRA DA ESTRELA. HEAD FOR THE HIGHEST POINT IN MAINLAND PORTUGAL AND ENJOY THE MANY SPORTS THAT CAN BE PRACTICED IN THE REGION INCLUDING SKIING, SNOWBOARDING AND HANGGLIDING. COMBINE MOMENTS FULL OF ADVENTURE WITH MORE RELAXING ACTIVITIES SUCH AS RAMBLING WALKS THROUGH GLACIAL VALLEYS, VISITS TO CASTLES, MUSEUMS AND HISTORIC VILLAGES, WITH TIME SET ASIDE TO TRY THE REGION'S FAMOUS SERRA DA ESTRELA CHEESE AND BRANDY-BASED HONEY SPIRIT LIQUOR. OR, SIMPLY, TAKE IN THE MARVELLOUS LANDSCAPES OF THE SERRA DA ESTRELA NATURAL PARK, THE LARGEST CONSERVATION AREA IN PORTUGAL AND ONE OF THE BEST BIOGENETIC RESERVES IN EUROPE. GET READY TO ENJOY UNFORGETTABLE DAYS IN DIRECT CONTACT WITH NATURE!





“Alta, imensa, enigmática, a sua presença física é logo uma obsessão. Mas junta-se à perturbante realidade uma certeza ainda mais viva: a de todas as verdades locais emanarem dela. Há rios na Beira? Descem da Estrela. Há queijo na Beira? Faz-se na Estrela. Há roupa na Beira? Tece-se na Estrela. Há vento na Beira? Sopra-o a Estrela. Há energia elétrica na Beira? Gera-se na Estrela. Tudo se cria nela, tudo mergulha as raízes no seu largo e materno seio.” As palavras são do escritor Miguel Torga e não podiam fazer mais sentido.

Localizada na região centro, a Serra da Estrela é o ponto mais elevado de Portugal Continental, com 1993 metros de altitude. Este maciço rochoso integra o Parque Natural da Serra da Estrela que, constituído na década de 70, abrange os concelhos de Celorico da Beira, Covilhã, Gouveia, Guarda, Manteigas e Seia. É a maior área protegida e um dos melhores locais para realizar turismo ambiental. Desde 1993 que o Planalto Central da Serra da Estrela é reconhecido como Reserva Biogenética, pelo Conselho da Europa, constituindo habitat para uma grande diversidade de espécies de fauna e flora com estatuto prioritário de conservação.

Aqui nascem três rios, o Mondego, o Zêzere e o Alva, e é também aqui que se encontram os principais vestígios dos antigos glaciares. Um cenário único que merece uma visita.

Há milhares de anos, a Glaciação na Serra da Estrela permitiu a existência de neves perpétuas que se fundiam durante o ano, ficando compactadas e dando origem ao gelo. Este processo levou à formação de uma densa cúpula de gelo no planalto da Torre que teria uma superfície de cerca de 70 km<sup>2</sup> e uma espessura de 80 m. Com o aumento da temperatura, formaram-se “línguas” de gelo que escovavam para as altitudes mais baixas, moldando os vales já existentes.

Convidamo-lo a percorrer a rota dos vales glaciários e conhecer o local de origem do glaciário, os vales desenhados pelas “línguas” de gelo e os depósitos deixados por esta massa de gelo em movimento. Com 13 km de extensão, o Vale Glaciário do Zêzere é o vale de maior dimensão da Europa e o seu comprimento deve-se ao facto de ter sido alimentado pelas línguas da Nave de Santo António, Covão da Ametade, Candieira e Covões. Blocos de pedra provenientes do planalto glaciário, linhas de água que caem em cascata e uma paisagem deslumbrante são apenas alguns dos atrativos que poderá encontrar

Localizada na região centro, a Serra da Estrela é o ponto mais elevado de Portugal Continental, com 1993 metros de altitude.

Located in the centre of Portugal, Serra da Estrela is the highest point in mainland, at 1993 metres altitude.

“High, immense and enigmatic, its physical presence immediately captures the imagination. But alongside the disturbing reality a certainty is very much alive: All the local truths stem from it. Are there rivers in the Beira region? They flow down from the Estrela mountains. Is there cheese in the Beira region? It’s made in Estrela. Is there clothing in the Beira region? It’s woven in Estrela. Is there wind in the Beira region? It blows from Estrela. Is there electric energy in the Beira region? It’s generated in Estrela. It creates everything; everything springs from the roots of its enormous and maternal breast.” Thus go the words from the writer Miguel Torga, and truer words were never uttered.

Located in the region’s centre, Serra da Estrela is the highest point in mainland Portugal, at 1993 metres altitude. This rocky outcrop forms part of the Serra da Estrela Natural Park which was set up in the 1970s and encompasses the districts of Celorico da Beira, Covilhã, Gouveia, Guarda, Manteigas and Seia. It’s the largest protected area and one of the best places to enjoy eco-tourism. In 1993 the Serra da Estrela Central Plateau was recognised as a Biogenetic Reservation by the European Council, being a habitat for a wide diversity of species of flora and fauna with a legal conservation priority.

The sources of three rivers are to be found here. The Mondego, Zêzere and Alva, as are the principal remainders of ancient glaciers. A unique landscape worthy of a visit.

Thousands of years ago, the Ice Age in Serra da Estrela gave rise to the persistence of constant snow that settled over the years, becoming compacted and forming ice. This process led to the formation of a dense mound of ice on the Torre plateau that may have had a surface area of around 70 km<sup>2</sup> and a thickness of 80m. With the increase in temperature, sheets of ice were formed that etched their way down to the lowlands, moulding the valleys seen today.

We invite you to journey around the glacier valleys routes and discover the place where the glacier stemmed from, the valleys carved out by tongues of ice and the deposits left behind by this mass of moving ice. Thirteen km wide, the Zêzere Glacier Valley is the

continua 





O Parque Natural da Serra da Estrela é a nossa maior área protegida e um dos melhores locais para realizar turismo ambiental.

Serra da Estrela Natural Park is our largest protected area and one of the best places to enjoy eco-tourism.

ao longo do trajeto. Basta seguir o trilho e fazer uma caminhada de cerca de 5 horas. Se preferir poderá, de forma mais cómoda e rápida, fazer o percurso de automóvel, em apenas 20 minutos.

### Desportos de Inverno

No inverno, a Serra da Estrela veste-se de branco e torna-se o local ideal para esquiar, fazer snowboard ou simplesmente andar de trenó. A estância de esqui encontra-se na Torre e é dotada de instalações recentes, que albergam todas as infraestruturas de apoio necessárias, dispendo de modernos e sofisticados equipamentos, incluindo um inovador processo de produção de neve artificial que permite assegurar 120 a 150 dias de neve por ano. No total estão disponíveis 9 pistas, que podem ser utilizadas não só por esquiadores experientes, mas também por quem só agora se inicia na modalidade. Se este é o seu caso, pode inscrever-se na escola de esqui e snowboard que se encontra na estância. Uma aula de uma hora poderá custar 30 euros por pessoa, mas se for um grupo de 6 a 10 pessoas, duas horas custam apenas 15 euros. Os mais aventureiros poderão rumar até Linhares da Beira, uma pequena aldeia no coração da Serra da Estrela. Conhecida como a "catedral do parapente", Linhares da Beira é um dos melhores locais para praticar esta modalidade e descobrir, a partir dos céus da Serra da Estrela, paisagens inesquecíveis pinceladas de branco nesta altura do ano. Os ares da serra abrem sempre o apetite e convidam-no a conhecer os sabores da região. Escolha um restaurante típico e comece por provar o famoso Queijo Serra da Estrela, que foi recentemente nomeado como uma das sete maravilhas da gastronomia portuguesa. Não deixe de provar os enchidos e pão da região e, para prato principal, opte por trutas recheadas com presunto ou, se preferir, cabrito à serrana, um dos pratos mais típicos da Serra da Estrela. Para sobremesa expe-

largest valley in Europe and its length is owned to the fact of being fed by the Nave de Santo António, Covão da Ametade, Candieira and Covões ice sheets. Boulders from the glacial plateau, streams of water that gush down in cascades, and a magnificent landscape are just some of the attractions that can be discovered along the way. All you have to do is follow the path for a walk that takes around 5 hours. If you prefer you can do the trip quicker and more comfortably by car which takes just 20 minutes.

### Winter Sports

In Winter Serra da Estrela is covered in a white mantle and becomes the perfect place for skiing, snowboarding or simply training. The ski resort is located at Torre and has the latest facilities, including all the necessary support infrastructure, the necessary modern and sophisticated equipment, including an innovative artificial snow production plant for 120 to 150 days of snow per year. Nine ski slopes are available in all, which can be used not only by experienced skiers, but also by beginners. If this is your case, you can sign up at the skiing and snowboarding school at the resort. An hour lesson can cost around 30 euros per person, but if booked in a group of 6 to 10 people, two hours will only set you back around 15 euros. The more adventurous can head for Linhares da Beira, a small village in the heart of Serra da Estrela. Known as the 'cathedral to hang-gliding', Linhares da Beira is one of the best spots to practice this sport and discover, from high up in the Serra da Estrela sky, unforgettable landscapes painted in white at this time of the year. The mountain air always creates quite an appetite and beckons you to try the culinary delights of the region. Choose a typical local restaurant and start off by trying the famous Serra da Estrela cheese, which was recently nominated as one of the



rimente o pudim de requeijão de Trancoso, papas de carolo ou leite creme. No final não se esqueça de saborear o típico licor de zimbro e a aguardente de mel.

### **À descoberta de aldeias históricas, castelos e museus**

Linhares da Beira vale também a pena visitar pela sua riqueza histórica, assim como as localidades de Trancoso, Marialva, Castelo Rodrigo, Almeida, Belmonte, Sortelha, Castelo Mendo com os seus imponentes castelos e mil e uma histórias para contar.

Em Belmonte fixou-se uma importante comunidade judaica e no Museu Judaico pode conhecer a história dos judeus no nosso país e o seu contributo na cultura, arquitetura, indústria têxtil, arte, literatura e comércio. Também nesta vila pode visitar o Museu das Descobertas, dedicado às descobertas marítimas e em especial à viagem de Pedro Álvares Cabral ao Brasil, navegador que nasceu em Belmonte. Em Seia, conheça o Museu do Pão e, na Covilhã, depois de passear pela zona histórica da cidade, visite o novo Museu de Arte e Cultura. Para descansar, a Serra da Estrela oferece várias opções, desde hotéis a espaços de turismo rural. Alguns disponibilizam serviços de SPA, podendo contemplar a paisagem enquanto relaxa. O mais difícil vai ser escolher.

No final do roteiro pela deslumbrante Serra da Estrela vai concordar com Miguel Torga: "Somente a quem a passeia, a quem a namora duma paixão presente e esforçada, abre o coração e os tesouros. Então, numa generosidade milionária, mostra tudo". ■

Links:

[www.turistrela.pt](http://www.turistrela.pt)

[www.turismoserradaestrela.pt](http://www.turismoserradaestrela.pt)

[www.portalserradaestrela.com](http://www.portalserradaestrela.com)

[www.cm-covilha.pt](http://www.cm-covilha.pt)

[www.skiserradaestrela.com](http://www.skiserradaestrela.com)

seven wonders of Portuguese cuisine. Don't forget to try the cured sausages and regional bread while for the main course go for the trout stuffed with cured ham, or, if you prefer, roasted mountain kid, one of the typical dishes from Serra da Estrela. For desert try the requeijão cheese pudding from Trancoso, papas de carolo (popes' cob) or leite creme (a kind of cream custard pudding). To wash it down, don't forget to try the typical zimbro liquor and honey spirit liquor.

### **Discovering the historic villages, castles and museums**

Linhares da Beira is also worth visiting because of its rich historical heritage, particularly evident in Trancoso, Marialva, Castelo Rodrigo, Almeida, Belmonte, Sortelha, Castelo Mendo with its imposing castles and a thousand stories to tell.

There's an important Jewish community that settled in Belmonte and at the Jewish Museum you can find out more about the history of the Jews in Portugal and their contribution towards culture, architecture, the textile industry, art, literature and commerce. You can also visit the Museum of the Discoveries dedicated to the maritime discoveries and specifically the voyage by Pedro Álvares Cabral to Brazil, who was born in Belmonte. Discover the Bread Museum in Seia and in Covilhã, after visiting the town's historic centre, visit its new Museum of Art and Culture.

To unwind, the Serra da Estrela offers various options, from hotels to rural tourism inns. Some offer SPA facilities where you can contemplate the landscape while relaxing. The only difficulty will be having to choose!

At the end of your fabulous tour of the Serra da Estrela you'll agree with Miguel Torga: "Only to whom goes there, to whom is in the grip of a fervent passion, it opens its heart to these treasures. Thus, with the generosity of a millionaire, it shows everything." ■



PORQUE SOMOS  
TRANSPARENTES



**HALCON**  
— VIAGENS —  
Aviões 960/99

707 200 201

halcon.pt